



PROMOSI PRODUK MAKANAN AWETAN HEWANI

PKWU KELAS X SEMESTER GENAP

POKOK MATERI

1

PENGERTIAN PROMOSI

2

TUJUAN DAN MANFAAT PROMOSI

3

SASARAN DAN TEKNIK PROMOSI

4

STRATEGI PROMOSI



PENGERTIAN PROMOSI

PKWU KELAS X SEMESTER GENAP



TUJUAN DAN MANFAAT PROMOSI

PKWU KELAS X SEMESTER GENAP



TUJUAN PROMOSI

Berikut adalah beberapa tujuan utama mempromosikan sebuah produk.



Memberikan daya tarik khusus bagi para pelanggan

Keberadaan event promosi penjualan tentunya sangat ditunggu-tunggu oleh sebagian besar para pelanggan. Biasanya para pelanggan sengaja menanti event promosi sebuah produk untuk mendapatkan penawaran harga yang lebih murah



Meningkatkan angka penjualan

Sebagian besar pelaku usaha sengaja mengadakan kegiatan promosi besar-besaran untuk meningkatkan volume penjualan dan mendapatkan omzet besar setiap bulannya. Biasanya strategi ini dijalankan para pelaku usaha yang memiliki stok persediaan barang di gudang cukup melimpah



Membangun loyalitas konsumen

Hal ini dilakukan untuk menjaring para konsumen yang awalnya hanya sekedar ingin coba-coba, menjadi pelanggan tetap yang akan menggunakan produk-produk yang dibuat secara berkelanjutan.



MANFAAT PROMOSI



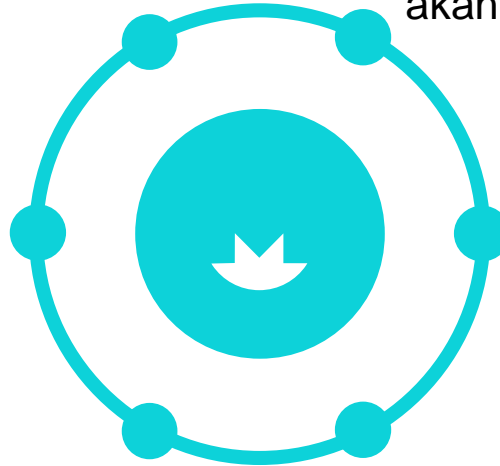
Menciptakan image sebuah produk dengan adanya promosi

Mengetahui produk yang diinginkan para konsumen

Mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk

Mengetahui cara pengenalan dan penyampaian produk hingga sampai ke konsumen

Mengetahui harga yang sesuai dengan kondisi pasaran



Mengetahui kondisi persaingan pasar dan cara mengatasinya

Mengetahui strategi promosi yang tepat kepada para konsumen



SASARAN DAN TEKNIK PROMOSI

PKWU KELAS X SEMESTER GENAP

SASARAN PROMOSI



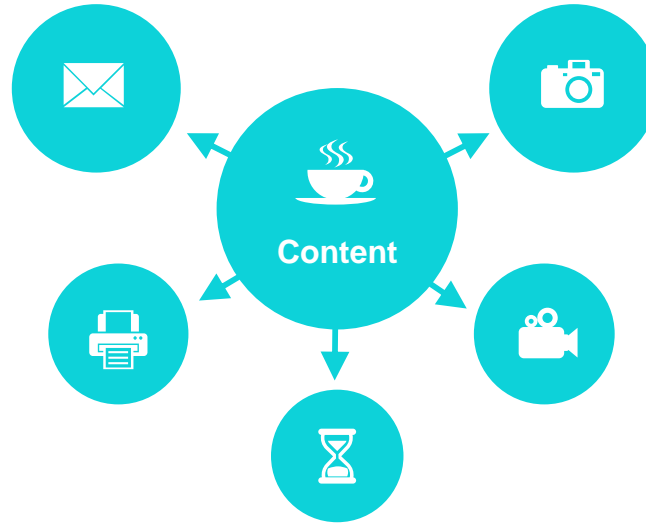
Berikut ini 5 kiat yang dapat membantu dalam melakukan promosi sehingga tepat sasaran, yaitu:

Tentukan Tujuan Promosi

Menentukan tujuan promosi dilakukan untuk mengetahui langkah yang akan diambil.

Pilih Sarana Promosi

Sarana promosi ini harus dicermati agar konsumen sebagai target kita mengetahui dengan mudah isi pesan yang kita sampaikan. Terdapat dua sarana dalam melakukan promosi yaitu personal dan non personal.



Buat Anggaran Promosi

Kegiatan promosi tentunya memiliki anggaran tersendiri. Anggaran promosi ini bisa meninjau lebih lanjut efektivitas promosi yang kita lakukan

Tentukan Target Pasar

Pelaku usaha harus cermat dalam melihat siapa saja konsumen kita sehingga kita menyesuaikan apa saja yang akan kita sampaikan, bagaimana penyampaian, kapan dan di mana kita bisa mempromosikan bisnis kita.

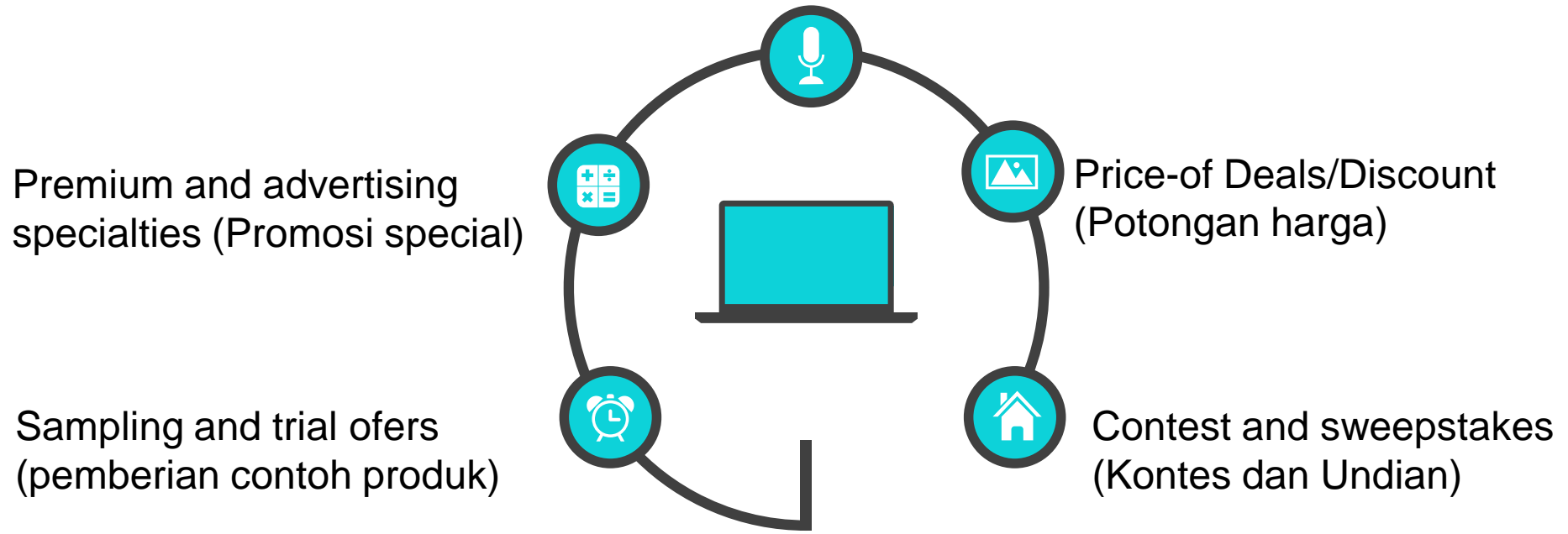
Buat Isi Pesan yang Menarik

Konsumen akan sangat melihat dengan teliti pesan yang terkandung dalam promosi yang kita lakukan. Isi pesan dalam promosi sangat penting, karena dalam penyampaian, menentukan minat atau ketertarikan konsumen terhadap produk yang kita tawarkan.

TEKNIK PROMOSI



Memberikan kupon (Coupons)



TEKNIK SAMPLING



pemberian contoh produk di dalam toko

In-store sampling



pemberian contoh produk dengan mendatangi konsumen satu per satu

Door-to-door sampling



Mail sampling

mengirimkan contoh produk melalui jasa pos. Teknik ini merupakan alternatif dari distribusi door-to-door



Newspaper sampling

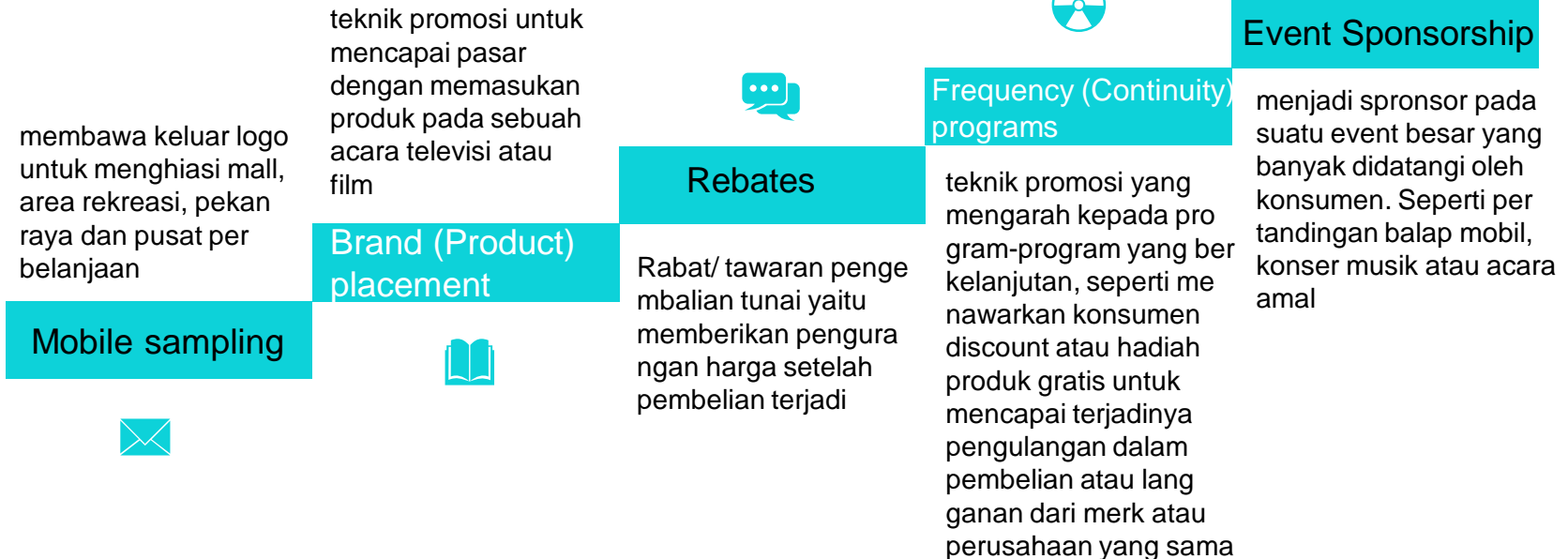
pengiriman contoh produk melalui surat kabar



On-Package sampling

teknik dimana contoh barang disisipkan pada kemasan produk lain, sangat berguna untuk brands targeted

TEKNIK SAMPLING

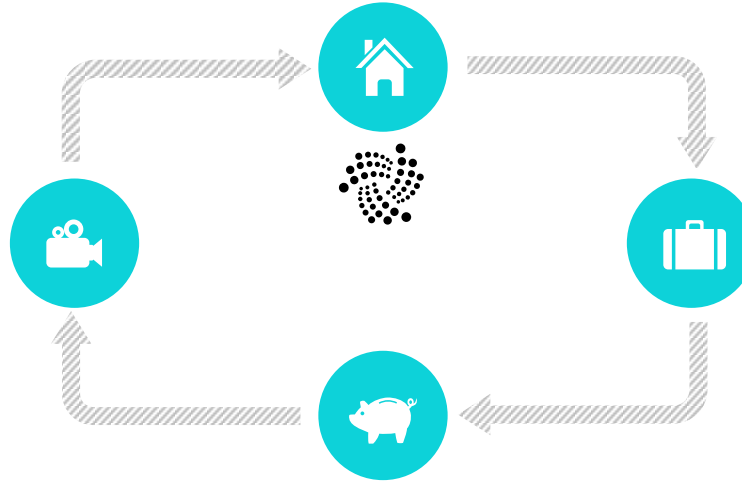


CARA PROMOSI



MULUT KE MULUT ATAU TESTIMONIAL
Cara ini merupakan cara tradisional yang masih terbilang efektif hingga sekarang

LOYALTY PROGRAM
Promosi ini berupa pemberian point-point pada setiap pembelian.



PROMOSI MELALUI JARINGAN SOSIAL
Gunakanlah media sosial untuk mempromosika produk yang dibuat karena gratis dan mudah digunakan

UP-SELLING
Suatu cara mempromosikan suatu produk saat pembeli sedang berinteraksi dengan pembeli.



STRATEGI PROMOSI

PKWU KELAS X SEMESTER GENAP

STRATEGI PROMOSI

Salah satu strategi pemasaran yang bisa digunakan adalah 4P

Product (Produk)

(i) kualitas yang mampu menjawab dan memuaskan keinginan konsumen, (ii) kuantitas yang sanggup memenuhi kebutuhan pasar, (iii) penciptaan produk baru yang inovatif sesuai keinginan konsumen, (iv) penciptaan nilai tambah pada produk, dan (v) penciptaan produk yang mempunyai daur hidup (life cycle) panjang (jangan cuma booming sesaat).

Price (Harga)

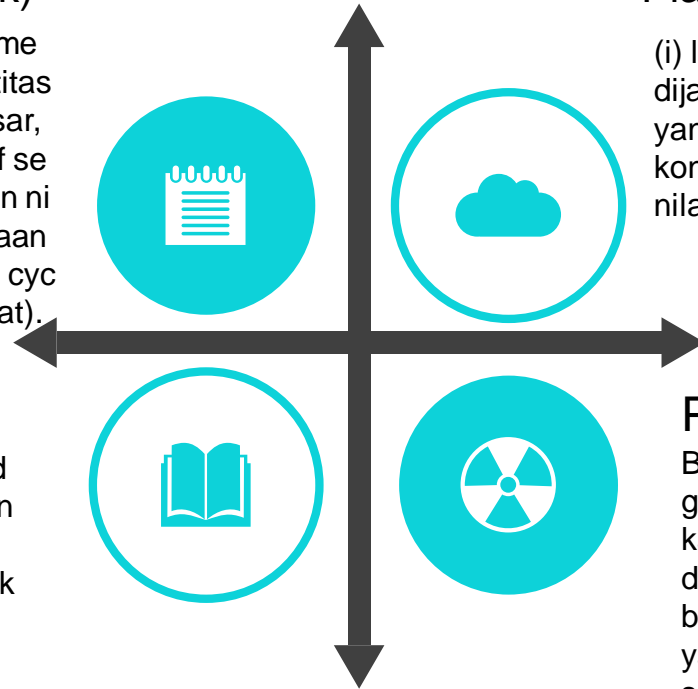
(i) mempertimbangkan harga pokok produksi, (ii) menyesuaikan harga produk dengan pasar yang kita bidik, dan (iii) melakukan perbandingan harga dengan produk sejenis yang sudah ada di pasar.

Place (tempat)

(i) lokasi penjualan sebaiknya yang mudah dijangkau konsumen, (ii) lokasi penjualan yang memiliki fasilitas yang memuaskan konsumen dan (iii) lokasi yang mempunyai nilai tambah

Promotion (Promosi)

Beberapa saluran promosi yang bisa digunakan dalam membantu meningkatkan penjualan produk, bisa melalui media sosial, blog dan/ atau website. Juga bisa dengan mengikuti bazar-bazar yang banyak dilakukan berbagai instansi/organisasi di lingkungan sekitar.





Thank you

Terima Kasih