

Program kampanye digital WRP strategi meningkatkan Brand Loyalty = Digital campaign program strategy to enhance brand loyalty of WRP

Siregar, Nadira Annisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447176&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Meski tergolong sebagai market leader dan menjadi top of mind untuk kategori produk diet, WRP masih mengalami kegagalan dalam mempertahankan loyalitas pasarnya. Kurangnya pengetahuan konsumen akan rutinitas penggunaan produk berujung pada penggunaan produk dalam jangka waktu singkat, menyebabkan konsumen mengalami kegagalan diet dan berpindah untuk mencoba program lain. Hadirnya ragam produk maupun program diet baru menjadi tantangan bagi WRP untuk dapat mempertahankan loyalitas pasarnya. WRP memiliki tujuan untuk mengubah para trialist menjadi loyalist. Program ini akan menghadirkan konten yang berkaitan dengan penurunan berat badan yang mudah dan praktis, selama periode enam bulan kampanye dengan total biaya dari program ini adalah sebesar Rp 1,092,388,000.

<hr>

ABSTRACT

Although considered as the market leader and being on top of target rsquo s mind for product diet category in Indonesia, WRP remained facing failure in maintaining the loyalty of their consumer. Lack of product knowledge media digital cause the tendency of their target discontinue consuming WRP. With the industry where chances open wide for everybody including the old and new players, WRP face another problem and possibly losing their loyal consumer. Therefore, WRP has an objective to convert from trialist consumer to loyalist consumer, by producing a simple and practical content about diet, within a six months campaign period with a total budget of Rp 1,092,388,000.