**Rangkuman Chapter 20**  
Pemasaran online memberi para pemasar peluang untuk interaksi dan individualisasi yang jauh lebih besar melalui situs web yang dirancang dan dijalankan dengan baik, iklan pencarian, iklan bergambar, dan email.

Media sosial datang dalam berbagai bentuk: komunitas online dan forum, blog, dan jejaring sosial seperti facebook, twitter, dan youtube.

Media sosial menawarkan pemasar kesempatan untuk memiliki suara publik dan kehadiran online untuk merek mereka dan memperkuat komunikasi lainnya. Pemasar dapat membangun atau memanfaatkan komunitas online, mengundang partisipasi dari konsumen dan menciptakan aset pemasaran jangka panjang dalam proses tersebut. Media sosial menjadi satu-satunya sumber komunikasi pemasaran untuk suatu merek.

Pemasaran dari mulut ke mulut(Word-of-Mouth) menemukan cara untuk melibatkan pelanggan sehingga mereka akan memilih untuk berbicara secara positif dengan orang lain tentang produk, layanan, dan merek. Viral marketing mendorong orang untuk bertukar informasi online terkait produk atau layanan.

Pemasaran seluler(Mobile Marketing) merupakan bentuk pemasaran interaktif yang semakin penting dimana pemasar dapat menggunakan pesan teks, aplikasi perangkat lunak, dan iklan untuk terhubung dengan konsumen melalui Smartphone dan tablet mereka.  
  
**Jawaban No.2**Ronald McDonald harus tahu audiens apa yang ingin mereka capai dan respons apa yang ingin mereka dapatkan. Mereka harus menyandikan pesan mereka sehingga target audiens dapat berhasil memecahkan kode mereka. Mereka harus mengirimkan pesan melalui media yang menjangkau audiens target dan mengembangkan saluran umpan balik untuk memantau respons. Semakin banyak bidang pengalaman Ronald McDonald yang tumpang tindih dengan audiens, semakin efektif pesan tersebut.   
Misalnya jika target audiens mereka adalah anak berusia 6-10 tahun maka pihak mereka harus tahu secara rinci sikap/kelakuan & pola pemikiran target audiens mereka. Jika pihak mereka tahu apa yang ingin diinginkan oleh target audiens maka mereka dapat menyediakan sarana/prasarana yang mereka butuhkan untuk target audiens dan memantau perkembangan umpan balik dari target audiens apakah hal yang sudah direncanakan & terealisasi sudah sesuai dengan ekspetasi target audiens atau apakah sebaliknya.