

Strategi komunikasi aida model brand kosmetik studi pada Jacquelle beaute & cosmetics = Aida model communication strategy on cosmetic brand study on Jacquelle beaute & cosmetics

Sukainah Shirin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20529379&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam memastikan konsumen tertarik untuk membeli produk yang dipasarkan suatu entitas bisnis, tentunya perlu dilakukan strategi pemasaran yang optimal. Dengan melakukan strategi pemasaran, produk dapat meningkatkan visibilitas merk dan menyebarkan pemahaman mengenai nilai tambah yang dimiliki produk bersangkutan terhadap calon konsumen potensial. Konsumen kemudian akan lebih tertarik untuk membeli produk. Tulisan ini melakukan studi kasus terhadap strategi pemasaran brand kecantikan Jacquelle menggunakan kerangka teoritis AIDA, untuk memahami bagaimana strategi pemasaran yang digunakan berusaha membangun visibilitas merek dan menyebarkan informasi mengenai nilai tambah produk kecantikan Jacquelle. Berdasarkan tinjauan yang telah dilakukan, strategi pemasaran Jacquelle dapat distimulasi melalui rangkaian periklanan yang terintegrasi dan menyeluruh, tampak karena Jacquelle memenuhi strategi pemasaran yang menunjang dalam masing-masing tahap attention, interest, desire, dan action.

.....In ensuring that consumers are encouraged in buying products marketed by a business actor, an optimal marketing strategy needs to be implemented. By implementing a marketing strategy, product could significantly increase its brand awareness and spread broad understanding about its added value to potential consumers. Consumers will then be more interested and incentivized in buying the product. This paper conducts a case study on the marketing strategy of Jacquelle's beauty products using the theoretical framework of AIDA, to understand how the marketing strategy used seeks to build brand visibility and spread information about the added value of Jacquelle's beauty products. Based on the conducted research, Jacquelle's marketing strategy can be stimulated through a series of integrated and comprehensive advertising. Furthermore, Jacquelle's marketing strategy is deemed successful to fulfill each stage in AIDA framework of attention, interest, desire, and action.