

Rencana program komunikasi pemasaran terpadu produk minuman jus dalam kemasan NU JUV periode kampanye Januari-Desember 2013 = Integrated marketing communication NU JUV ready to drink juice period January-December 2013

Menar Rizie Gusman Hawa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20358313&lokasi=lokal>

Abstrak

NU JUV adalah produk yang baru di luncurkan pada Oktober 2011 lalu. Jika dilihat lebih lanjut, dengan mempertimbangkan penjabaran analisis data internal dan data eksternal, maka masalah yang dihadapi oleh NU JUV adalah rendahnya tingkat awareness di kalangan target audience. Rendahnya tingkat awareness ini disebabkan oleh beberapa hal seperti; NU JUV bersaing dengan produk kompetitor yang eksis lebih lama dan NU JUV adalah produk baru yang baru diluncurkan.

Dan tujuan pemasaran yaitu memberikan awareness bagi khalayak yang lebih luas, maka strategi komunikasi pemasaran terpadu merupakan solusi dari komunikasi yang akan dilakukan oleh NU JUV untuk periode Januari-Desember 2013. diharapkan bisa menjadi solusinya. Untuk menjalankan semua program komunikasi tersebut dengan biaya kampanye Rp 20,139,414,000,00.

.....NU JUV is a new product launched in October 2011. If we look further, considering the description of both internal and external data analysis, the problem that NU JUV is facing is the issue of low level of awareness among its target audience. The said low level of awareness was due to several reasons, such as: the uneven competition between NU Juv and other competitor products which have existed in the market longer than NU JUV and the fact that NU JUV is a newly launched product.

The marketing objective is to increase the greater public awareness, therefore an integrated marketing communication is the solution for the communication to be conducted by NU JUV for the period of January-December 2013. It is expected that this will serve as a solution. The estimated campaign cost to fund the implementation of the whole program is Rp 20,139,414,000,00.