

## Bab 9



## STRATEGI PROMOSI JASA

Bab 9

## Bauran Promosi

- **Periklanan**
- *Personal Selling*
- **Promosi Penjualan**
- **PR (*Public Relation*)**
- **Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)**
- *Direct Marketing*
- **Publikasi**

## Advertising (Periklanan)

### Tujuan Periklanan

- Iklan yang bersifat memberikan Informasi (*informative advertising*)
- Iklan membujuk (*persuasive advertising*)
- Iklan pengingat (*reminder advertising*)
- Iklan pemantapan (*reinforcement advertising*)

## Personal Selling

1. Interaksi secara personal antara penyedia jasa dan customer sangat penting.
2. Jasa tersebut disediakan oleh orang bukan oleh mesin.
3. Orang merupakan bagian dari produk jasa.

## Sales Promotion

**Dapat diberikan kepada:**

- *Customer*
- *Intermediaries*
- *Sales force*

## Langkah Pengembangan Komunikasi/Promosi yang Efektif

- Mengidentifikasi Target Audience
- Menentukan Tujuan Komunikasi
- Merancang Pesan
- Menyeleksi Saluran Komunikasi
- Menetapkan Jumlah Anggaran Promosi
- Menentukan Bauran Promosi
- Mengukur Hasil-hasil Promosi
- Mengelola dan Mengkoordinasi Proses Komunikasi

**End**