



KOMUNIKASI PEMASARAN GLOBAL

ERA AGUSTINA Y.





Pokok Bahasan

- **Definisi Komunikasi Pemasaran Global**
- **Bentuk Utama Komunikasi Pemasaran**
- **Variabel Komunikasi Pemasaran Global**
- **Strategi Komunikasi Pemasaran Global**





Komunikasi Pemasaran



Komunikasi pemasaran merupakan aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran



Komunikasi pemasaran adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual



Komunikasi pemasaran global merupakan efektivitas komunikasi pemasaran yang melewati batas-batas negara



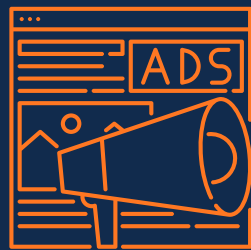


Bentuk Komunikasi Pemasaran



Personal Selling

Penyampaian secara lisan atau lebih mirip dengan percakapan antara satu atau lebih calon konsumen dengan penjual.



Advertising

segala bentuk pesan promosi benda seperti barang, jasa, produk jadi, dan ide yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor dan ditunjukan kepada sebagian besar masyarakat



Sales Promotion

Berbagai kegiatan promosi, antara lain peragaan penjualan, kontes, pemberian sampel, display titik pembelian, pemberian insentif, dan kupon.



Public Relation

Praktik mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Kegiatan PR diantaranya; *sponsorship marketing* dan *publicity*



Next



Variabel yang Mempengaruhi Komunikasi Pemasaran Global



Budaya

Simbol, institusi dan kelompok, dan nilai



Media

Perkembangan media dipengaruhi oleh perubahan struktural dan regulasi menyangkut industri media di setiap negara. Sehingga menyebabkan setiap negara memiliki regulasi yang berbeda-beda terhadap penyebaran informasi melalui media

Next

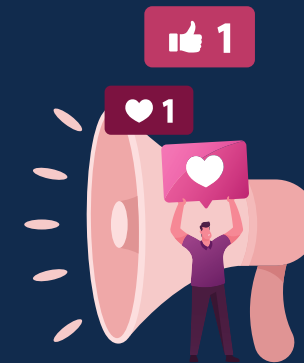


Strategi Perusahaan dalam Menentukan Bauran Promosi



Push Strategy

Menggunakan satuan penjual dan promosi perdagangan untuk mendorong produk melalui saluran pemasaran. Penekanan digunakan kepada saluran pemasaran yang digunakan agar mereka menjual lebih banyak



Pull Strategy

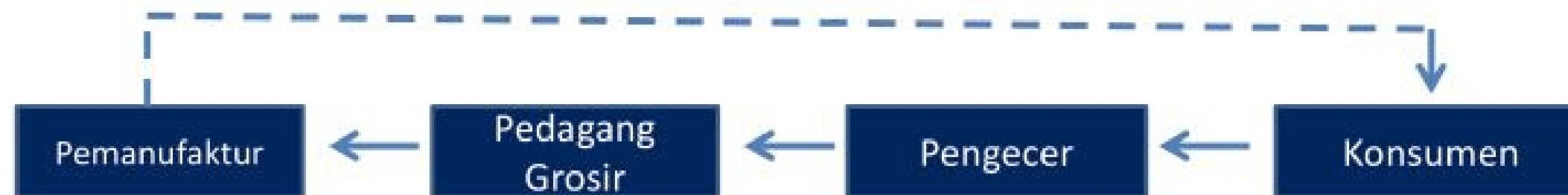
Meningkatkan pengeluaran terhadap periklanan dan promosi untuk meningkatkan permintaan pelanggan. Bila berhasil, maka pelanggan akan meningkatkan pembelian melalui saluran pemasaran

Push dan Pull Strategy

Push Strategy



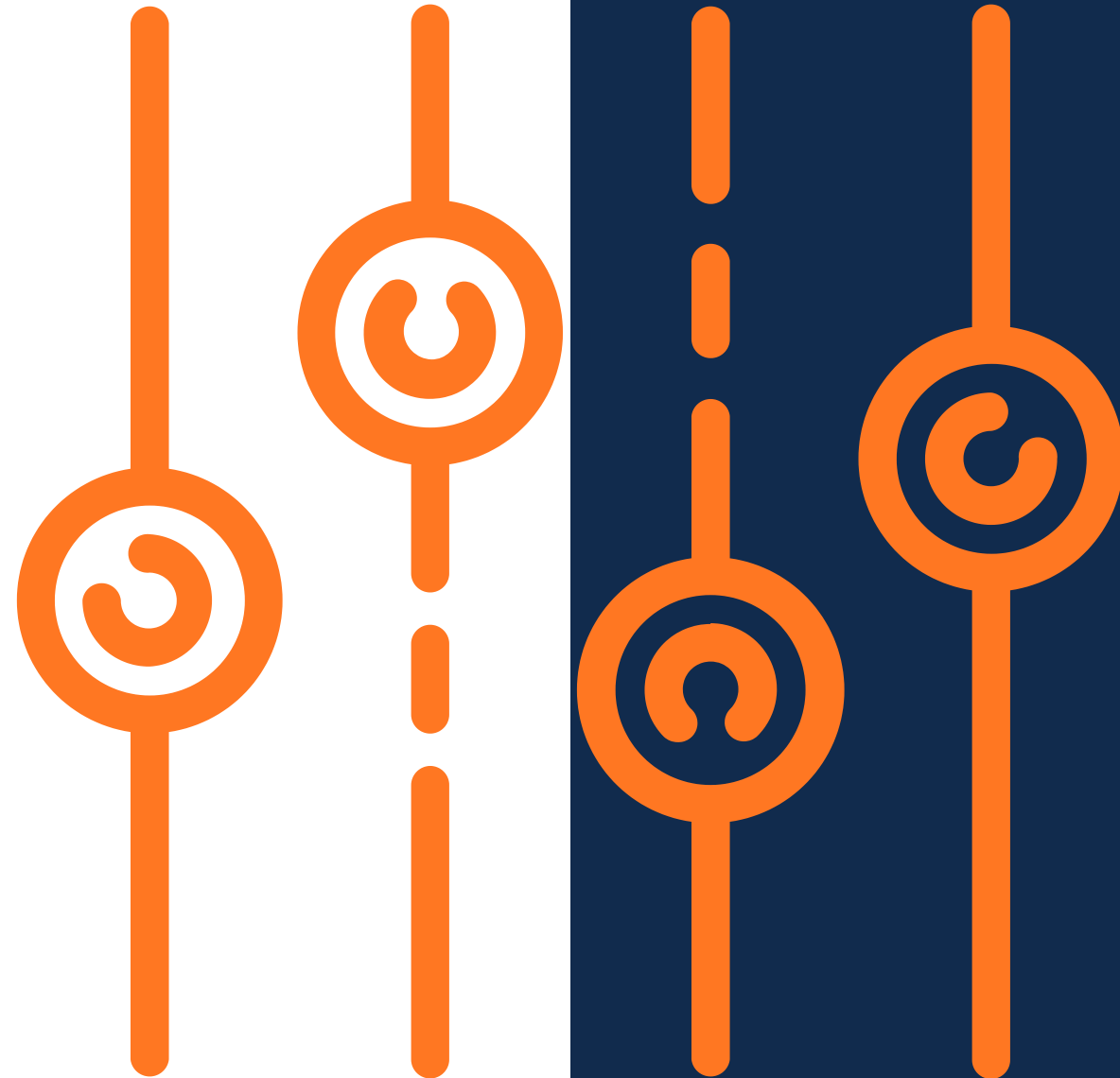
Pull Strategy



Keterangan :

- Aliran stimulasi permintaan
- - - → Aliran promosi

Next



Isu Khusus dalam Komunikasi Pemasaran Global

Perbedaan Bahasa

Penerjemahan merek atau slogan iklan kedalam bahasa negara tujuan dapat penting untuk dilakukan aguna meminimalkan masalah besar jika ternyata makna atau artinya memiliki nilai yang berbeda di negara tujuan

Ketersediaan Media

Ketersediaan media menjadi penting untuk diperhatikan, mengingat media merupakan salah satu yang membantu memfasilitasi komunikasi pemasaran.

Kendali Pemerintah

Regulasi pemerintah bisa menyangkut penggunaan media, pesan yang disampaikan, anggaran periklanan, dan kepentingan agen iklan

Next



Isu Khusus dalam Komunikasi Pemasaran Global

Ketersediaan Agen Iklan

Jumlah dan kualitas agen iklan pada setiap negara cukup bervariasi. Negara maju memiliki jumlah yang cukup memadai dibandingkan dengan negara berkembang

Ketentuan Promosi

Tidak semua kegiatan promosi dapat dilakukan sama diseluruh negara. Perbedaan regulas, sosial dan budaya dapat mempengaruhi perbedaan-perbedaan tersebut.

