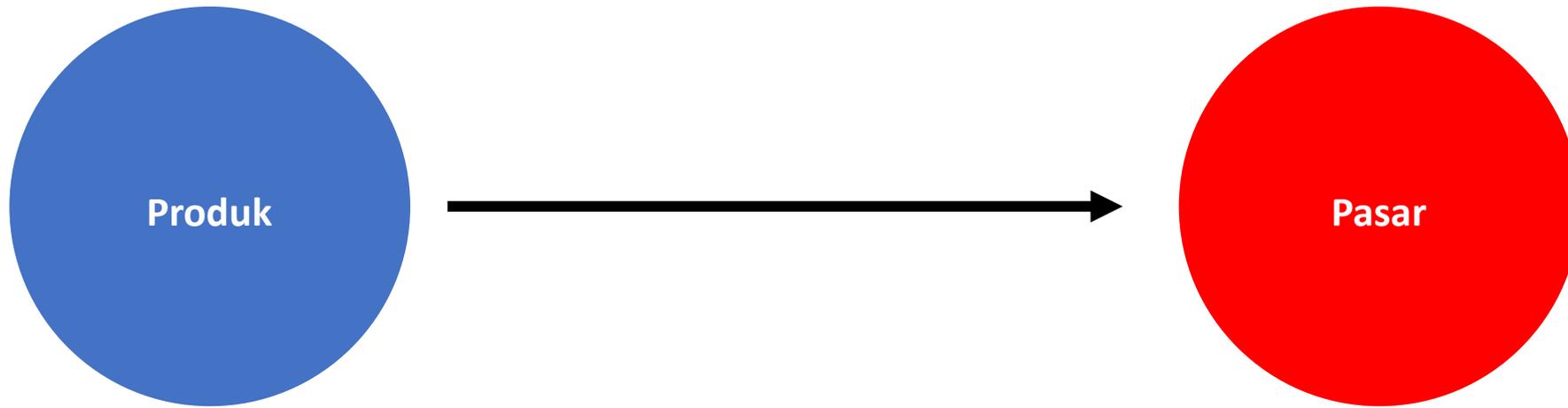


# Brand & Iklan

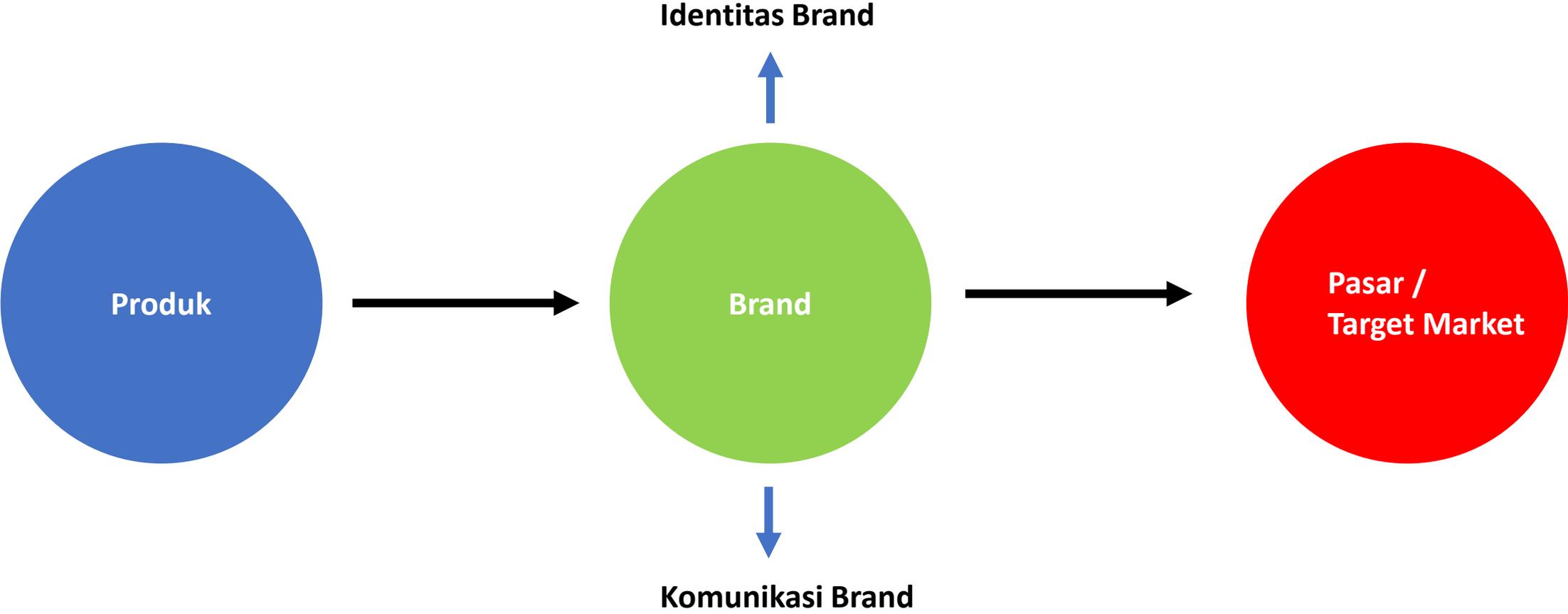
PERENCANAAN IKLAN > Strategic Planning



Sebuah produk akan mudah berada di pasar. Namun bila muncul berbagai produk yang sama bagaimana konsumen akan memilihnya?



Mengapa harus ada brand? Pemahaman mendasar adalah karena ada persaingan di pasar, maka produk harus mudah dikenali.





**Identitas Brand**



**Produk**



**Brand**



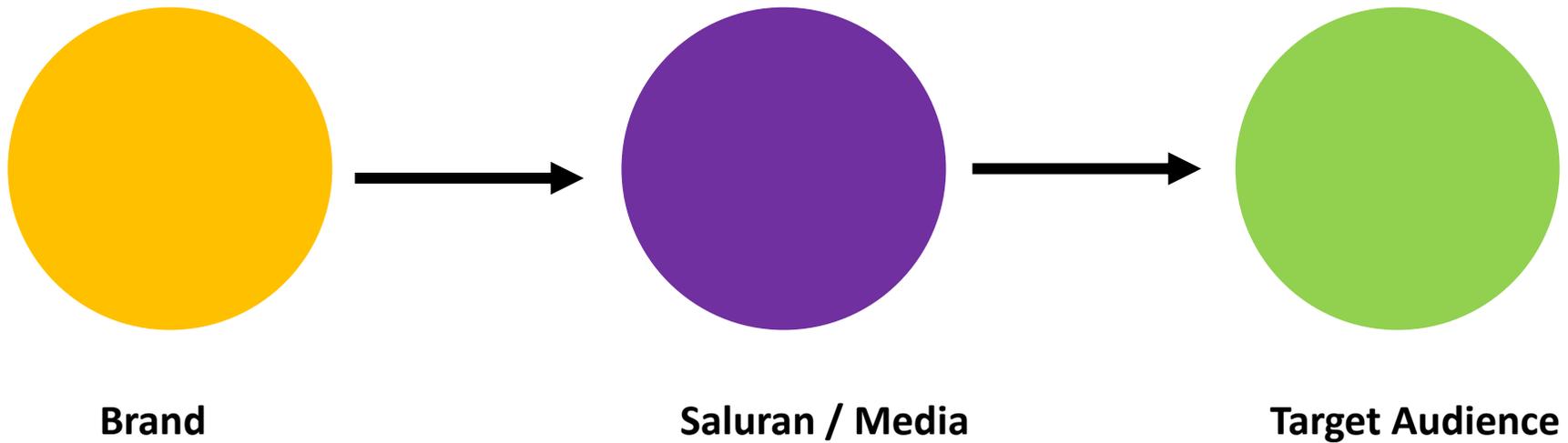
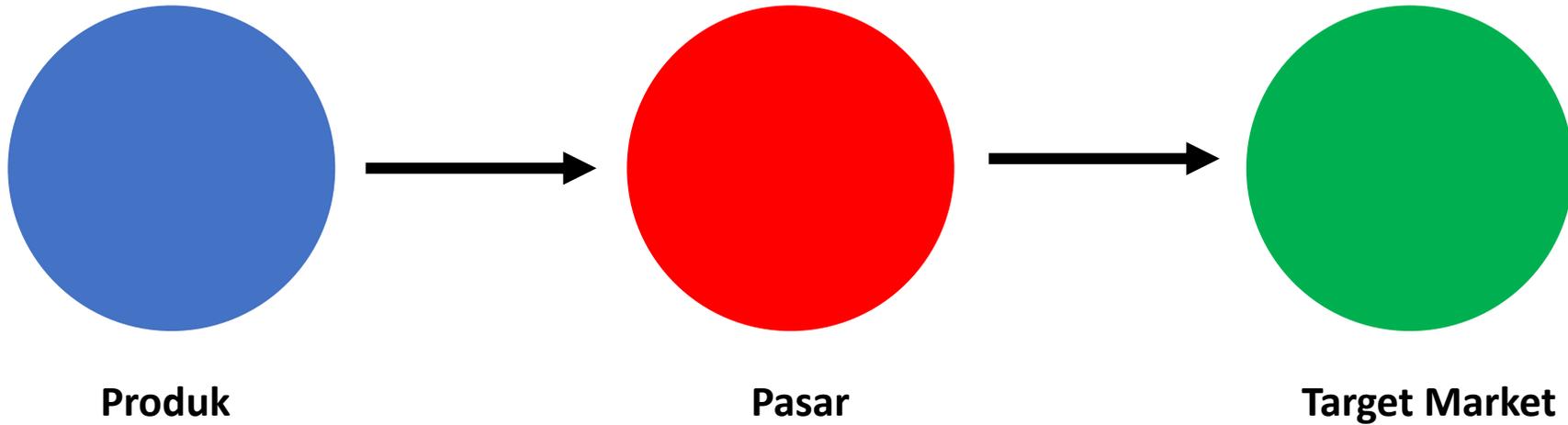
**Pasar /  
Target Market**



**Komunikasi Brand**

Salah satunya melalui Iklan-iklan di berbagai media







## **Tugas 1:**

### **1. Pahami Product Knowledge:**

- Uraikan unsur Tangible dari produk
- Uraikan unsur Intangible dari produk
- Uraikan Marketing Mix (Product, Price, Place & Promotion)

### **2. Pahami Brand sebagai tahap awal brand knowledge:**

- Brand History (mengapa brand itu ada)
- Advertising History (sudah adakah iklan sebelumnya)
- Peta Persaingan di pasar (SWOT)
- Segmentasi Konsumen (Buat siapa Brand itu?)

**Selamat Bekerja**