Analisis efektivitas strategi promosi internasional produk ramah lingkungan the body shop : studi kasus PT Monica Hijau Lestari - The Body Shop Indonesia

Grace Irsan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=92712&lokasi=lokal>

Abstrak

The Body Shop Intemationa! adalah pemsahaan yang menggabungkan konsep bisnis dengan prinsip ramah lingkungan. Tujuan perusahaan yang menganut prinsip saiing beriringan antara pemasaran, hubungan masyarakat, dan advertising dengan nilai yang dianut oleh perusahaannya. Kemampuan mengintegrasikan nilai perusahaan, produk, dan saluran distribusi yang tepat sehingga nilai dan tujuan perusahaan terefleksikan ke dalam produk dan toko. Proses penelitian dilakukan diawali dengan menganalisis guna mengetahui strategi promosi intemasional produk ramah lingkungan sekaligus mengetahui program strategi yang sudah dgalankan. Atas dasar tersebut maka analisis dilakukan dengan tujuan mengetahui efektivitas sfategi promosi apabila dilakukan di negara Iain seperti Indonesia.