

La strategie du marketing de PT. Wahana Bersama Globalindo

Hendy Hidayat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440213&lokasi=lokal>

Abstrak

RÉSUMÉ

Les instruments des investissements en Indonésie n'est pas encore beaucoup passé d'évolution. Pour développer leur monnaie, les peuples est encore compté sur les investissements traditionnels comme la banque, le terrain, la maison, la Voiture, l'assurance etc. Malgré cela, dans ces quelques années les investisseurs ont déjà commencés d'investir sur le marché du capitaux locale mais en ce moment on n'a pas encore donné beaucoup de profit et même on est incliné d'avoir la perte.

PT. Wahana Bersama Globalindo est la première d'entreprise du service d'investissement qui a essayé de présenter les produits des investissements étrangers entrée un alternatif investissement en Indonésie. L'entreprise a proposé 2 types du produits. c'est à dire:

. Global Mutual Funds (Fond Mutuel)

. Strategic Portfolio anagemeflt Scheme

Les deux produits des investissements peuvent donner beaucoup de profit parcequ'on a diversifié les fonds aux tous les instruments des investissements étrangères.

Dans la promotion de nouveaux produits des investissements PT. WBG a appliqué ta stratégie de direct arketiflg, c'est à dire qu'on fait un bon relation avec des investisseurs par le rapprochement En fait cette stratée a donné l'opportuflité aux investisseurs d'ouvrir et developper leur opinion sur les investissements que ce pendant là est limité.

Dans ce mémoire, on parie sur la stratégie du marketing de PT. WBG pour attirer les clients ou les investisseurs locales qui n'ont pas beaucoup su sur ces produits. Alors c'est une opposition pour l'entreprise de promoter leurs produits des investissements sans utiliser le moyen de communication de masse.

ABSTRACT

The instruments of investments in Indonesia are still have not much an evolution. Developments of their funds, people's had depended on the traditional investments such as a bank, a property, an insurance, a land etc. In the last few years, the investor had beginning to invest on the stock in local market but for a moment of time, stock wasn't give much of profit and it was inclined to losses.

PT. Wahana Bersama Globalindo is the pioneer as enterprise of investment service who had tried to present the various products of international investments international entrance an alternative investment in Indonesia. The enterprise have proposed 2 kinds of products, contains of

. Global Mutual Funds

. Strategic Portfolio Management Scheme

Both of investments products can give much of profit because they have diversified of funds in every instruments of international investments. In promoting the various investments products, PT. Wahana Bersama Globalindo applied the strategy of direct marketing, which means that make a good relationship between the investors and the marketings by personal approach. In fact, this strategic had given an opportunity to investor in term of developing and opening their opinions about the investments that were limited.

In this dissertation, it talks about the strategic of marketing of PT. Wahana Bersama Globalindo to attract the clients or the local investors who don't know exactly what the product was. So, It was an opportunity for the enterprise to promote their investments products