**Marketing Strategy Development**

1. Part One – Overall:
2. Target Market

Produk ini ditujukan kepada masyarakat dengan rentang usia 8 – 30 tahun, khususnya bagi masyarakat yang kurang gemar membaca buku.

1. Planned Product Positioning:

* Ada mini games yang memberikan keseruan tersendiri
* Memberikan tambahan pengetahuan pada penggunanya
* Tidak membosankan
* Mudah digunakan

1. Sales & Profit Goals

Sales goals yang menjadi target kami adalah jumlah pengguna sebesar kurang lebih 5000 pengguna dalam 3 tahun. Profit didapatkan dari iklan pada saat *life*/nyawa habis, dan jika sudah banyak pengguna, dari *endorsement* dalam aplikasi. Profit goals yang kami harapkan dan menjadi target kami adalah kembali modal dalam waktu 5 tahun dan juga profit per tahun sebesar Rp. 35.000.000,-.

1. Market Share:

* Sekali *endorse* dalam aplikasi untuk satu minggu seharga Rp. 1.000.000,-
* Iklan (untuk mendapatkan life) untuk satu minggu seharga Rp. 1.000.000,-
* Pembagian *revenue* yang dihasilkan antara *owner* dan *investor* sebesar 50% - 50%

1. Part Two – Short-Term:
2. Product’s Planned Price

Product direncanakan untuk dipasang harga gratis karena profit sudah didapatkan dari endorse dan pengiklanan dalam aplikasi.

1. Distribution

Seluruh Indonesia melalui media sosial dan laman internet.

1. Marketing Budget

Dianggarkan biaya pengiklanan pada laman-laman besar di internet (detik.com, kompas.com) seharga Rp. 2.000.000,-/bulan. Juga melakukan endorse pada media sosial (seperti Instagram) dengan harga Rp.1.000.000,-/*endorse*

1. Part Three – Long-Term:
2. Sales & Profit Goals

Strategi kami untuk mencapai 5000 pengguna dalam 3 tahun adalah dengan mempromosikannya melalui iklan-iklan pada game-game lain yang terkenal, seperti Piano Tiles 2, Mobile Legend, AOV, dll.

1. Marketing Mix Strategy

Product yang ditawarkan adalah aplikasi game pembelajaran khususnya bagi yang kurang gemar membaca. Promotion yang dilakukan adalah iklan pada laman-laman besar seperti detik.com dsb. Dengan value proposition yang produk ini miliki, price yang kami tentukan adalah gratis, karena keuntungan berasal dari pengiklanan dan *endorsement*. Place dimana kita melakukan penyebaran produk adalah melalui sebuah laman yang dapat diakses secara terbuka.

**Test Market**

1. Standard Test Market

Kami akan menyebarkan aplikasi permainan yang telah didevelop kepada teman sekelas kami untuk meminta *feedback* dari mereka.

1. Controlled Test Market

Kami akan menyebarkan aplikasi permainan yang telah didevelop dengan cara memasang *link* aplikasi tersebut pada semua media sosial atau laman pribadi kami dan meminta saran mereka.

1. Simulated Test Market

Kami akan membuat media sosial khusus untuk produk ini dan mem-*follow* masyarakat kemudian membagikan aplikasi permainan yang telah didevelop ke orang-orang yang telah di-*follow* tadi.