

Program perencanaan komunikasi pemasaran digital kitkat "You Deserve a Break" periode Januar - Maret 2017 = Digital marketing communication strategy planning kitkat "You Deserve a Break" January - March 2017

Natasya Chandra Puteh, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447109&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebagai produk yang mendunia dan digemari oleh banyak orang, Kitkat pernah dinobatkan menjadi salah satu snack yang paling berpengaruh sepanjang masa. Dengan produk seperti Kitkat, masalah yang biasanya dialami adalah permasalahan umum bagi brand-brand yang sudah dewasa, yaitu penurunan pada brand yang dikarenakan oleh ketatnya kompetisi dan kurangnya komunikasi. Untuk menjawab permasalahan tersebut, dilakukan riset pada target khalayak Kitkat yang menghasilkan insight untuk rancangan kampanye digital. Komunikasi pemasaran digital dinilai lebih efektif bagi target khalayak Kitkat karena lebih terfokus dan lebih relateable bagi para konsumen. Dengan tujuan untuk menjadikan Kitkat kembali menjadi snack coklat pilihan utama target khalayak di Indonesia dan dengan budget sebesar dua ratus juta rupiah, Kitkat mengadakan kampanye digital HaveYourBreak.

.....As a globally known product and liked by many, Kitkat was once named the most influential candy bar of all time. With a product like Kitkat, the problem that usually occurred is common for any mature brands which is declining brand due to emerging new competitors and lack of communications. Research targeted to Kitkat rsquo s consumers is needed to answer those problems, it provide the insights needed to plan this digital campaign. Digital marketing communication is more effective because it is more targeted and more relateable to Kitkat rsquo s consumer. With the main goal is to get Kitkat back to being the first choice for Indonesia rsquo s consumer in chocolate snack and with budget up to two hundred million rupiah, Kitkat created the HaveYourBreak digital campaign.