



Riset Produk & Target Pemasaran

Studio Desain Grafis III

HARD SELLING

Pendekatan Hard Selling ini mengkomunikasikan campaign dengan menunjukkan brand dapat mudah dijangkau oleh target sasaran.

Pendekatan ini mengkomunikasikan secara langsung (to the point) tujuan dilakukan pemasaran dari campaign tersebut. hard selling ini dapat langsung menunjukkan harga yang ataupun promo yang sedang diadakan oleh brand.



Harga lebih hemat hingga **70%**
Diperpanjang hingga **9 Juli 2019**

SALE

IKEA.co.id | Hidupkan rumah

IKEA



Melalui pendekatan hard selling audience tidak perlu memikirkan nilai-nilai sebuah produk, oleh karena itu prosesnya juga akan lebih singkat.

Pendekatan hard selling ini tidak selalu tentang harga, tetapi juga mempersingkat proses atau user consideration-nya. Misalkan, mempromosikan produk mobil dapat menawarkan test drive untuk audience.

FREE TIM HORTON'S GIFT CARD

WHEN YOU COME IN FOR A TEST DRIVE*

*EXCLUDES 500HP SILVERADO, CORVETTE & CAMARO



REGISTER NOW!

*Conditions may apply. The specific model may differ from this photo.

VICKAR
COMMUNITY
CHEVROLET
"Where Customers Send Their Friends"

📍 964 Regent Ave. West. Winnipeg, MB R2C 3A8

☎ 1 844 319-8919

Melalui pendekatan hard selling audience tidak perlu memikirkan nilai-nilai sebuah produk, oleh karena itu prosesnya juga akan lebih singkat.

Pendekatan hard selling ini tidak selalu tentang harga, tetapi juga mempersingkat proses atau user consideration-nya. Misalkan, mempromosikan produk mobil dapat menawarkan test drive untuk audience.

Win Me!

Samsung Galaxy 128GB S10

Your choice of colour!



Three Samsung Galaxy S10 smartphones are displayed side-by-side against a dark background. From left to right, they are white, teal, and black. Each phone has the 'SAMSUNG' logo visible on its back.



Get it now at our
offline store

YEAR END SALE

CADMAN JACKET
~~IDR 650K~~

NOW
IDR 390K

See More >



bodypack

YEAR END SALE

UP TO
**50%
OFF**

SWIPE UP

See More >



Prof. L. M. TURMUDI BACHRIN



Agus Sidiq

Jurusan
TEK. KOMPUTER & JARINGAN
(Akreditasi A)

Jurusan
FARMASI ASISTEN APOTEKER
(Akreditasi B)

Jurusan
USAHA PERJALANAN WISATA
(Baru)



gratis
biaya pendaftaran

MENERIMA PESERTA DIDIK BARU
TAHUN DIKLAT 2017-2018

Gelombang 1 & 2
24 April - 30 Juni 2017

SMK QAMARUL HUDA
Rekomendasi Dinas Kesehatan: No: 445/1426/Kes/2009
SK Dinas Dikpora: No: 14/Olapora/02/2010

Tes Masuk Ditentukan Saat Pendaftaran

PROGRAM DINGGOLANI!

1. Uang pendaftaran Gratis
2. Bagi juara 1, 2 dan 3 pada SMP/MTs membayar 1/2 biaya daftar ulang.
3. Biaya gratis bagi anak yatim sampai selesai / lulus
4. Tidak di kenakan biaya bagi yg kurang mampu dngan syarat :
 - a. Surat keterangan dari Desa
 - b. Mempunyai KIP (Kartu Indonesia Pintar)
5. Mendapat beasiswa bagi juara 1,2 dan 3.
6. Gratis Baju Olah Raga
7. Gratis baju Praktikum

SMK Qamarul Huda Bagu
Jalan H. Badarudin Bagu Pringgarata Lombok Tengah 83562
www.smkqamarulhuda.sch.id
081 836 6309, 087 729 029 188, 087 865 765 049



BUMN
Hadir untuk negeri

PLN

Gemerlap Lebaran 2018

NYAMANNYA hidup dengan **DAYA LISTRIK** yang **CUKUP**

Diskon Biaya Tambah Daya

50%
khusus pelanggan
220 VA - 197 KVA

100%
Untuk Rumah
Ibadah

Berlaku Hingga 30 Juni 2018
Tambah daya, proses hanya 1 hari*

*Syarat dan ketentuan berlaku
Info Lebih Lanjut Hubungi

www.pln.co.id

Airpaz

Joy to the World

HAVE AN AMAZING CHRISTMAS AND CHEERS TO THE NEW YEARS EVE

SAVE FLIGHT 5% OFF

Promo Code: BESTGIFTS65

Promo Period: Now - 06 Jan 2019
Travel Period: Until 31 January 2019



TRANS 7



3 HAL OBJEK RISET PEMASARAN

Riset Produk

Produk termasuk hal yang paling pokok dalam sebuah pemasaran, jika tidak ada produk/jasanya. Riset produk biasanya menempati urutan pertama dari sebuah riset pemasaran



3 HAL OBJEK RISET PEMASARAN

Riset Harga

Harga juga termasuk hal penting untuk di riset, tujuannya tentu untuk melihat kesesuaian antara harga dengan produknya kemudian juga melihat patokan harga pasaran atau harga produk serupa yang dijual oleh kompetitor bisnis.



3 HAL OBJEK RISET PEMASARAN

Riset Promosi

Riset promosi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan promosi terhadap pemasaran produk.



MENENTUKAN TARGET PASAR

Segmentation.

Segmentasi adalah proses mengkotak – kotakan pasar ke dalam grup tertentu. Kelompok ini didasarkan pada kesamaan kebutuhan atau kesamaan pola dalam melakukan transaksi ekonomi. Segmentasi dilakukan agar perusahaan dapat mengirimkan produk yang lebih baik pada konsumen. Hal ini juga dilakukan untuk membuat perusahaan makin kompetitif.

MENENTUKAN TARGET PASAR

Targeting.

Targeting artinya menetapkan pasar yang menjadi pusat pemasaran produk perusahaan. Targeting menjadi penting karena perusahaan harus memiliki fokus konsumen yang memiliki kecenderungan lebih besar untuk membeli produk mereka.

MENENTUKAN TARGET PASAR

Positioning.

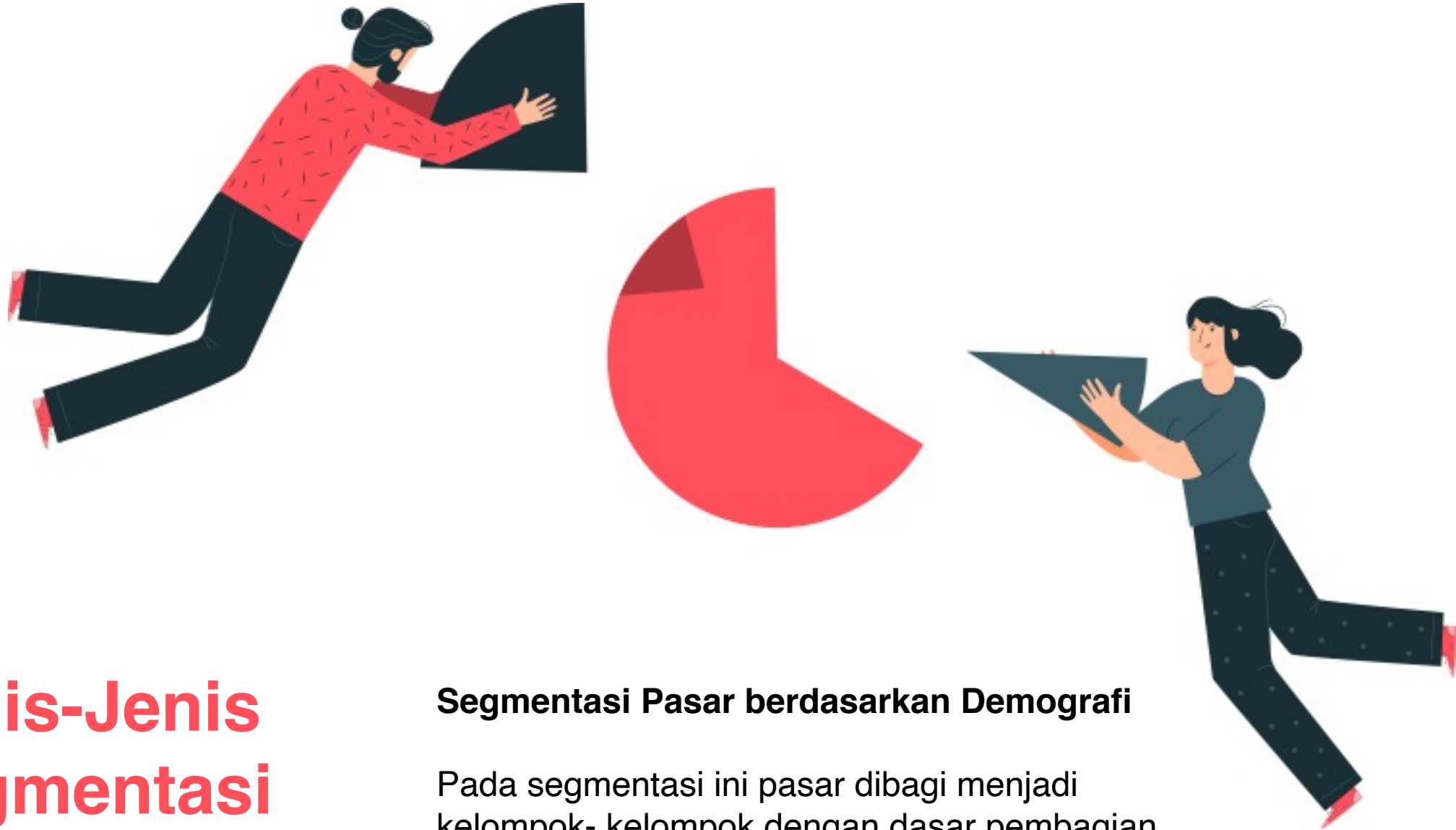
Positioning merupakan penyampaian citra dari suatu produk kepada konsumen. Pemasaran yang baik harus meninggalkan kesan yang sangat kuat terhadap produk dari sisi konsumen.



Jenis-Jenis Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar berdasarkan Geografi

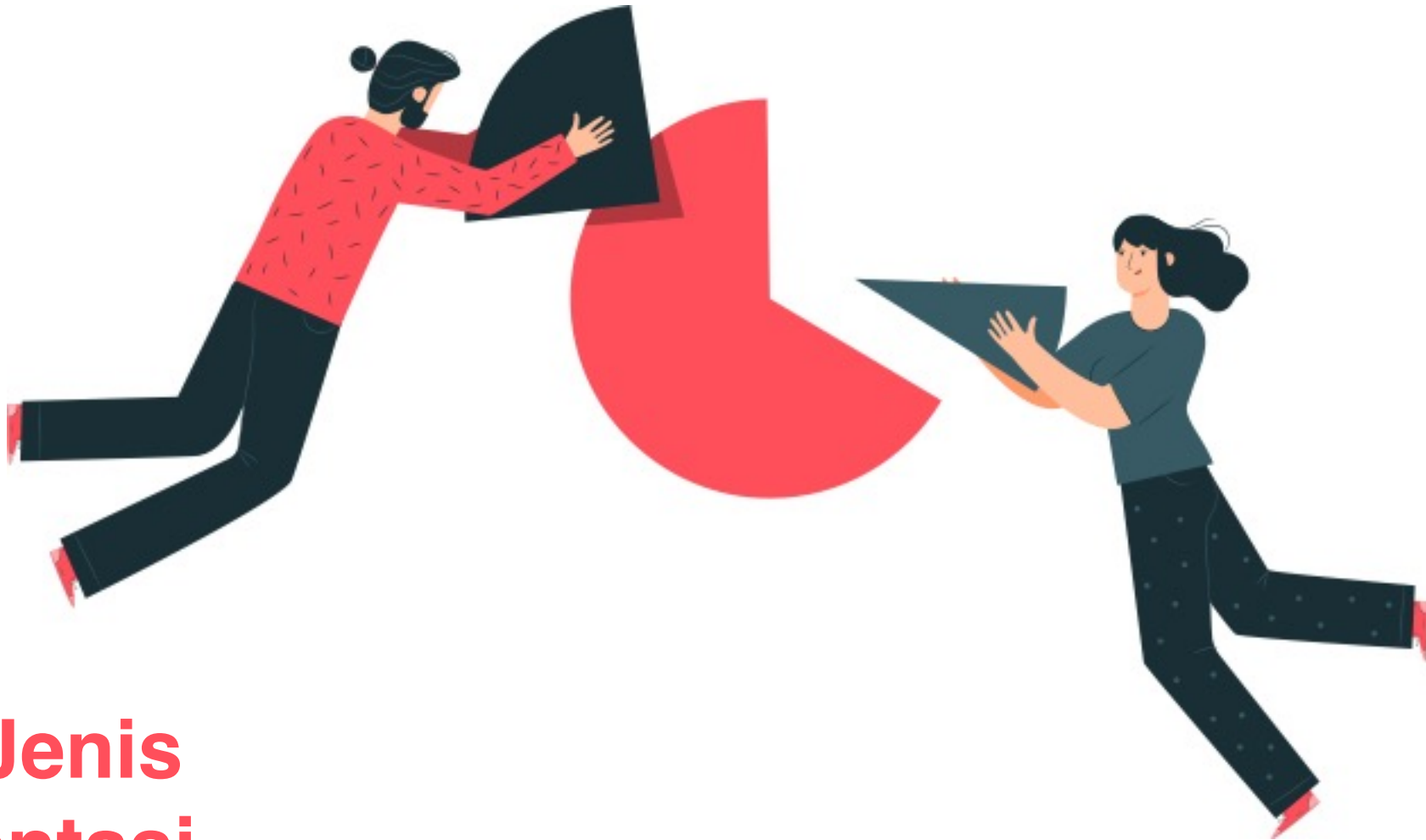
Pada segmentasi ini, pasar dibagi ke dalam beberapa bagian geografi seperti negara, wilayah, kota, dan desa. Daerah geografi yang dipandang potensial dan menguntungkan akan menjadi target operasi perusahaan.



Jenis-Jenis Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar berdasarkan Demografi

Pada segmentasi ini pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok dengan dasar pembagian usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi, dan tingkat pendidikan.



Jenis-Jenis Segmentasi Pasar

Segmentasi psikografi menelaah bagaimana konsumen dengan segmen demografi tertentu merespon suatu stimuli pemasaran.



Jenis-Jenis Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar berdasarkan Sociocultural

Sebagai dasar lebih lanjut untuk segmentasi pasar, segmentasi sosiokultural yang memiliki variabel sosiologis (kelompok) dan antropologis (budaya) dibagi dalam segmen yang sesuai tahap.

Contoh Segmentasi Pasar

Segmentasi Geografis

Aqua menunjukan semua pasar yang ada di wilayah Indonesia. Tidak hanya di perkotaan, tapi kita juga bisa menemukan produk Aqua di pinggiran kota, bahkan pedesaan.



Contoh Segmentasi Pasar

Segmentasi Demografis

Aqua menargetkan orang-orang di semua kalangan dan jenis kelamin. Produk Aqua diproduksi untuk semua kalangan dan untuk dikonsumsi siapa saja.



Contoh Segmentasi Pasar

Segmentasi Psikografis

Aqua ditujukan untuk kalangan kelas sosial menengah. Tapi bisa juga untuk kelas kalangan bawah mengingat ada harga kemasan yang bisa dijangkau kelas kalangan bawah dengan harga pasar Rp 500,- dan Rp 3000,- Selain itu Aqua diperuntukkan bagi orang-orang dengan gaya hidup praktis dan sehat dengan kemasan yang mudah didapat dan dibawa, sehingga Aqua cocok bagi orang aktif dengan mobilitas yang tinggi.



