

Brand signalling framework and CBBE model pada industri olahraga dan marketing olahraga = Brand signalling framework and CBBE model in sport industry and sport marketing

Rijal Dermawan Sani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404714&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel ini dimaksudkan untuk mengembangkan ide baru atau pengetahuan baru dalam praktek marketing. Artikel ini mencoba untuk membuat model serta penjelasan bagaimana kombinasi dari brand signaling model dan Customer Based Brand Equity (CBBE) model dapat di aplikasikan pada industri olahraga atau marketing olahraga. Model baru yang akan di buat pada paper ini dapat mendistribusikan pengetahuan baru atau implikasi pada dua pihak, yaitu tim olahraga dan spot marketers sehingga mereka dapat mengaplikasikan branding yang baik untuk tim mereka dan produk mereka serta menjaga hubungan dengan fans atau supporters.

.....This article is intended to develop a new idea or knowledge in marketing theories and practices. The article tries to construct a model and give an explanation of how a combination between brand signalling framework model and Customer Based Brand Equity (CBBE) model can be applied in sport industry or sport marketing. The new model which is constructed in this paper could distribute in a new knowledge or implication for two sides which are the sport team and sport marketers so that they could apply a good branding for its team and product also maintain the relationship with the fans or supporters.