

Tesla

To Accelerate The World's
Transition to Sustainable
Energy

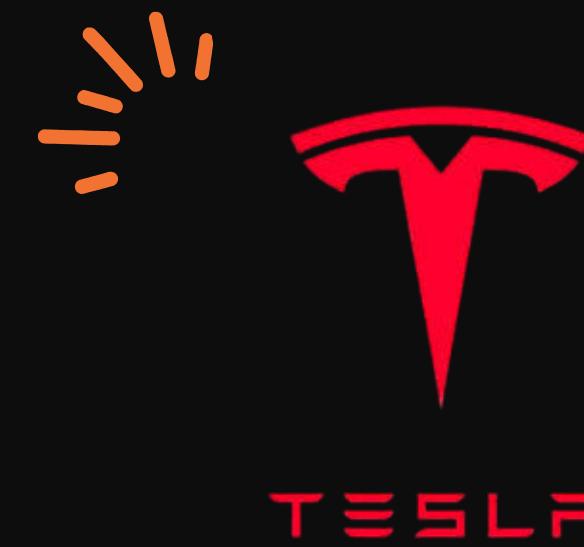


Rafael Evan Kristanto
72230610

Narendra Andaru Prabaswara
72230614

Adhi Prasetyananda Hartono
72230618

Evan Kurnia Wijaya
72230642



Tesla adalah mobil listrik asal Amerika Serikat yang dikenal dengan teknologi canggih dan desain futuristik. Kendaraan ini hadir sebagai solusi ramah lingkungan untuk mengurangi polusi udara dan ketergantungan pada energi fosil

Target pasar Tesla adalah Individu urban menengah ke atas

EV

Tesla Model X
Berdasarkan Pesanan

LIHAT PROMO

[2 VARIAN >](#)

EV

Tesla Model S
Berdasarkan Pesanan

LIHAT PROMO

[2 VARIAN >](#)

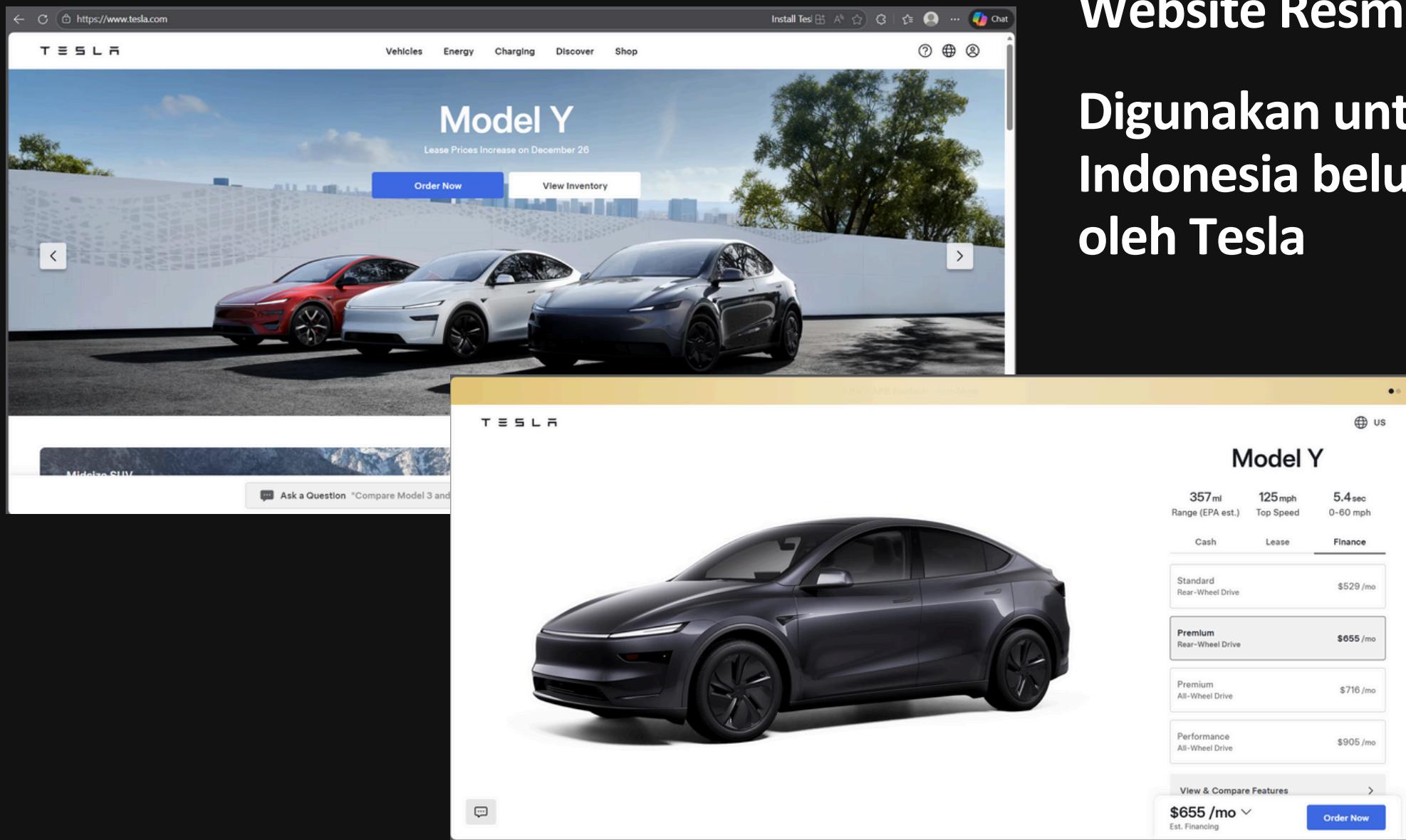
EV

Tesla Model 3
Berdasarkan Pesanan

LIHAT PROMO

[3 VARIAN >](#)

Acquired Konsumen



Website Resmi

Digunakan untuk katalog dan pembelian(di Indonesia belum berlaku) mobil yang dijual oleh Tesla

Awareness & Action

Dalam AIDA, Website berfungsi sebagai prinsip **Awareness** untuk menarik perhatian calon pembeli mobil tesla dengan menampilkan katalog mobil-mobil Tesla. Kemudian terjadi **Action** dimana calon pembeli yang sudah tertarik dengan produk Tesla akan melakukan pembelian mobil Tesla tersebut



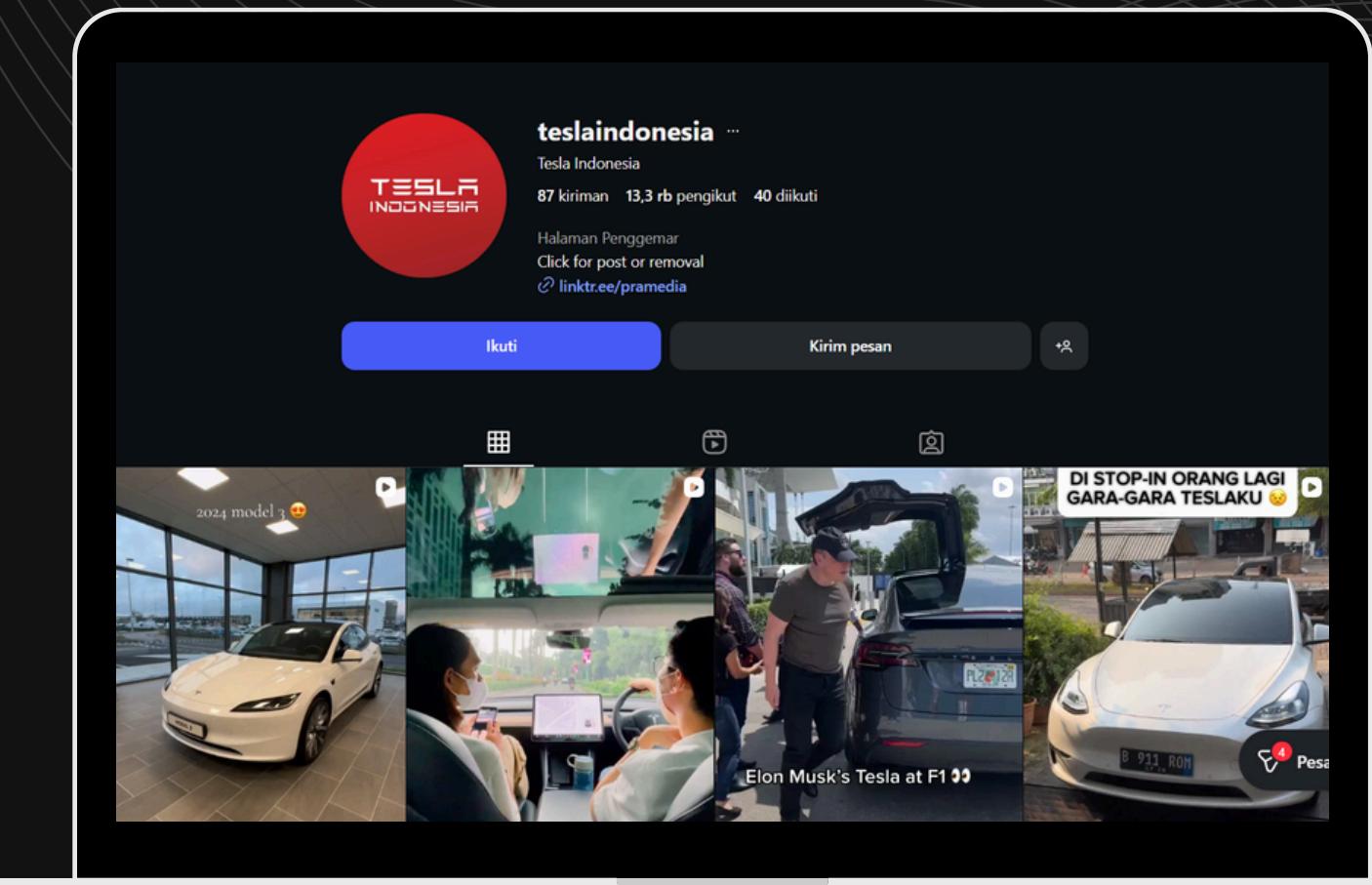
Acquired Konsumen

Media Sosial Resmi

Tesla menggunakan media sosial resmi seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk membagikan konten promosi, edukasi produk, serta kampanye digital guna meningkatkan awareness dan menarik minat calon konsumen.

Interest

Dalam AIDA, Media sosial seperti Instagram menjadi sebuah strategi promosi terhadap calon pembeli agar semakin tertarik untuk membeli produk Tesla, dimana hal tersebut adalah penerapan strategi dasar AIDA yaitu **Interest**



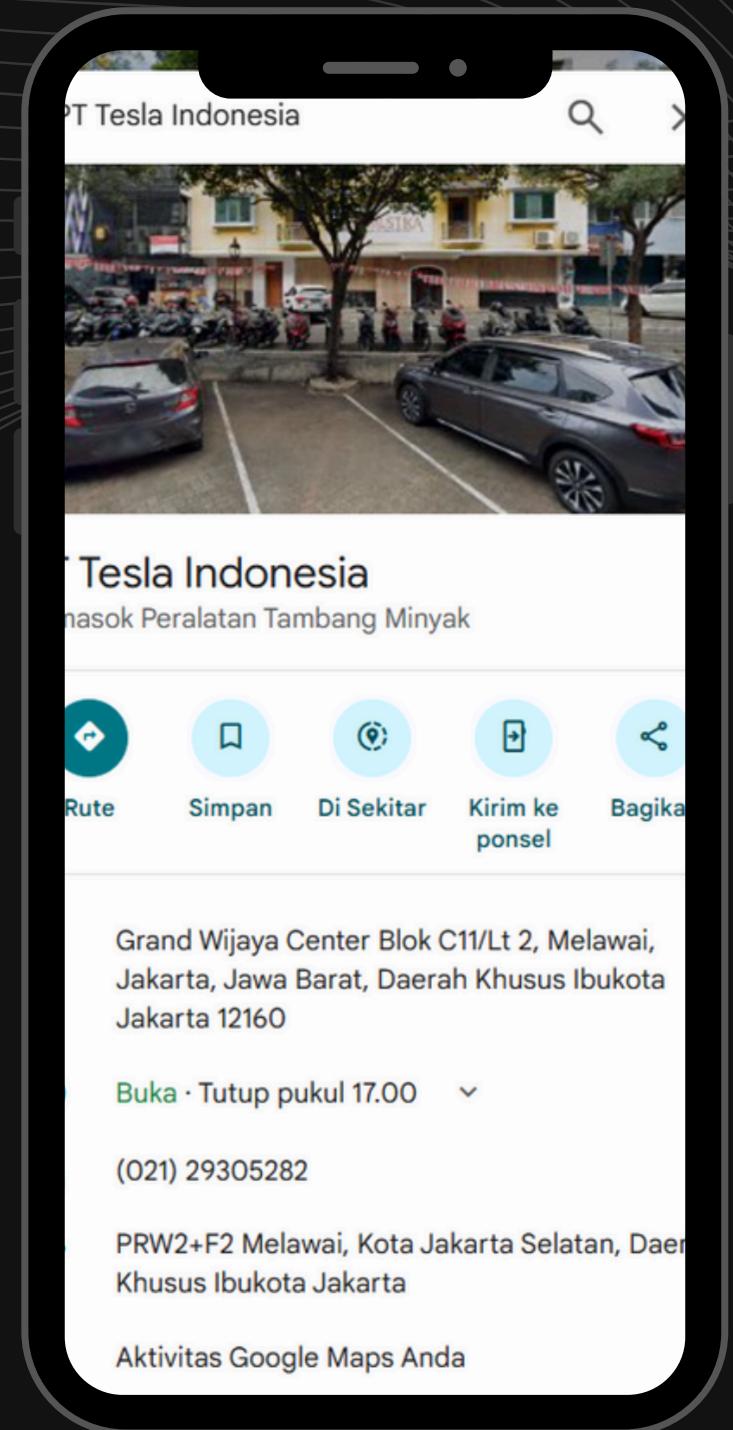
Acquired Konsumen

Google Business Profile

Google Business Profile dimanfaatkan untuk menampilkan informasi dealer, jam operasional, ulasan pelanggan, dan kontak sehingga meningkatkan kredibilitas merek dan memudahkan konsumen menghubungi tesla melalui pencarian Google.

Desire

Dalam AIDA, Google Business Profile adalah salah satu media promosi untuk Tesla kepada calon pembeli karena menunjukkan bahwa produk Tesla memiliki cabang resmi yang sudah ada di Indonesia dan dapat di cek melalui platform seperti Google Maps. Hal tersebut menerapkan prinsip **Desire** untuk meyakinkan calon pembeli agar calon pembeli dapat semakin mempertimbangkan untuk membeli produk Tesla



Enhanced Konsumen

Digital Branding Tools

UPSELLING



Model Y dengan Autopilot, baterai
lebih besar MaH, bodykit

CROSS
SELLING



Aksesoris resmi, Asuransi kendaraan,
Pemasangan Charger di Rumah,
Paket servis & ganti baterai berkala





Enhanced Konsumen

Digital Branding Tools



Google Looker Studio

Mengubah data mentah menjadi wawasan visual yang mudah dipahami untuk pengambilan keputusan yang cepat.



Odoo CRM

Sistem CRM terintegrasi untuk optimalisasi interaksi dan manajemen prospek guna memperkuat loyalitas melalui pemantauan penjualan sistematis.



Chatbot AI

Memberikan layanan responsif 24/7 untuk meningkatkan keterlibatan dan memicu niat beli konsumen.





Retain Konsumen

After Sales Service (Servis Berkala, Garansi)

- Merasa aman karena ada garansi & servis resmi
- Terikat ke bengkel resmi (lock-in effect)

Service Reminder Otomatis (Notifikasi Servis & Perawatan)

Menggunakan sistem terintegrasi yang terhubung ke dalam database yang dapat mengingatkan pelanggan untuk melakukan servis berkala

Update Software Berkala (OTA)

Menggunakan sistem terintegrasi yang terhubung ke dalam database yang dapat mengingatkan pelanggan untuk melakukan servis berkala

Loyalty Program

Menyediakan membership untuk pelanggan yang membeli produk



KESIMPULAN

Acquired Konsumen



Tesla menggunakan **website resmi** sebagai **Awareness** dan **Action**, menggunakan **media sosial** sebagai **Interest** dan **Google Business Profile** sebagai **Desire**

Enhanced Konsumen

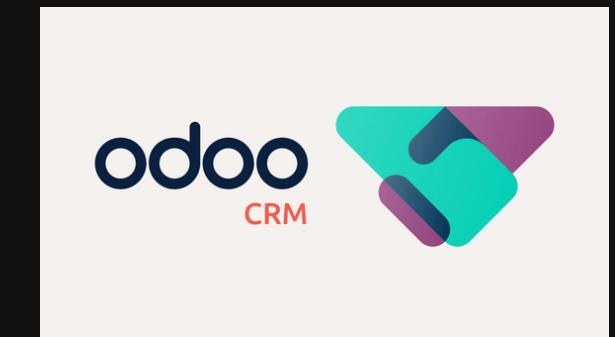


Tesla menggunakan 2 metode **Up-selling** dan **Cross-selling** serta menggunakan **beberapa digital branding tools** untuk meningkatkan ketertarikan dan daya beli konsumen

Retain Konsumen



Tesla menggunakan 4 metode yaitu **after sale service**, **update software berkala**, **service reminder** serta **loyalty program** untuk mengikat konsumen



Presented by Kelompok 6

terimakasih