

Sabiqul Iman, S.AB. M.Si

KONSEP DESAIN

SWOT dan PEMASARAN

Pertemuan 4

IDENTIFIKASI PELUANG

Kesempatan/peluang sebuah project desain itu muncul dari dua sisi:

- internal : **konsultan dan klien**
- eksternal : **masyarakat umum,**
dengan konteks *sosbudpolek*





PERUBAHAN KEADAAN

Tuntutan dan kesempatan serta kebutuhan desain seringkali berasal dari perubahan keadaan.



Adakah yang tahu, logo apakah ?

2005

Sejak 10 Desember 2005 resmi logo Pertamina berubah. Nilai perubahan logo tersebut 255 ribu USD

Makna bentuk logo:

- Bentuk anak panah menggambarkan aspirasi organisasi Pertamina untuk senantiasa bergerak ke depan, maju dan progresif. Simbol ini juga mengisyaratkan huruf "P" yakni huruf pertama dari Pertamina.
- Tiga elemen berwarna melambangkan pulau-pulau dengan berbagai skala yang merupakan bentuk negara Indonesia.

Makna warna logo:

- Warna biru memiliki arti andal, dapat dipercaya dan bertanggung jawab.
- Warna hijau memiliki arti sumber daya energi yang berwawasan lingkungan.
- Warna merah memiliki arti keuletan dan ketegasan serta keberanian dalam menghadapi berbagai macam kesulitan.



PELUANG DESAIN

- 1**
nama atau merek perusahaan
- 2**
pernyataan misi organisasi/
perusahaan
- 3**
strategi perusahaan
- 4**
strategi bisnis
- 5**
strategi operasional

FAKTOR PEMICU BISNIS DESAIN

OBJEK BISNIS

- 01 Memulai usaha baru
- 02 Menjadi leader dalam desain
- 03 Mengenalkan produk baru
- 04 Mengenalkan merek baru
- 05 Meningkatkan pangsa pasar
- 06 Mempertahankan pasar
- 07 Diversifikasi untuk masuk pasar baru

PERMINTAAN DESAIN

- 01 Logo
- 02 Global desain
- 03 Pengembangan konsep dan pengembangan produk baru
- 04 Pengembangan nama produk dan desain grafis
- 05 Website dan desain kemasan
- 06 Desain ulang
- 07 Desain produk

Opportunities for Design from External Organization

Table 2: The Experience Drivers for Design

Change	Experience driver	Effects
Social	Demographic change	Alternative lifestyles leading to demand for new products and services.
	Family structures	Traditional family unit replaced by flexible modes of parenting.
	New consumer values	Growth of environmental values, rising level of cynicism about 'branded' goods.
	Patterns of work	Flexible employment, portfolio lives, new relationships between education, work and leisure.
Political	Environment	Legislation to encourage more sustainable thinking.
	Creative economy	Legislation to support business and education for the creative industries.
	Democratic systems	Increase in participative and consultative processes and in local and regional government.
	Crime and copyright	Employing technology and design to protect against copyright infringement.

Opportunities for Design from External Organization

Market Forces	Product differentiation and innovation	New technologies and diversifying markets providing source of difference to satisfy consumer demands.
	Usability	The rise of more usable and inclusive designs for experienced consumers and increasingly ageing populations.
	Customisation	Demand for individuality of products and services.
	Eco-lifestyles	Move to sustainable lifestyles and waste-reducing practices.
Technological	Wearable technology	Growth of body-based electronics, fashion and jewellery.
	Communications systems	New living, working and education patterns driven by the Internet.
	Smart materials	Innovations in embedding intelligence into materials, products and systems.
	Smart organisations	Virtual corporations and communities driving changes in organisational structures.

Source: Press and Cooper, 2004.

Opportunities for Design from External Organization

Market Forces	Product differentiation and innovation	New technologies and diversifying markets providing source of difference to satisfy consumer demands.
	Usability	The rise of more usable and inclusive designs for experienced consumers and increasingly ageing populations.
	Customisation	Demand for individuality of products and services.
	Eco-lifestyles	Move to sustainable lifestyles and waste-reducing practices.
Technological	Wearable technology	Growth of body-based electronics, fashion and jewellery.
	Communications systems	New living, working and education patterns driven by the Internet.
	Smart materials	Innovations in embedding intelligence into materials, products and systems.
	Smart organisations	Virtual corporations and communities driving changes in organisational structures.

SWOT ANALYZE

digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan tantangan) yang berdampak terhadap organisasi

SWOT		STRENGTHS	WEAKNESESS
OPPORTUNITIES			
THREATS			

MEMAHAMI AUDIENS & PASAR

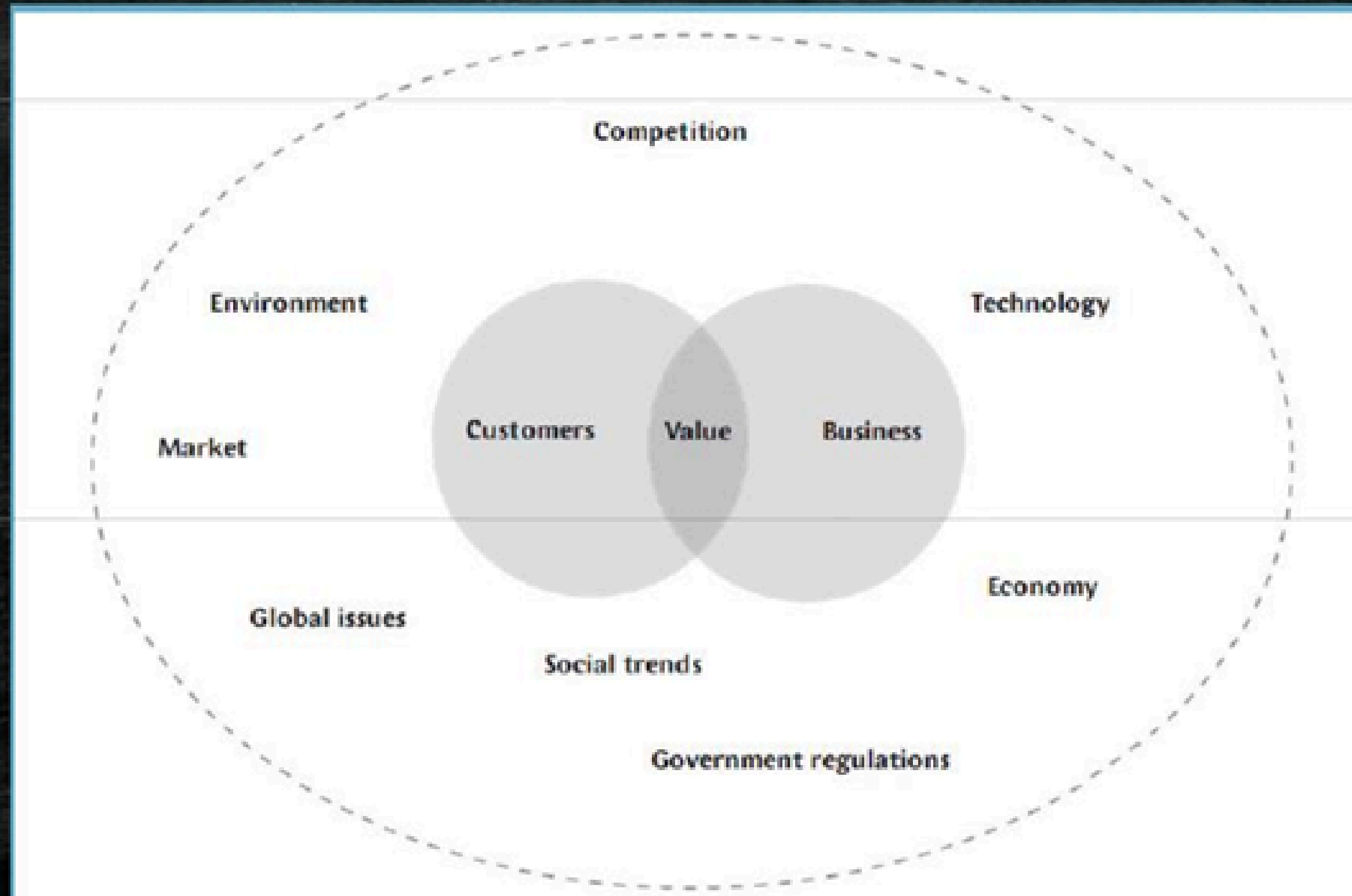
Overview

Memahami audiens dan pasar merupakan kunci untuk mengetahui bagaimana desain dapat secara kreatif menghasilkan solusi bisnis yang layak, dan bagaimana pemasaran dapat merespon inovasi desain untuk menghasilkan proposisi bisnis yang layak.

interpreting

Menterjemahkan kebutuhan klien dan pelanggan, menjadi solusi desain yang sukses dan akan memuaskan kebutuhan klien dan pelanggan

The Overlap of Customer Needs and Business Needs



PEMASARAN & DESAIN

Pemasaran

sebagai proses manajemen yang bertanggungjawab untuk mengidentifikasi, mengantisipasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan secara menguntungkan. Pemasar mengidentifikasi kesempatan, mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan, menciptakan diferensiasi, mendapatkan keunggulan kompetitif, menghasilkan pendapatan dan menambah nilai.

Desain

menciptakan nilai melalui inovasi, peningkatan fungsionalitas, diferensiasi merek dan pengalaman pelanggan yang berkualitas, dan oleh karena itu juga memainkan peran kunci dalam organisasi.

desain dan departemen pemasaran sering bekerja sama untuk menunjang kebutuhan bisnis, tapi bagaimana caranya mereka bekerja sama akan bergantung pada sifat organisasi dan peluang pasar yang tersedia