

Analisa strategi pemasaran digital dalam komunikasi produk ke konsumen : studi kasus perusahaan A = Analysis of digital marketing strategy in communicating products to consumers : case study of company A

Christian Soetanto. author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20350230&lokasi=lokal>

Abstrak

Teknologi telah berubah secara sangat cepat. Perubahan ini mempengaruhi perilaku konsumen modern, dimana teknologi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini juga memberikan kesempatan baru untuk perusahaan menerapkan konsep pemasaran digital. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa berbagai macam pemasaran digital dan menguji sumbangannya terhadap tujuan perusahaan. Penelitian ini dilakukan menggunakan studi terhadap sebuah perusahaan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, konsep pemasaran digital menghasilkan interaksi yang diinginkan, yang pada akhirnya menumbuhkan pangsa pasar perusahaan. Penerapan strategi pemasaran dalam komunikasi marketing terpadu pada seluruh produk memastikan perusahaan mencapai tujuannya.

.....

Technology has change very rapidly. Such rapid change has influenced the behavior of today consumers, making technology part of their daily lives. It opens up new marketing opportunities called digital marketing so the company can stay relevant to its consumers. The research objective is to analyze various digital marketing tools and validate its contribution towards achieving company goal. The research study a company in its digital marketing implementation. The research indicates that digital marketing creates desired consumer engagement, which in turn growing market share for the company. The digital marketing adoption into company's IMC across its product portfolio ensure company deliver its overall goal.