

#JadiYangKamuMau

harisenin.com

Minischool Digital Marketing

Assignment

Prepared by : Febe Jovita



#JadiYangKamuMau

harisenin.com

Soal:

- Buatlah Brand Value Proposition dari salah satu product favorit dari NESTLE yang terdiri dari:
 - a. Summary Product kamu
 - b. Target Audience (Buyer Persona)
 - c. Media Recommendation
 - d. Brand Communication



#JadiYangKamuMau

harisenin.com

Summary Product

BEAR BRAND

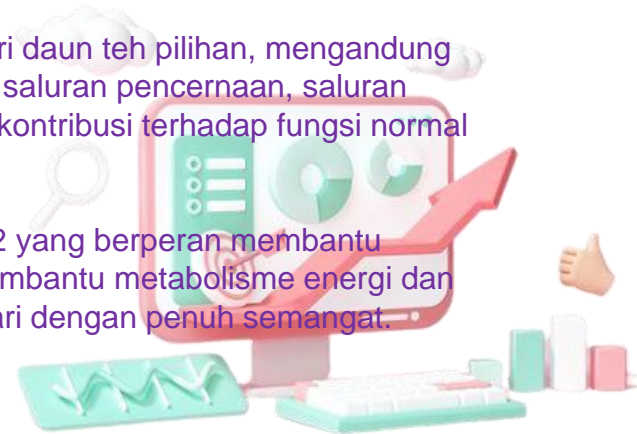
BEAR BRAND terbuat dari 100% susu murni berkualitas tinggi yang telah mengalami proses sterilisasi sehingga dapat langsung dikonsumsi.

Dengan segala kebaikan susu, kemurnian **BEAR BRAND** dapat membantu memenuhi kebutuhan nutrisi.

BEAR BRAND GOLD

BEAR BRAND GOLD White Tea dengan kandungan teh putih yang diperoleh dari daun teh pilihan, mengandung vitamin A yang membantu mempertahankan keutuhan lapisan permukaan (mata, saluran pencernaan, saluran pernafasan dan kulit), serta merupakan sumber vitamin C, dan vitamin E yang berkontribusi terhadap fungsi normal daya tahan tubuh jika disertai dengan diet gizi seimbang dan olah raga teratur.

BEAR BRAND GOLD White Malt dengan kandungan malt dan vitamin B1 dan B2 yang berperan membantu dalam perubahan karbohidrat menjadi energi, serta vitamin B6 yang berperan membantu metabolisme energi dan pembentukan jaringan, dan sumber vitamin B12. Dukung jalani aktivitas sehari-hari dengan penuh semangat.



#JadiYangKamuMau

harisenin.com

Target Audience (Buyer Persona)

Produk seperti “**Bear Brand**” merupakan produk yang segmentasinya pada masyarakat merata usia 19-45 tahun. Yang mana mereka merupakan masyarakat dengan tingkat kegiatan yang cukup tinggi, dan gaya hidup yang sehat serta sesuai dengan segmentasi geografisnya yakni masyarakat perkotaan dan fokus distribusinya pada minimarket dan supermarket. Melalui hal tersebut “**Bear Brand**” menggunakan strategi pasar yang cukup luas, dan pemasarannya menitik beratkan pada produk sehat yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas.



#JadiYangKamuMau

harisenin.com

Media Recommendation

1. Televisi
2. Video (Youtube, TikTok, Instagram)
3. Ecommerce (Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, BliBli)
4. Online to offline (Indomaret, Alfamart, Transmart)



Alasan : Karena masyarakat Indonesia sering menggunakan keempat media tersebut.

Bear Brand juga menggunakan teknik promosi yang cukup unik di mana dalam iklannya menggunakan unsur naga sedangkan ikon produknya menggunakan unsur beruang dan untuk produknya sendiri merupakan produk susu sapi.



Kemurnian Bantu Lindungi Dari Segala Ancaman. BEAR BRAND, Rasakan Kemurniannya!

#JadiYangKamuMau

harisenin.com

Brand Communication

“Bear Brand” begitu kuat dalam membangun posisi sebagai susu sehat steril yang memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia, bukan hanya melalui bagaimana susu tersebut diproduksi dan kandungan bahan apa saja yang ada dalam produk tersebut namun dengan pemasaran dan promosi yang cukup baik untuk semakin memperkuat posisi produk “Bear Brand”. Produk ini menurut identifikasi yang diperoleh berusaha membangun citra di mana produk ini tidak hanya dikonsumsi sebagai minuman yang dikonsumsi ketika sedang sakit saja namun berusaha menempatkan dirinya sebagai produk daily life, yang dapat dikonsumsi sehari-hari tanpa menunggu kondisi badan yang sedang menurun.

Saran: untuk juga berkolaborasi dengan pakar kesehatan sebagai Brand Ambassador.



#JadiYangKamuMau

harisenin.com

Thank You

LinkedIn : www.linkedin.com/in/febe-jovita-7b1572246

Email : febejovita@gmail.com

Instagram : <https://instagram.com/fjovitaj>

Github (My portfolios) : <https://github.com/FebeJovita>

