



PROMOSI PENJUALAN

SDG III/ SEMESTER GANJIL

PENGERTIAN

Semua kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk atau jasa kepada target audiens untuk segera melakukan suatu tindakan

Berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian berjangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar (Kotler: 2005).

Dorongan jangka pendek untuk pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa

TUJUAN PROMOSI PENJUALAN

1. Penjual bisa menggunakan promosi untuk meningkatkan penjualan jangka pendek atau membantu pangsa pasar jangka panjang
2. Mendapatkan lebih banyak dukungan armada penjualan untuk produk sekarang atau produk baru atau dapatkan wiraniaga untuk mencari langganan baru.
3. mendapatkan lebih banyak dukungan armada penjualan untuk produk sekarang atau produk baru atau dapatkan wiraniaga untuk mencari langganan baru

MENINGKATKAN PENJUALAN, MENDORONG PEMBELIAN KONSUMEN DAN
MENDAPATKAN PELANGGAN BARU

ALAT-ALAT PROMOSI PENJUALAN

Menurut Kotler (2005)

1. Sampel. Sejumlah kecil produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk dicoba.
2. Kupon. Sertifikat yang memberi pembeli potongan harga untuk pembelian produk tertentu.
3. Tawaran pengembalian uang (rabat). Tawaran untuk mengembalikan sebagian uang pembelian suatu produk kepada konsumen yang mengirimkan “bukti pembelian” ke perusahaan manufaktur.
4. Paket Harga (transaksi potongan harga/diskon). Menawarkan kepada konsumen penghematan dari harga biasa suatu produk.

5. Premium (hadiah pemberian). Barang yang ditawarkan secara cuma-cuma atau dengan harga sangat miring sebagai insentif untuk membeli suatu produk
6. Program frekuensi. Program yang memberikan imbalan yang terkait dengan frekuensi dan intensif konsumen membeli produk atau jasa perusahaan tersebut.
7. Kontes, undian, dan permainan. Kegiatan promosi yang memberikan konsumen peluang untuk memenangkan sesuatu seperti uang tunai, perjalanan atau barang entah dengan keberuntungan atau dengan usaha ekstra.
8. Imbalan berlangganan. Uang tunai atau hadiah lain yang ditawarkan bagi penggunaan suatu produk atau jasa perusahaan.
9. Pengujian gratis. Mengundang calon pembeli menguji-coba produk tanpa biaya dengan harapan mereka akan membeli.
10. Garansi produk. Janji eksplisit atau implisit penjual bahwa produk tersebut akan bekerja sebagaimana telah ditentukan.
11. Promosi bersama. Dua atau lebih merk perusahaan bekerja sama dengan kupon, pengembalian uanga, dan kontes untuk meningkatkan daya tarik.
12. Promosi – silang. Menggunakan suatu merk untuk mengiklankan merk lain yang tidak bersaing.
13. Point of purchase. Display atau peragaan yang berlangsung ditempat pembayaran atau penjualan.