

**Branding**

# BRAND

- Pada dasarnya, kita menjual **BRAND**, dan bukan **PRODUK**.
  - Brand (Merek) membuat produk yang sama menjadi dipersepsi berbeda → sehingga dapat dihargai berbeda pula

Here are the most valuable brands in 2023:

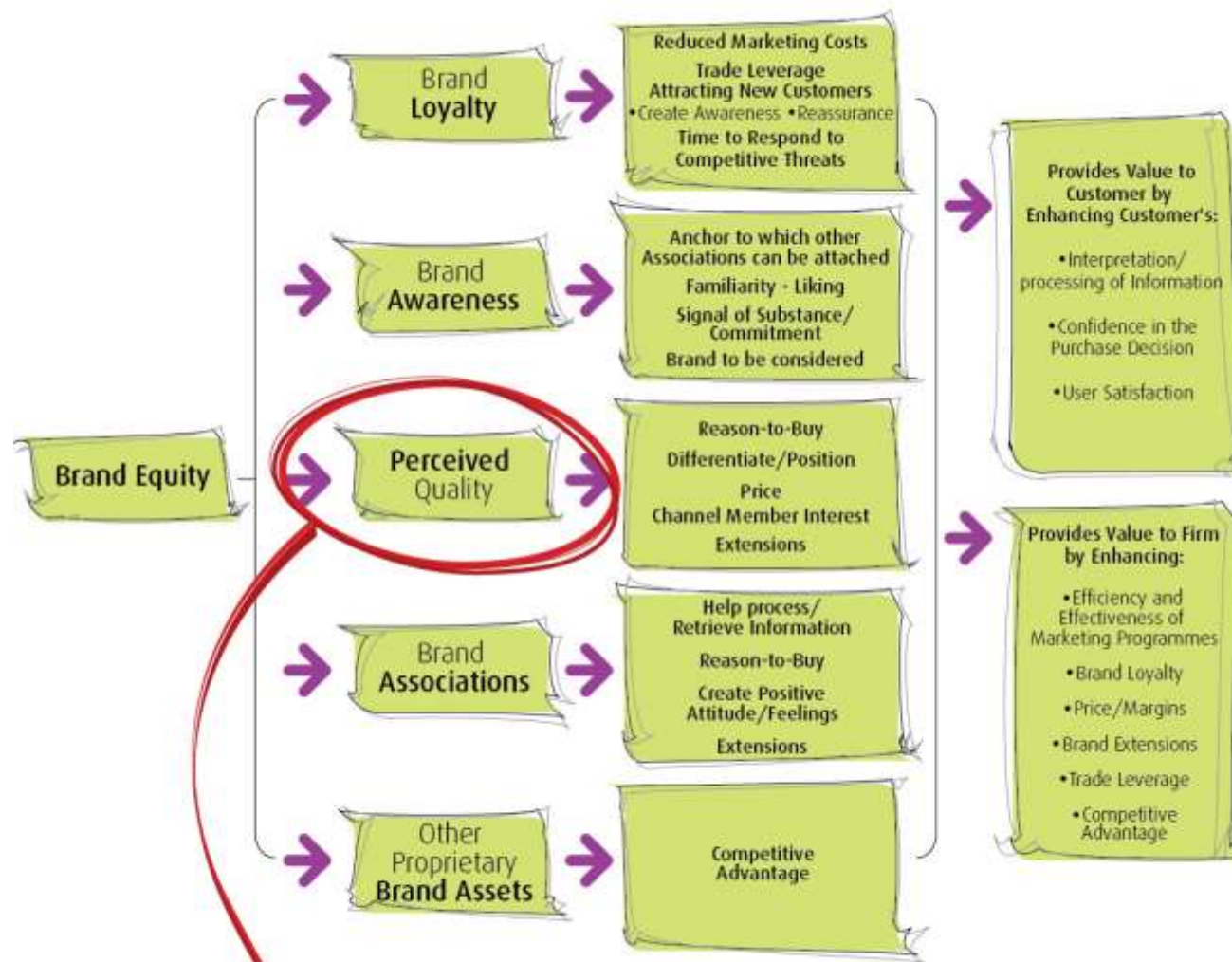
Search:

Rank	↕	Brand	↕	Brand Value (B)	↕	Country	↕	Sector
1		Amazon		\$299.3		U.S.		Retail
2		Apple		\$297.5		U.S.		Tech
3		Google		\$281.4		U.S.		Media
4		Microsoft		\$191.6		U.S.		Tech
5		Walmart		\$113.8		U.S.		Retail
6		Samsung Group		\$99.7		South Korea		Tech
7		ICBC		\$69.5		China		Banking
8		Verizon		\$67.4		U.S.		Telecoms
9		Tesla		\$66.2		U.S.		Automobiles
10		TikTok/Douyin		\$65.7		China		Media

# Definisi MEREK (BRAND)

- suatu nama, simbol, tanda, desain atau gabungan di antaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki **untuk membedakan** dengan produk jasa lainnya.

# How Brand Equity Generates Value



**Only Asset that has been proved to drive Financial Performance**

Source: Building Strong Brands, Managing Brand Equity. ©1991 David A Aaker

# Strategi BRANDING

- Lakukan strategi agar merek kita **DIKENAL**  
OLEH KONSUMEN/CALON KONSUMEN

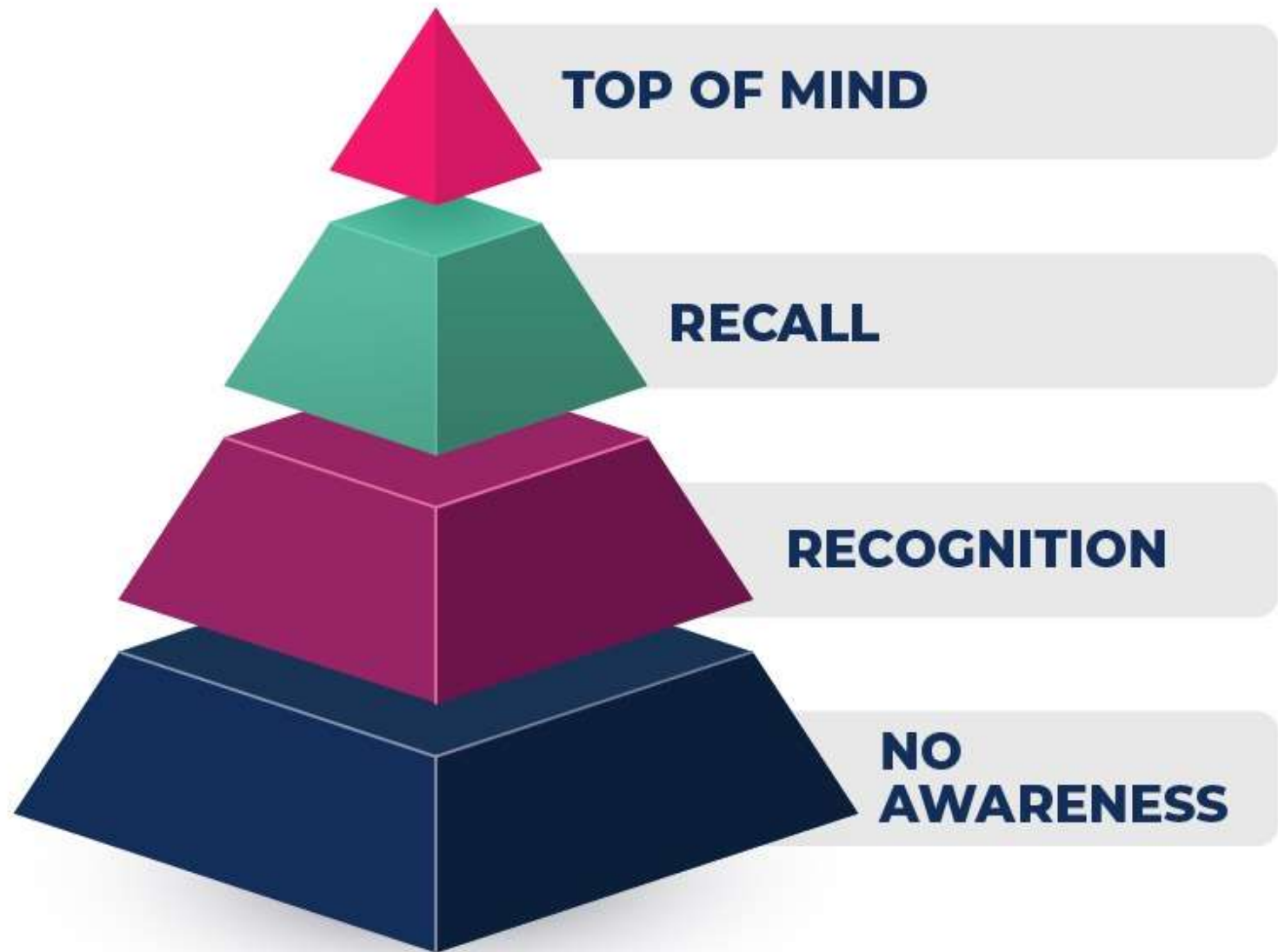
Strategi mendapatkan

**BRAND AWARENESS**

yang terus meningkat

# BRAND AWARENESS

- Jika merek belum dikenal luas, atau merek baru dimunculkan, lakukan kegiatan promosi secara masif:
  - Lewat iklan di media massa
  - Melalui komunitas atau media sosial
  - Jika diperlukan, lakukan kebijakan DISKON untuk periode dan syarat tertentu, untuk mendorong calon konsumen mencoba produk kita







NVIDIA

acer



Google

amazon.com



AMD



Unilever



Genius

adidas



ANDROID



ASUS

BlackBerry



**JOGER PABRIK KATA-KATA**

Jln. Raya Kuta (lantai pertama), Kuta, Bali, Indonesia. Telp. 0361-752523  
Telp. & Fax 0361-753058 E-mail suwars\_joger@dps.centrin.net.id



**Dwidaya**tour



**Garuda Indonesia**



**PURI SARON**



**ASTON**

**Hotels & Resorts**

# Strategi BRANDING

- Setelah dikenal, lakukan strategi agar konsumen/calon konsumen mempunyai **pandangan kualitas** tertentu terhadap merek kita

Strategi mempersepsikan

## PERCEIVED QUALITY

di benak konsumen

# PERCEIVED QUALITY

- Ingat! Dalam dunia marketing, produk berkualitas pada dasarnya adalah sebuah PERSEPSI!
- Bagus/tidak, berkualitas/tidak, irit/tidak tergantung *cara pandang* konsumen, dan tidak harus disertai fakta yang mendetail!

# Strategi BRANDING

- Setelah konsumen membeli dan menikmati produk/jasa kita, upayakan mereka mempunyai **asosiasi/kesan/sikap yang positif** terhadap merek kita

Strategi memunculkan

## **BRAND ASSOCIATION**

terhadap merek kita

# BRAND ASSOCIATION

- Contoh asosiasi yang dapat dibangun:

## Merek

BMW

Joger

MASPION

Apple

.....

## Asosiasi

Prestise, mewah

kreatif, kata-kata, kaos

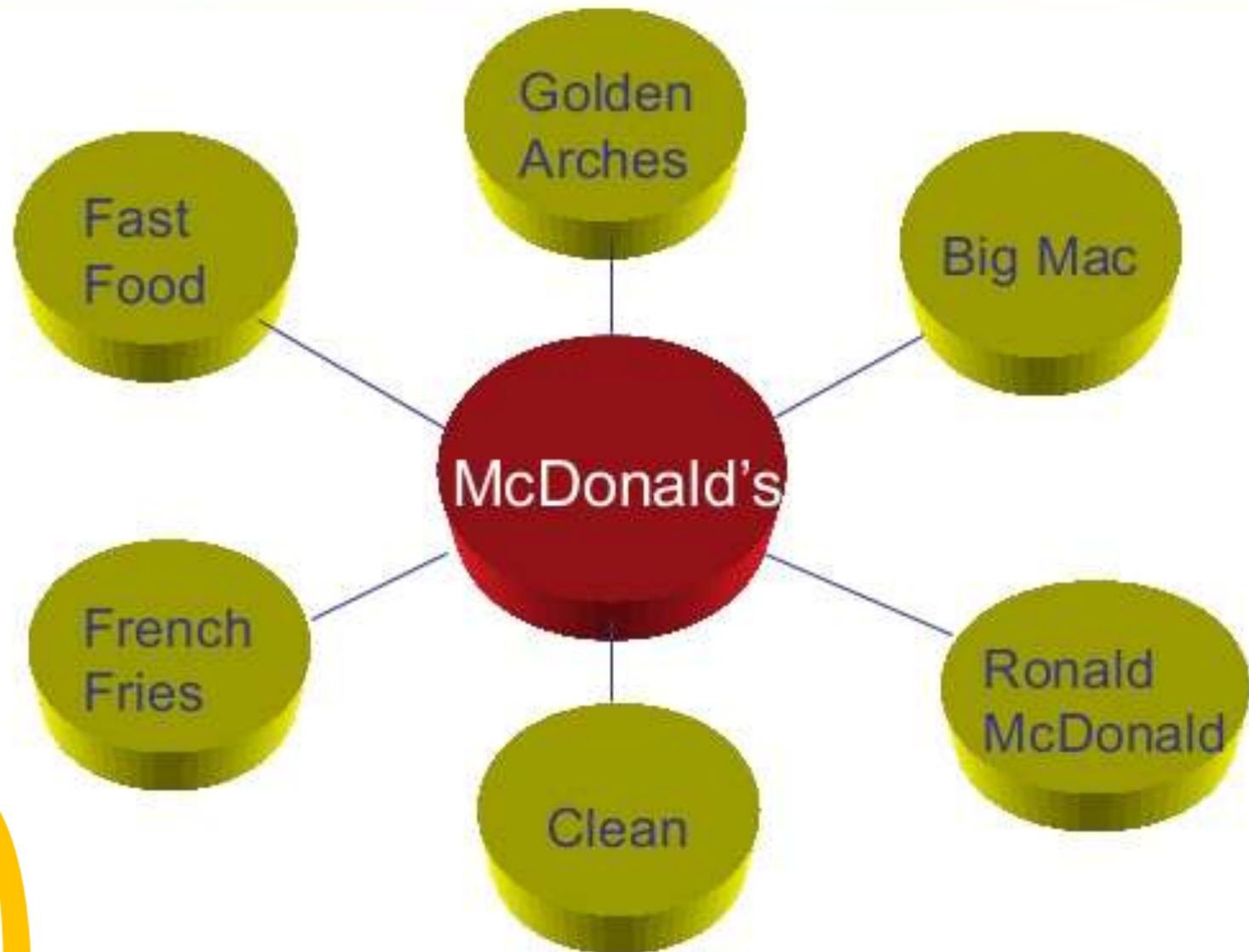
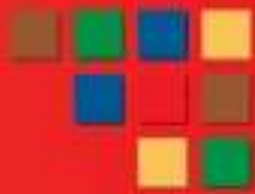
produk Indonesia

kualitas bagus, mahal

.....



# McDonald's Brand Associations



# Strategi BRANDING

- Dalam jangka panjang, upayakan konsumen setia dengan merek kita.

Strategi mendapatkan

# BRAND LOYALTY



# BRAND LOYALTY

- Ciri konsumen SETIA dengan merek kita:
  - Ingin membeli berulang-ulang
  - Tidak tergoda untuk pindah (secara permanen) ke merek lain
  - Memuji merek kita secara spontan
  - Mau merekomendasikan merek kita pada teman/rekan/saudara mereka

**Brand  
Equity**

```
graph TD; A[Brand Equity] --> B[Brand Awareness]; A --> C[Perceived Quality]; A --> D[Brand Association]; A --> E[Brand Loyalty];
```

**Brand  
Awareness**

**Perceived  
Quality**

**Brand  
Association**

**Brand  
Loyalty**

# Strategi BRANDING

- Strategi branding adalah strategi agar sebuah merek dikenal, dipersepsi positif, disukai, dibeli, dan konsumen menjadi loyal dengan merek tersebut.
- Strategi branding bersifat JANGKA PANJANG, bukan jangka pendek.
- Strategi branding menggunakan bakat, seni, dan talenta pebisnis agar dapat sukses.