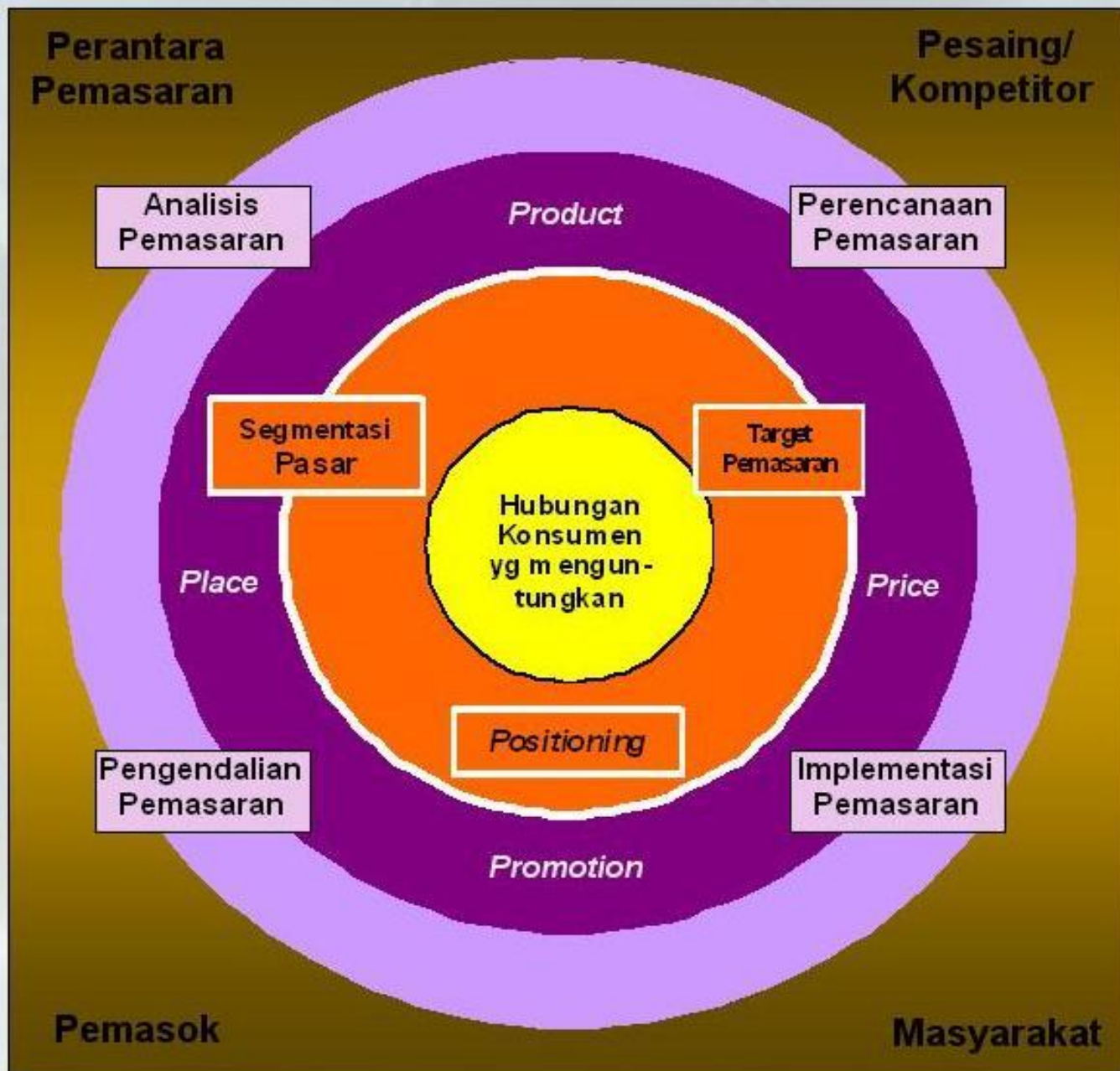




TAHAPAN PROSES PEMASARAN

Tahapan Proses Manajemen Pemasaran

Proses Pemasaran



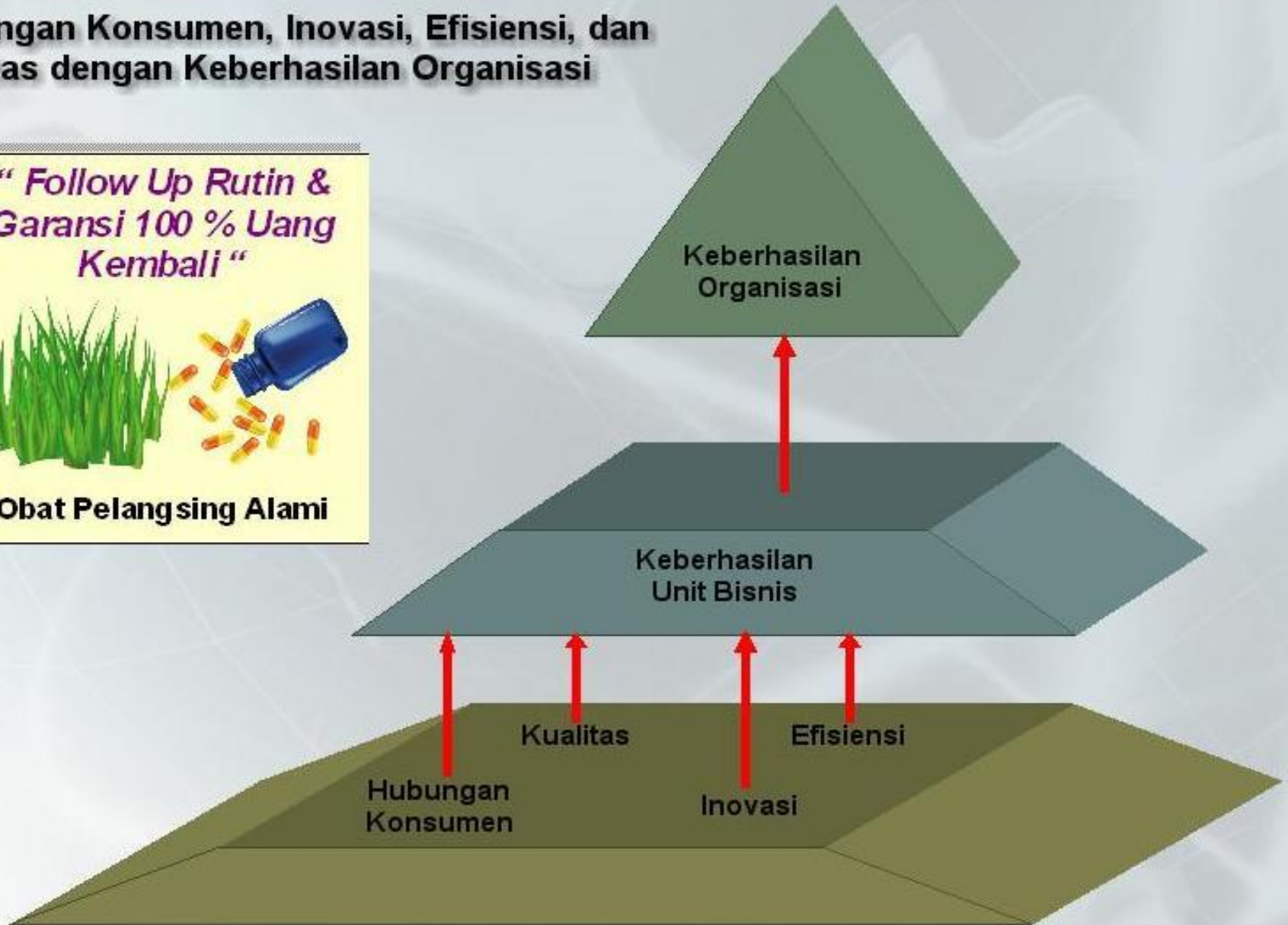
Tahapan Proses Manajemen Pemasaran

Hubungan Konsumen, Inovasi, Efisiensi, dan Kualitas dengan Keberhasilan Organisasi

“ Follow Up Rutin & Garansi 100 % Uang Kembali “



Obat Pelangsing Alami



Tahapan Proses Manajemen Pemasaran

Segmentasi Pasar, Target Pemasaran & Positioning Pasar



Segmentasi Pasar

1. Identifikasi dasar dari segmentasi pasar
2. Menyusun profil segmen

Target Pemasaran

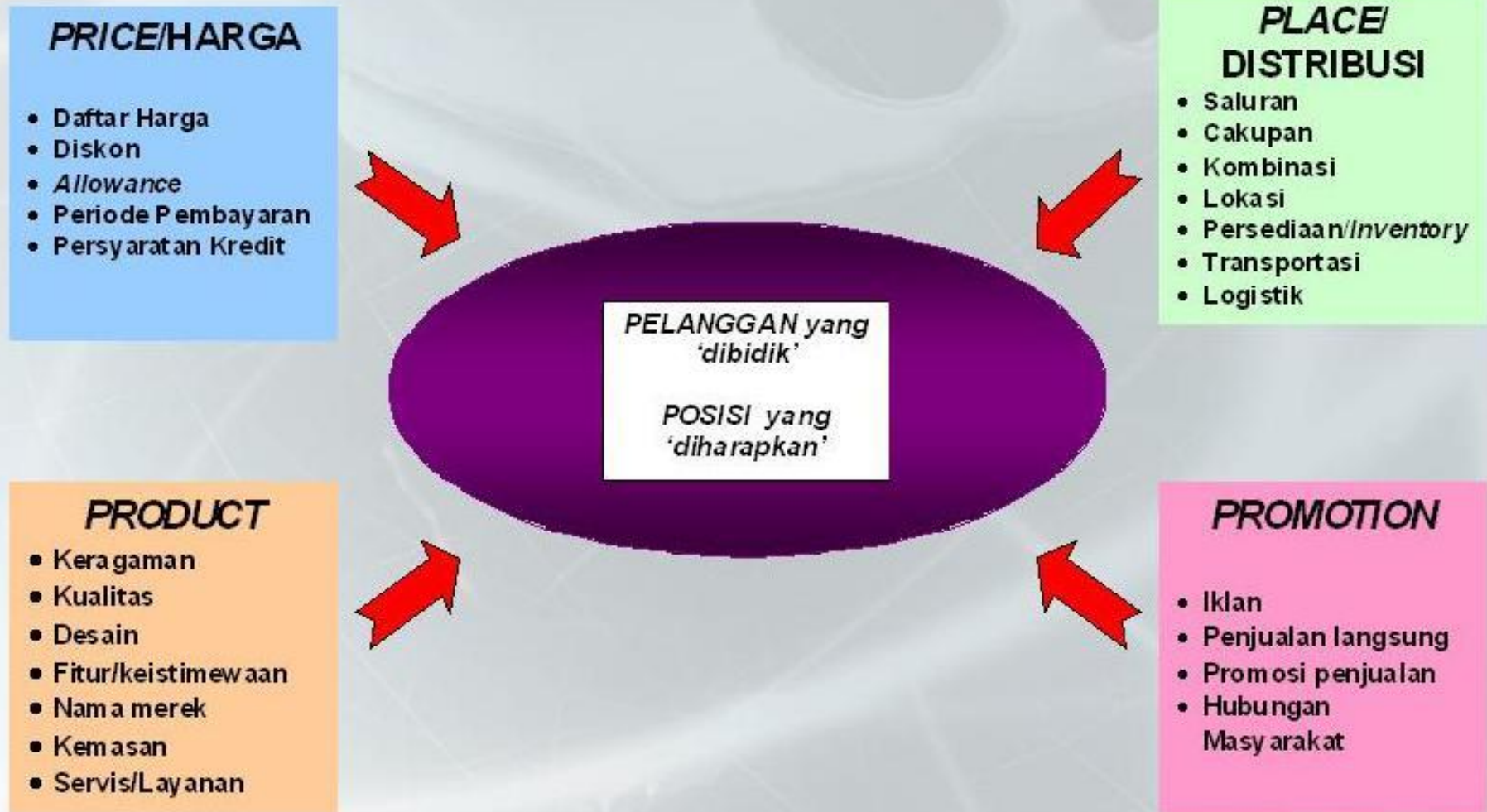
1. Mengevaluasi daya tarik tiap-tiap segmen
2. Memilih segmen sasaran

Positioning

1. Menyusun *positioning* segmen-segmen pelanggan yang akan 'dibidik'
2. Menyusun bauran pemasaran tiap segmen

Tahapan Proses Manajemen Pemasaran

Bauran Pemasaran - Pandangan Penjual (4P)



Tahapan Proses Manajemen Pemasaran

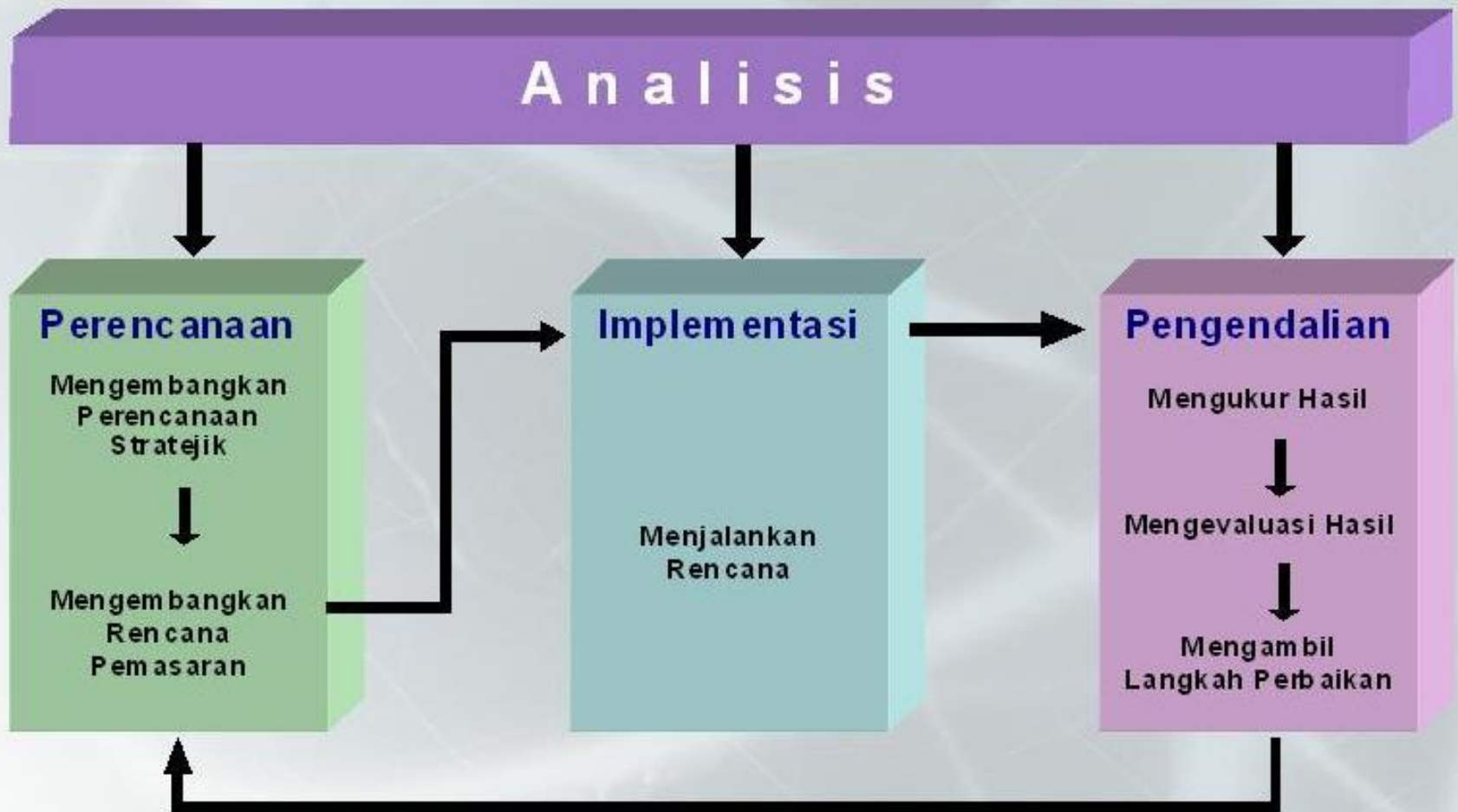
Bauran Pemasaran - Pandangan Pembeli (4C)



4P ← 4C

Tahapan Proses Manajemen Pemasaran

Hubungan Analisis dengan Perencanaan, Implementasi & Pengendalian



Tahapan Proses Manajemen Pemasaran



Tahapan Proses Manajemen Pemasaran

Hubungan Tujuan, Strategi, dan Taktik Pemasaran



TUJUAN PEMASARAN

adalah memenuhi kepuasan konsumen di dalam proses pertukaran, untuk memperoleh sejumlah laba, atau rasio antara pendapatan dan biaya, yang menguntungkan

STRATEGI PEMASARAN

merupakan berbagai upaya yang strategis, yang dilakukan perusahaan untuk mencapai **TUJUAN PEMASARAN**, yang biasanya dicirikan melalui target pasar yang spesifik, dan program pemasaran yang dirumuskan untuk meraih target tersebut

TAKTIK PEMASARAN

merupakan rincian keputusan operasional hari ke hari (*day to day operational*) yang esensial, untuk mensukseskan keseluruhan **STRATEGI PEMASARAN**.
Atau, langkah-langkah operasional yang rinci, yang digunakan untuk melaksanakan **STRATEGI PEMASARAN**

