

**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:

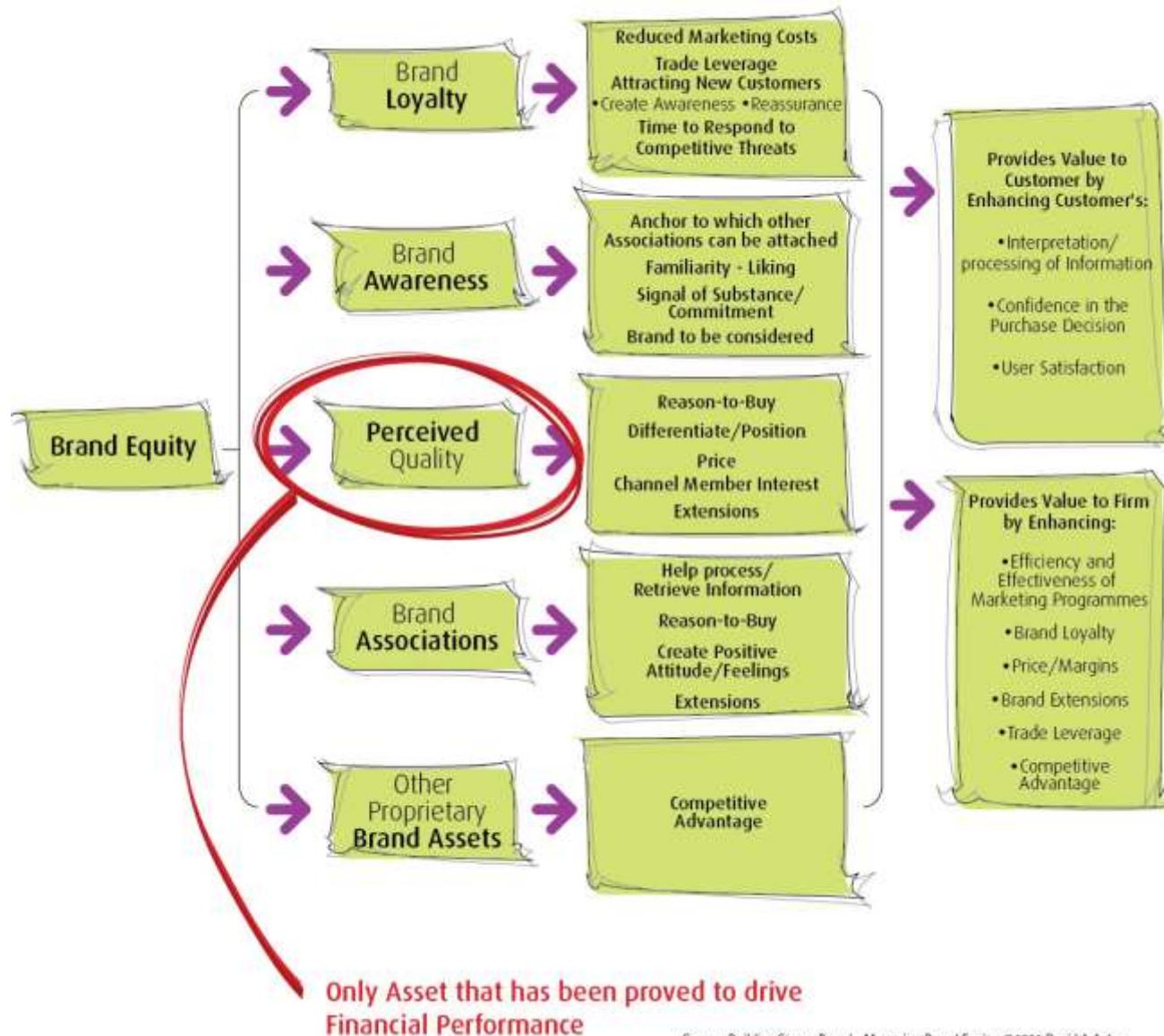
Search:

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



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

# Strategi BRANDING

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

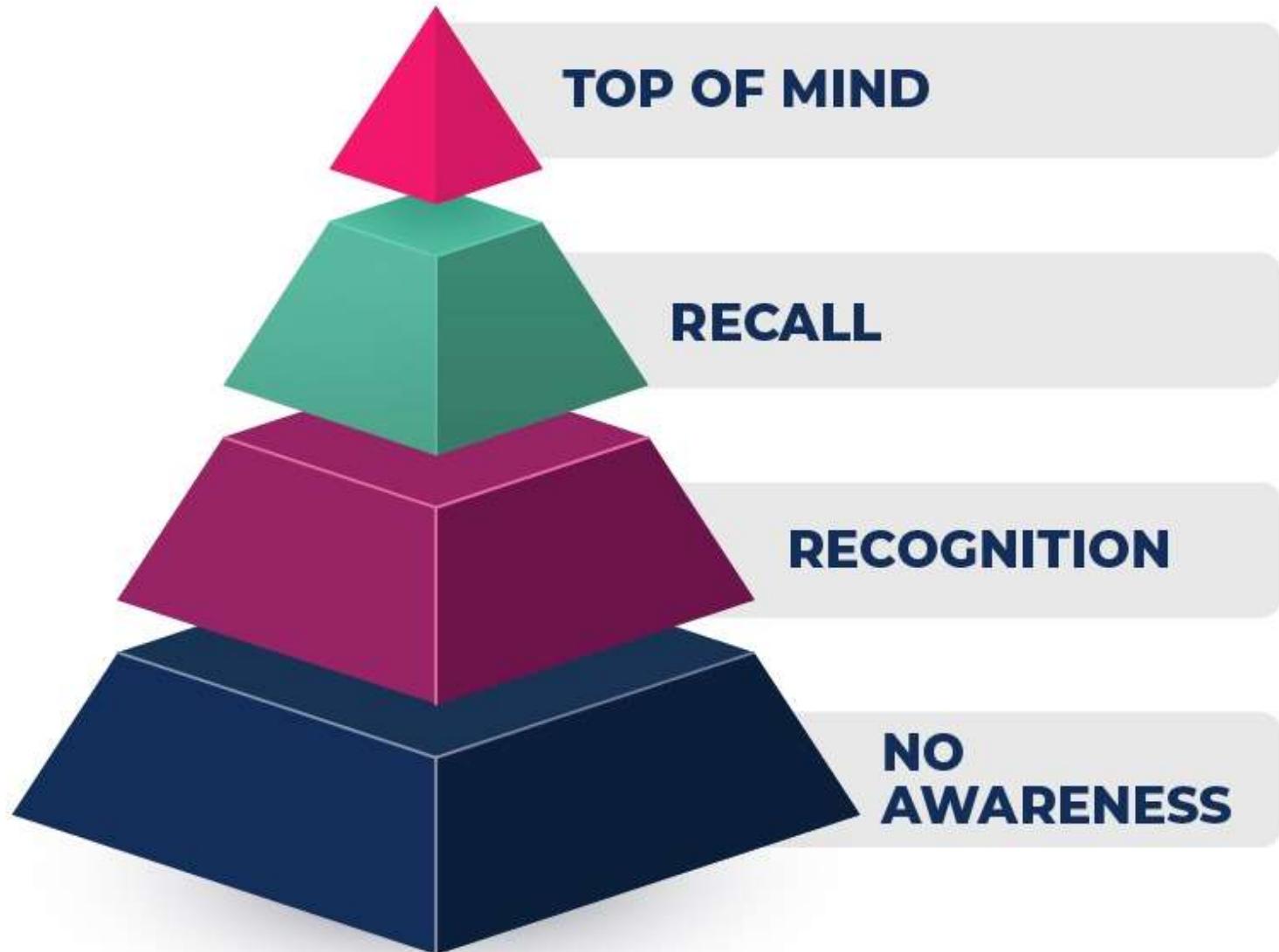
Strategi mendapatkan

**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





acer

nVIDIA.

Google

SAMSUNG

amazon.com



Genius

Unilever



ANDROID



ASUS



BlackBerry



JOGER PABRIK KATA-KATA

Jln. Raya Kuta (tanpa nomor), Kuta, Bali, Indonesia. Telp. 0361-782523

Telp. & Fax 0361-753058 E-mail: suara\_joger@dps.centrin.net.id



Dwidayatour



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 mempersiapkan

## 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

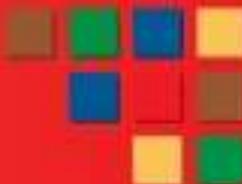
kreatif, kata-kata, kaos

produk Indonesia

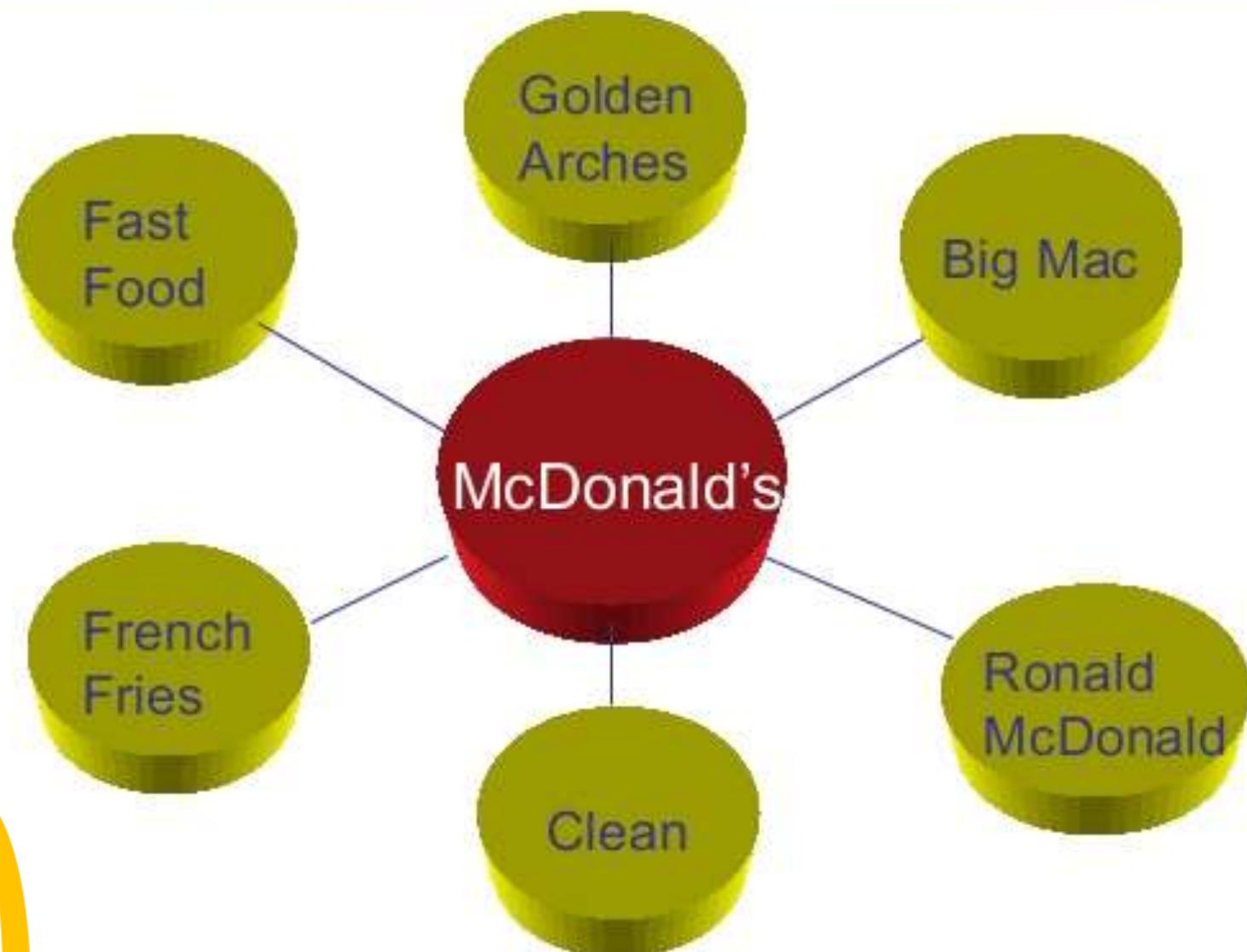
kualitas bagus, mahal

.....

.....



# 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**



**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.