

PROMOSI PRODUK MAKANAN AWETAN HEWANI

POKOK MATERI

PENGERTIAN PROMOSI

2 TUJUAN DAN MANFAAT PROMOSI

3 SASARAN DAN TEKNIK PROMOSI

4 STRATEGI PROMOSI



PENGERTIAN PROMOSI

PENGERTIAN PROMOSI



PROMOSI

Merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup usaha serta meningkatkan kualitas penjualan secara tidak langsung akan meningkatkan kegiatan pemasaran dalam memasarkan produk yang dihasilkan







PEMASARAN

tidak hanya berhubungan de

ngan produk, harga produk,

dan pendistribusian produk, tetapi berkait pula dengan m

engomunikasikan produk ini

kepada konsumen agar prod uk dikenal dan pada akhirny

a dibeli.







TUJUAN DAN MANFAAT PROMOSI

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 besarbesaran 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 cara pengenalan dan penyampaian produk hingga sam pai ke konsumen akan su

Mengetahui tingkat kebutuhan konsumen akan suatu produk

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

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 sam paikan, bagaimana penyampaiannya, 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 penyampaiannya me nentukan minat atau ketertarikan konsumen terhadap produk yang kita tawarkan.

TEKNIK PROMOSI



Memberikan kupon (Coupons)

Premium and advertising specialties (Promosi special)

Sampling and trial ofers (pemberian contoh produk)



TEKNIK SAMPLING





pemberian contoh produk dengan mendatangi konsu men satu per satu

Door-to-door sampling

In-store sampling

pemberian contoh

produk di dalam toko



mengirimkan contoh

prosuk melalui jasa pos. Teknik ini meru pakan alternatif dari distribusi door-to-door

Mail sampling

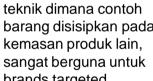
Newspaper sampling

pengiriman contoh produk melalui surat kabar

On-Package sampling

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





TEKNIK SAMPLING





membawa keluar logo untuk menghiasi mall, area rekreasi, pekan raya dan pusat per belanjaan

Mobile sampling



teknik promosi untuk mencapai pasar dengan memasukan produk pada sebuah acara televisi atau film

Brand (Product) placement





Rebates

Rabat/ tawaran penge mbalian tunai yaitu memberikan pengura ngan harga setelah pembelian terjadi



Frequency (Continuity programs

teknik promosi yang mengarah kepada pro gram-program yang ber kelanjutan, seperti me nawarkan konsumen discount atau hadiah produk gratis untuk mencapai terjadinya pengulangan dalam pembelian atau lang ganan dari merk atau perusahaan yang sama

Event Sponsorship

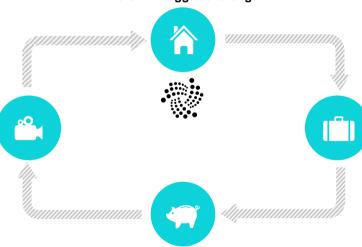
menjadi spronsor pada suatu event besar yang banyak didatangi oleh konsumen. Seperti per tandingan balap mobil, konser musik atau acara amal

CARA PROMOSI



MULUT KE MULUT ATAU TESTIMONAL

Cara ini merupakan cara tradisional yang masih terbilang efektif hingga sekarang



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.

LOYALTY PROGRAM

Promosi ini berupa pemberian point-point pada setiap pembelian.

STRATEGI PROMOSI

STRATEGI PROMOSI

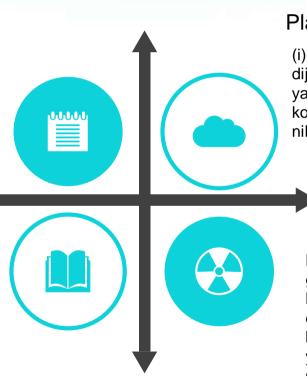
Salah satu startegi pemasaran yang bisa digunakan adalah 4P

Product (Produk)

(i) kualitas yang mampu menjawab dan me muaskan keinginan konsumen, (ii) kuantitas yang sanggup memenuhi kebutuhan pasar, (iii) penciptaan produk baru yang inovatif se suai keinginan konsumen, (iv) penciptaan ni lai tambah pada produk, dan (v) penciptaan produk yang mempunyai daur hidup (life cyc le) panjang (jangan cuma booming sesaat).

Price (Harga)

(i) mempertimbangkan harga pokok prod uksi, (ii) menyesuaikan harga produk den gan pasar yang kita bidik, dan (iii) melak ukan 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 di gunakan dalam membantu meningkat kan penjualan produk, bisa melalui me dia sosial, blog dan/ atau website. Juga bisa dengan mengikuti bazar-bazar yang banyak dilakukan berbagai instan si/organisasi di lingkungan sekitar.

Thank you

Terima Kasih