

Perencanaan program komunikasi pemasaran terpadu minuman ringan NU Teaz periode 2013 = Integrated marketing communication program plan to increase brand awareness of NU Teaz soft drinks

Fessy Raindyka Budoyo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20358285&lokasi=lokal>

Abstrak

Produk minuman ringan NU Teaz adalah salah satu produk minuman yang diproduksi oleh PT. ABC President Indonesia. Minuman ringan NU Teaz mengandung ekstrak The Yerba Mate yaitu ekstrak teh yang berasal dari suku Guarani di Amerika Selatan. Minuman NU Teaz memiliki 3 varian rasa yaitu mixed berry, honey lemon dan jasmine.

Permasalahan yang dihadapi NU Teaz saat ini adalah kurangnya brand awareness dari konsumen terhadap NU Teaz. Solusi yang diambil adalah dengan melakukan kegiatan Integrated Marketing Communications (IMC) dengan tujuan komunikasi NU Teaz yaitu meningkatkan brand awareness konsumen terhadap NU Teaz.

Kampanye NU Teaz akan dilakukan pada bulan Januari - Desember 2013. Tema kampanye periode 2013 adalah "NU Teaz Teman Baru Dalam Keseharianmu" dan total biaya kampanye NU Teaz periode 2013 adalah Rp. 7,661,796,700,-.

.....NU Teaz soft drink products are one of the beverage product produced by PT. ABC President Indonesia. Soft drinks NU Yerba Mate extract containing tea extract is derived from the Guaran tribe in South America. Teaz NU has three variants of the mixed mixed berry flavor, lemon and honey falvor, jasmine flavor.

NU Teaz problems faced today is the lack of brand awareness Teaz consumers against NU. The solution was taken to perform activities Integrated Marketing Communications (IMC) for the purpose of communication is NU Teaz increase brand awareness of consumers against NU Teaz.

NU campaign will Teaz conducted in January-December 2013. 2013 is the theme of the campaign period "NU Teaz's New In everyday living" and the total cost of the campaign NU Teaz period of 2013 was Rp. 7,661,796,700,-.