

Analisis strategi komunikasi pemasaran terhadap brand equfgv kartu kredit = Marketing communication strategy analysis in term of credit card brand equity

Haniv Damarjati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20341693&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini, Aktivitas pemasaran yang sudah begitu kreatif di era globalisasi saat ini, sudah berkembang sangat pesat. Dapat dilihat salah satu alat pemasaran yang kita kenal sebagai strategi komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran dalam penerapannya menggunakan suatu tools yang disebut komunikasi pemasaran terpadu atau integrated marketing communication (IMC). Dalam LMC, pemasar tidak terbatas hanya menggunakan satu elemen tertentu, tetapi juga dapat menggunakan beberapa elemen sekaligus untuk hasil yang lebih optimal. Dunia pemasaran dewasa ini sudah dapat menerima bahwa komunikasi pemasaran dapat membentuk brand awareness dan brand image untuk membangun dan memperkuat brand equity.Now, Marketing Activities become creative and providing rapidly and. We have seen for either tool that we know as marketing communication strategy, that called integrated marketing Communication or IMC. In IMC there are no limited using, but also the marketer could implement a few strategy to achieve optimum result. Marketing world can have accepted fact, that marketing communication can inform brand awareness and brand image in developing and strengthen brand equity.