

Perencanaan Program Marketing Public Relations untuk Memperluas Target Pasar Klinik Sothys Indonesia = Marketing Public Relations Program to Increase Market Target at Sothys Indonesia Clinic

Irnintha Adjani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920533975&lokasi=lokal>

Abstrak

Klinik kecantikan Sothys adalah sebuah klinik kecantikan yang berbasis di Paris, Perancis. Didirikan pada tahun 1946, Sothys telah menjadi salah satu brand ternama di Eropa. Sothys mengerti bahwa keinginan untuk memperoleh kecantikan adalah sesuatu yang universal sehingga ia membuka cabang di lebih dari 80 negara, salah satunya adalah Indonesia. Di Indonesia, klinik Sothys terdapat di Jl. Kyai Maja, Kebayoran baru, Jakarta selatan, dimana kawasan tersebut merupakan tempat yang sangat strategis untuk menjalankan sebuah bisnis. Klinik kecantikan ini telah berdiri selama 25 tahun sejak tahun 1999. Sothys Indonesia menargetkan pasarnya pada pria dan wanita yang berusia 35 tahun keatas, tingkat pendapatan untuk kelas atas, dan untuk para pelanggan tetap yang sudah ada semenjak pertama kali klinik ini dibangun. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik klinik Sothys dan beberapa karyawan, diketahui permasalahan utama yang terjadi dalam perusahaan ialah tidak adanya regenerasi dalam perusahaan dimana seluruh karyawan yang ada dalam perusahaan seluruhnya berusia diatas 30 tahun, sehingga dengan begitu tidak ada informasi-informasi baru seperti saat ini beberapa pesaing usaha klinik kecantikan memiliki kisaran harga yang sama dengan Sothys, padahal target pasar pesaing dapat menjangkau seluruh lapisan umur. Oleh sebab itu, setelah diberikan informasi mengenai potensi untuk memperluas target pasar ini, pemilik klinik kecantikan memberikan izin untuk membantu membuat program rencana humas dalam menambah target pasar klinik Sothys Indonesia. Pernyataan masalah yang ada di Klinik Sothys Indonesia secara spesifik ialah tingkat kesadaran masyarakat khususnya parah generasi muda tergolong rendah, karena belum mempunyai sistem publikasi yang optimal. Maka dari itu penulis membuat usulan program yaitu publikasi dan spesial event agar dapat menjadikan wadah informasi bagi masyarakat kemudian dapat memperluas target pasar yang nantinya akan menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan.

.....Sothys skincare is a beauty clinic that is based from Paris, France. Built since 1946, Sothys is one of the leading brand of beauty in Europe. Sothys understands that beauty is something universal so they opened their clinic at more than 80 country including Indonesia. In Indonesia, Sothys is located in Jl. Kyai Maja, South Jakarta. Which ia a very strategic location. Sothys Indonesia was build eversince 25 years ago at 1999. Sothys Indonesia targeted their consumer qith the criteria of male and female above 35 years old, high acquisition, and for their regular costumer. Based on interview with vice president of Sothys Indonesia and a few employees, it is known that the common problem at Sothys are there are no updated information about the market challenger. They assumed that their prices is only affordable by people of upper class so they do not reach the middle class, even when the other market challenger with the same price they can reach every ages. Therefore, after giving the information that they have potential to expand their target of costumer, they approved to make a marketing public relations plan to expand their consumer target. So, writer are suggesting a Marketing Public Relations program to rebrand Sothys's image and to help increase market target.