

Swannius Bong

44307010026

Strategi Promosi PT. Unilever Indonesia untuk Produk Wall's Es Cream Magnum pada tahun 2011

5 Bab+ 86Halaman+24 referensi + 12Lampiran + 1Biografi

ABSTRAKSI

Strategi promosi merupakan aspek vital bagi perusahaan yang mengenalkan, menginformasikan, dan memasarkan produk kepada konsumen. Dalam membuat atau menyusun strategi promosi diperlukan proses yang terperinci dengan baik, dimana terdapat perencanaan yang matang, pelaksanaan yang terukur, dan pengendalian atas hasil pelaksanaan. Dalam penentuan strategi promosi yang digunakan harus memilih alat-alat promosi yang tepat dengan pertimbangan menggunakan berbagai elemen-elemen bauran promosi yang digunakan sesuai dengan target market, kondisi produk dan perusahaan dalam berbagai karakteristik. PT. Unilever Indonesia pada tahun 2010 meluncurkan kembali produk Walls Magnum, peluncuran kembali sejak tahun 2004 dimana Walls Magnum hilang didalam pasaran. Peluncuran kembali produk ini juga diimbangi berkembangnya isu tentang kelangkaan produk tersebut dalam berbagai situs media, tidak hanya itu penjualan ada awal peluncuran ternyata membangkitkan penjualan yang tinggi dari perusahaan PT. Unilever Indonesia. Melihat dari tingginya peminat Walls Magnum, PT. Unilever Indonesia harus menentukan strategi yang lebih jitu untuk produk Walls Magnum.

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui strategi promosi yang digunakan PT. Unilever Indonesia dalam mempromosikan produk Walls es cream Magnum tahun 2011.

Tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komunikasi Pemasaran, Promosi sebagai Bauran Pemasaran, Strategi Promosi, Bauran Promosi, Deskripsi SWOT, dan Deskripsi STP.

Metode yang digunakan adalah metode studi kasus dan bersifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam & observasi. Peneliti mendapat seluruh data mengenai strategi promosi sebagaimana adanya yang didapat dari perusahaan PT. Unilever Indonesia.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi promosi PT. Unilever Indonesia pada pelaksanaan promosi Walls Magnum tahun 2011. Dalam memasarkan produk Walls Magnum menggunakan strategi Pull, digital marketing melalui online marketing yang meliputi facebook, twitter , event marketing meliputi Magnum café dan Magnum Road Café, iklan televisi, sales promotion dengan mengadakan berbagai perlombaan baik perlombaan video, pemasaran langsung, publicity melalui berbagi konferensi pers.

