

Program perencanaan komunikasi pemasaran terpadu Honda Genuine Parts "Penjaga Legenda" periode Juni-Desember 2012 = Integrated marketing communications strategy of Honda Genuine Parts "Penjaga Legenda" June-December 2012

Ajie Artotian Diarso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20305410&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas tentang Perencanaan Strategi Komunikasi terpadu Honda Genuine Parts yang menekankan aspek emosional untuk mempererat brand bonding terhadap konsumen. Dengan mengumpulkan data pasar yang ada maka diharapkan akan terkumpul berbagai dasar dan pertimbangan yang baik untuk menjalankan sebuah program perencanaan komunikasi pemasaran terpadu untuk Honda Genuine Parts. Di tengah gempuran produsen spare parts lain yang menawarkan harga lebih murah, ternyata Honda Genuine Parts telah menjadi top of mind konsumen dalam mencari spare parts pengganti sepeda motor Honda, maka perencanaan komunikasi pemasaran terpadu ini memiliki tujuan komunikasi membuat sebuah ikatan emosional antara Honda Genuine Parts dan konsumennya dengan biaya kampanye sebesar Rp.34,767,692,091.88 selama tujuh bulan kampanye. Demi kelancaran kampanye ini juga akan diawasi dan dievaluasi untuk melihat dampak dan efektivitas kampanye ini.

<hr>

Abstract

This final assignment is about integrated Marketing Communications Strategy Planning of Honda Genuine Parts that emphasizes the emotional aspects to strengthen the bond of the brand to consumers. By doing a good research analysis, hoped we can make a good reason and basic information to develop an IMC strategy for Honda Genuine Parts. Honda Genuine Parts has become top of mind in the minds of consumers for honda motorcycle spare parts. although many other manufacturers that offer cheaper price. The purpose of this communication is to create a strong emotional bond between the HGP and its customers at a cost of Rp.34, 767,692,091.88 during the seven months of the campaign. For the smooth running of this campaign will also be monitored and evaluated to see the impact and effectiveness of this campaign.