1.) produk yang dihasilkan biofarmaka?

- tidak ada produk yang dihasilkan, hanya jasa layanan analisis, daftar harga gabisa disebar, ada dari perusahaan ada dari mahasiswa.

- ada produk dari perusahaan yang nantinya dianalisis kandungannya oleh biofarmaka.

- bekerjasama dengan Biofarindo memasarkan produknya

2.) alur bisnis marketing?

- pemasarannya lewat pengiklanan di media sosial dan broadcast via wa.

- lebih melakukan penekanan pada sisi pengiklanan baik diinternet maupun broadcast

3.) sudah ada sistem marketing?

- Belum karena selama ini hanya broadcast via fb dan wa

- stakeholder meminta mengoptimalkan website yang udah ada agar iklannya/web biofarmaka bisa di top search (SEO)

- ketika ditawarkan e-commerce setuju

- diminta fokus ke satu jenis produk, tanaman yang di biofarmaka

- diminta bikin wa order autolink

4.) kendala2 yang dihadapi selama melakukan marketing?

- database cakupannya masih kecil, inginnya memperbanyak link lagi untuk pemasarannya

- trus metode pemasarannya terkadang masih dianggap spam, karena mengirimkan iklan ke nomor2 yang didapat, email, dan facebook

- ingin lebih ditingkatkan lagi penyebarannya

5.) siapa saja yang menjadi target pemasaran?

- untuk umum tidak ada target tertentu

6.) data2 apa saja yg biasanya dicatat dan diolah dalam marketing?

- hanya mengumpulkan data orang2 seperti alamat email dan nomor hp yang nantinya ingin dipasarkan

- tidak sampai melakukan pengolahan data penjualan