

Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Penjualan Produk-Produk Properti di Kota Tangerang Selatan = Marketing Communication Strategy in Selling Property Products in South Tangerang City

Arizal Fariz Ramdhany, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536081&lokasi=lokal>

Abstrak

Tulisan ilmiah ini membahas mengenai strategi-strategi dan pengaplikasian komunikasi pemasaran oleh perusahaan dalam kegiatan pemasaran komersil, dalam hal ini khususnya adalah pekerjaan komunikasi pemasaran pada perusahaan properti. Pada pekerjaan-pekerjaannya di dunia kerja yang sebenarnya, divisi komunikasi pemasaran banyak bekerja sama dengan divisi pemasaran, namun divisi komunikasi pemasaran berfokus pada strategi-strategi komunikasinya dalam menjaga kestabilan dan meningkatkan penjualan produk-produk properti tiap bulannya melalui marketing communication tools yang paling efektif digunakan pada perusahaan properti.

Divisi komunikasi pemasaran dapat dikatakan merupakan salah satu divisi penting dalam perusahaan. Di bawah divisi pemasaran, divisi komunikasi pemasaran ini banyak berperan dalam pekerjaan-pekerjaan marketing communication seperti pembuatan website perusahaan dan produk, e-mail dan semua interaksi komunikasi online antara pihak perusahaan dan para konsumennya (yang meliputi instant messaging, social media maintenance, phone call and text messaging).

Divisi komunikasi pemasaran juga berperan dalam pekerjaan-pekerjaan seperti pembuatan iklan produk-produk properti yang dijual perusahaan di media-media "above the line" (website, web blog, social media, online forum, online store, etc), dan media-media "below the line" (koran, spanduk, banner, umbul-umbul, dan brosur). Pembuatan iklan produk-produk properti pada media-media tersebut tentu sebelumnya sudah dianalisis, direncanakan dengan matang strategi-strateginya, dan juga sudah disesuaikan dengan situasi, kondisi, hingga masalah-masalah komunikasi pemasaran produk-produk properti ini. Sehingga strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan sesuai dengan pasar sasaran produk-produk properti ini.

.....This scientific writing is discuss the strategies and application of strategies and marketing communications by the company in the commercial marketing activities, in this particular case is the work of marketing communications in property company. At its works in the real world of work, marketing communications division work with many marketing division, but marketing communications division focuses on strategies for communication in maintaining stability and improving sales of property products each month through marketing communication tools that are most effectively used on company property. Marketing communication division can be said is one of the important divisions within the company. Under the marketing division, marketing communications division have a greater role in the works of marketing communication such as website creation for company and product, e- mail and all the interactions online communication between the company and its customers (

Marketing communications division also play a role in jobs such as property products ad creation sold by the company in the media "above the line" (website, web blogs, social media, online forums, online stores, etc), and media "below the line" (newspapers, banners, banners, banners, and flyers). Property products ad creation in these media would have previously been analyzed, carefully planned strategies, and has also been

adapted to the situation, condition, to the problems of marketing communications in this property products.
So the marketing communications strategy used by the company in accordance with the target market
products this property.