

BE BOLD,
BE VIBRANT,
BE A
TECHNOPRENEUR



Institut Informatika & Bisnis
DARMAJAYA
Yayasan Airlangga Husid



Brand Management
dan Strategi Pengembangannya

Merek



02280974141



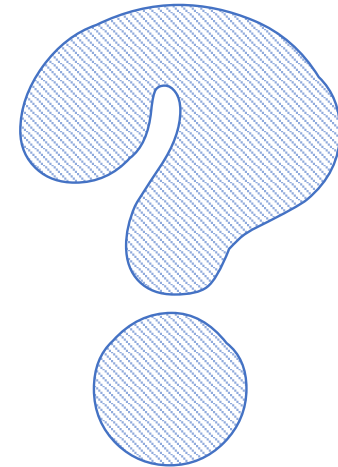
m.rafiq_nh



M Rafiq

PENDAHULUAN

- Apa itu merek?
- Apa hubungannya merek dengan bisnis?
- Mengapa merek menjadi penting?



Merek adalah suatu nama, simbol, tanda, desain atau gabungan di antaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya.

DEFINISI MEREK



Merek Harus Kuat

Merek yang kuat ditandai dengan dikenalnya suatu merek dalam masyarakat, asosiasi merek yang tinggi pada suatu produk, persepsi positif dari pasar dan kesetiaan konsumen terhadap merek yang tinggi.

TUJUAN MEREK

- Identitas, untuk memudahkan konsumen dlm membedakan dan mengenalinya saat melakukan pembelian ulang.
- Alat promosi, sebagai daya tarik produk.
- Alat untuk membangun citra, dengan memberikan keyakinan, jaminan kualitas, serta prestise.
- Alat pengendali pasar, baik sebagai market leader atau market follower.



BENTUK MEREK



Brand Name (nama) : nintendo, aqua, bata, rinso, kfc, acer, windows, toyota,



Mark (simbol) : gambar atau simbol sayap pada motor honda, gambar jendela pada windows, dan sebagainya



Trade Character (karakter dagang) : ronald mcdonald pada restoran mcdonalds, si domar pada indomaret dan sebagainya

JENIS MEREK

Manufacturer Brand

Manufacturer brand atau merek perusahaan adalah merek yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang memproduksi produk atau jasa.

Contohnya seperti soffel, vitacimin, dan lain-lain.

Private brand

Private brand atau merek pribadi adalah merek yang dimiliki oleh distributor atau pedagang dari produk atau jasa.

Contohnya seperti hipermarket giant yang menjual kapas merek giant, supermarket hero yang menjual gula dengan merek hero, dan lain sebagainya.



MANAJEMEN MEREK

- TERIMAKASIH