

Strategi komunikasi pemasaran terpadu minuman teh hijau myhealth relaxo 2013 = Integrated marketing communication strategy green tea myhealth relaxo 2013 / Dimas Yudho Setio.

Dimas Yudho Setio, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20358272&lokasi=lokal>

Abstrak

[ABSTRAK

Kini banyak bermunculan produk-produk teh kemasan hingga teh hijau siap minum (Ready To Drink), salah satunya Myhealth Relaxo. Teh hijau siap minum yang diklaim mengandung Green-TLT yang mampu meningkatkan efek kenyamanan bagi peminumnya.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Myhealth Relaxo ini ini adalah, belum terciptanya awareness di masyarakat. Karena produk ini merupakan produk baru di pasaran, maka perlu adanya kegiatan pemasaran untuk dapat mengenalkan produk ini di masyarakat luas. Oleh karena itu, melalui Tugas Karya Akhir (TKA) ini penulis merancang suatu Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu produk Myhealth Relaxo. Pendekatan USP dilakukan untuk dapat menonjolkan produk ini diantara kompetitornya. Dengan pemakaian berbagai media seperti televisi, cetak, luar ruang, POP hingga media internet diharapkan kampanye Myhealth Relaxo ini dapat menjangkau target audience kapan pun dan dimana pun ia berada.

Kini banyak bermunculan produk-produk teh kemasan hingga teh hijau siap minum (Ready To Drink), salah satunya Myhealth Relaxo. Teh hijau siap minum yang diklaim mengandung Green-TLT yang mampu meningkatkan efek kenyamanan bagi peminumnya.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Myhealth Relaxo ini ini adalah, belum terciptanya awareness di masyarakat. Karena produk ini merupakan produk baru di pasaran, maka perlu adanya kegiatan pemasaran untuk dapat mengenalkan produk ini di masyarakat luas. Oleh karena itu, melalui Tugas Karya Akhir (TKA) ini penulis merancang suatu Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu produk Myhealth Relaxo. Pendekatan USP dilakukan untuk dapat menonjolkan produk ini diantara kompetitornya. Dengan pemakaian berbagai media seperti televisi, cetak, luar ruang, POP hingga media internet diharapkan kampanye Myhealth Relaxo ini dapat menjangkau target audience kapan pun dan dimana pun ia berada.

;Now many emerging products green tea ready to drink, one of which Myhealth Relaxo. Its green tea ready to drink that claimed has Green-TLT that could enhance the effects of comfort for the drinker. The main problems faced by these Relaxo Myhealth is not the creation of awareness in the community. Because this product is a new product on the market, so Myhealth Relaxo need marketing activities in order to introduce this product in that market. Through this final project (TKA) the writer designing an Strategy Integrated Marketing Communication of products Myhealth Relaxo. Approach can be done to highlight the USP of this product among its competitors. With the use of various media

such as television, print, outdoor, POP up internet media campaign is expected to reach this Relaxo Myhealth target audience whenever and wherever it is located. Kata Kunci, Now many emerging products green tea ready to drink, one of which Myhealth Relaxo. Its green tea ready to drink that claimed has Green-TLT that could enhance the effects of comfort for the drinker. The main problems faced by these Relaxo Myhealth is not the creation of awareness in the community. Because this product is a new product on the market, so Myhealth Relaxo need marketing activities in order to introduce this product in that market. Through this final project (TKA) the writer designing an Strategy Integrated Marketing Communication of products Myhealth Relaxo. Approach can be done to highlight the USP of this product among its competitors. With the use of various media such as television, print, outdoor, POP up internet media campaign is expected to reach this Relaxo Myhealth target audience whenever and wherever it is located. Kata Kunci]