

Perencanaan program komunikasi pemasaran terpadu Clean & Clear Active Clear Acne Marks Cleanser "it's all about you" periode Januari-Juni 2014 = Integrated marketing communication strategy planning Clean & Clear Active Clear Acne Marks Cleanser "it's all about you" in January-June 2014

Vanessa Arsanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367331&lokasi=lokal>

Abstrak

Diluncurkan pada bulan Mei 2013. CLEAN & CLEAR Active Clear Acne Marks Cleanser merupakan varian produk pertama yang khusus menghilangkan bekas jerawat di pasar skincare Indonesia. Ini dapat menjawab permasalahan kulit wajah remaja Indonesia, bekas jerawat menjadi salah satu masalah yang mengkhawatirkan bagi mereka baik dari segi penampilan maupun psikologis. Namun karena promosi juga penggunaan media yang belum maksimal, CLEAN & CLEAR masih kalah dibandingkan kompetitornya dalam posisi merek di benak konsumen. Karena itu, perlu dilakukan strategi komunikasi yang tepat untuk meraih target khalayak dan meningkatkan kesadaran terhadap CLEAN & CLEAR Active Clear Acne Marks Cleanser.

Serangkaian kampanye yang bertemakan “Its All About You” ini mengajak para remaja untuk lebih percaya diri dan tidak iri kepada orang lain yang mempunyai wajah lebih bersih. Tiga tahapan strategi promosi yang dilakukan melihat dari posisi produk pada tahap pengenalan di pasar, serta mempertimbangkan dari segi karakteristik produk berdasarkan FCB Grid. Menyasar kepada konsumen yang belum mencoba menggunakan CLEAN & CLEAR Active Clear Acne Marks Cleanser sebelumnya, tujuan dari kampanye adalah menjadikan CLEAN & CLEAR sebagai preferensi merek bagi targetnya, sehingga penjualan dari varian tersebut akan meningkat sebesar 5%.

Dengan menggunakan media konvensional dan media online, biaya kampanye yang berlangsung selama 6 bulan ini adalah sebesar Rp 6.557.002.000. Evaluasi dan pengawasan juga akan dilakukan untuk mengukur efektivitas dari pelaksanaan kampanye ini.

.....

In May 2013, CLEAN & CLEAR Active Clear Acne Marks Cleanser was launched for the first time as black spot removal product in Indonesia. This product was released to answer the needs of teenagers in having clear and pure skin. That matters not only in teenagers appearance, but also their psychology. CLEAN & CLEAR was left behind in promotion compared to its competitor; it can be seen from consumer perspective on one brand. In order to win the competition, CLEAN & CLEAR Active Clear Acne Marks Cleanser needs a communication strategy that can gather all awareness of market.

Several campaigns themed “Its All About You” urges the teenagers to be more confident and optimistic when they see friends with cleaner face skin. There are 3 stages of strategic promotion based on product position on the market, also considering product character regarding to FCB Grid. The objective of this campaign was to gather all new marker attention, which mostly people that had never use CLEAN & CLEAR Active Clear Acne Marks Cleanser before. To be in ones mind as a preferred brand, it should be able to increase its sales by 5%.

Using conventional media and online media, cost of this campaign that lasted for 6 months is up to Rp

6.557.002.000. Last but not least, to make sure this campaign effectiveness, there will be evaluation and monitoring procedures.