

Program perencanaan komunikasi pemasaran terpadu Red Snack Box periode Juli - Desember 2018 = Integrated marketing communication planning program Red Snack Box July - December 2018

Debora Gabriella Timang, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20479233&lokasi=lokal>

Abstrak

Red Snack Box merupakan penyedia layanan kue kotak secara offline. Walaupun perusahaan ini sudah berjalan selama 15 tahun, Red Snack Box masih memiliki masalah dalam hal awareness. Oleh karena itu, agar target khalayak dapat mengingat dan mengenal Red Snack Box sebagai penyedia layanan kue kotak yang praktis untuk segala acara khususnya untuk acara komunitas, maka dibuatlah program strategi komunikasi terpadu yang dapat membuat target khalayak mengenali Red Snack Box. Kampanye ini diharapkan dapat mampu memenuhi tujuan pemasaran yaitu meningkatkan sales sebesar 20%. Kampanye ini terbagi menjadi 2 media yaitu online, seperti penggunaan Facebook, Instagram, Whatsapp Status, Website, kartu nama digital leaflet digital; dan media offline seperti kartu nama, leaflet, dan dus kue. Anggaran yang dialokasikan selama 6 bulan untuk kampanye ini adalah Rp9.231.000. Untuk kelancaran dan kesuksesan kampanye ini, akan dilakukan monitoring dan evaluasi sehingga selama kampanye ini berjalan dengan baik dan dapat dilihat keefektifan dan dampaknya.

<hr>

Red Snack Box is an offline snack box service provider. Although the enterprise had been running for 15 years, Red Snack Box still has problems in terms of awareness. In order to raise target audience's awareness in remembering and recognizing Red Snack Box as a practical snack box service provider for all occasions especially for community events, an integrated communications strategy program is created. The campaign is expected to raise sales by 20%. This campaign is divided into 2 medias, which are online media consists of Facebook, Instagram, Whatsapp Status, Website, digital business cards digital leaflets; and offline media consists of business cards, leaflets, and cake box. The allocated budget for 6 months campaign is Rp 9,231,000. In order to ensure continuity and achievement of this campaign, there will be evaluation and monitoring activities to review the effectiveness and impacts during the campaign.