

Perencanaan program Komunikasi pemasaran terpadu Dove "Unleash The More of You" Periode Januari - Desember 2017 = The Integrated marketing communications of Dove "Unleash The More of You" Period of January - December 2017

Chika Ratu Devina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447121&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas mengenai Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk merek Dove skin cleansing. Meski sudah memiliki brand awareness yang tinggi di kalangan masyarakat Indonesia, tetapi nyatanya Dove skin cleansing masih memiliki penetrasi pasar yang rendah di kategori sabun mandi di Indonesia. Untuk itu, Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran Terpadu dengan big idea berjudul "Unleash The More of You" dalam masa kampanye satu tahun untuk periode Januari ndash; Desember 2017 ini disusun sebagai strategi memecahkan masalah yang kini tengah dihadapi oleh Dove. Tujuan komunikasi dari program pemasaran ini adalah untuk menguatkan brand recall melalui engagement dengan konsumen dan meningkatkan brand preference dengan mendorong trial produk dan purchase intention. Program ini menggunakan saluran media yang saling terintegrasi, online dan offline dengan total anggaran sebesar Rp 7.130.994.900,-. Kegiatan evaluasi dan monitoring juga akan dilakukan untuk mengukur efektivitas serta seberapa besar dampak diadakannya program pemasaran ini bagi Dove.

.....

This papers discuss about Integrated Marketing Communications Planning for Dove skin cleansing brand. Despite its high brand awareness among the Indonesian society, Dove skin cleansing still has low market penetration in body soap category in Indonesia. Therefore, The Integrated Marketing Communications Planning Program with big idea titled "Unleash The More of You" in a one year campaign for the period of January ndash December 2017 is organized as a strategy to solve the problem faced by Dove. The communication purposes from this marketing program are to strengthen brand recall through Dove 39 s consumer engagement and to enhance brand preference by pushing product trial and purchase intention. This program uses integrated media networks, both online and offline with total cost of Rp 7.130.994.900, . Evaluation and monitoring will also be done to measure the effectivity, and how big the impact of this program is toward Dove.