

SEGMENTASI TARGETING POSITIONING





Halo,



Dian Vio Septiana
Area Marketing Specialist
PT. Nutrifood Indonesia

 [@dian_vio](#) [@lokalate](#)

[#SobatMelekGue](#)



LOKALATE

@dian_vio @lokalate

Strategi Marketing

Strategi Marketing **Penting** untuk dilakukan

Ada berbagai jenis strategi marketing untuk meningkatkan efektivitas pemasaran bisnis

Salah satunya Strategi STP



STP Marketing

LOKALATE

Strategi pemasaran untuk
menentukan di area mana
bisnis akan dijalankan

presented by: **LOKALATE**

STP Marketing

LOKALATE

3 Langkah:

1. Mengidentifikasi segmen
2. Menganalisis target pasar
3. Menentukan posisi tepat utk operasikan bisnis

presented by: **LOKALATE**



SEGMENTASI

Segmentasi adalah proses untuk membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan karakteristik yang spesifik

6 Jenis Segmentasi Pasar

1. Geografis

Mengategorikan pelanggan berdasarkan batas-batas wilayah

2. Demografis

Membagi pelanggan berdasarkan data statistik tentang sekelompok orang

3. Psikografis

Membagi pelanggan berdasarkan kepribadian

4. Perilaku

Berfokus pada bagaimana pelanggan bertindak

5. Waktu

Menerapkan strategi pada waktu tertentu

6. Harga

Menyesuaikan harga berdasarkan pertimbangan keuangan target pasar

LOKALATE

@dian_vio @lokalate





LOKALATE

 @dian_vio @lokalate

Jenis Jenis Segmentasi

Demografi

- Membagi pasar berdasarkan faktor seperti usia, jenis kelamin, pendapatan atau Pendidikan
- Contoh : Produk Skincare untuk remaja putri

Geografi

- Membagi pasar berdasarkan Lokasi seperti negara, wilayah atau kota
- Contoh : Produk Minuman Wdank Hangat untuk Wilayah Dingin





LOKALATE

@dian_vio @lokalate

Jenis Jenis Segmentasi

Perilaku

- Membagi pasar berdasarkan pola pembelian atau preferensi produk
- Contoh : Snack sehat untuk konsumen yang concern pada healthy life style

Psikografi

- Membagi pasar berdasarkan gaya hidup, nilai atau kepribadian
- Contoh : Labubu untuk konsumen yang stylish, up todate dan FOMO



Syarat Melakukan Segmentasi Pasar

Harus bisa **diukur**

Harus **logis** (bisa dijalankan)

Harus ada **target segmentasi** yang bisa dicapai

Pasar heterogen dan **target luas**



The logo for 'LOKALATE' is displayed in white, uppercase letters within a dark blue rounded rectangular border. The background of the slide is bright yellow, featuring decorative elements such as a white outline of a popcorn bucket in the top left, a green leaf in the top right, a green and white striped circle in the bottom left, and a dark blue abstract shape in the bottom right. Scattered coffee beans and a swirl pattern are also visible.

LOKALATE

 @dian_vio @lokalate

Manfaat Melakukan Segmentasi Pasar

Gagasan pemasaran jadi **lebih luas**

Lebih mudah **mengatur** produk

Menentukan **perbandingan antar pasar**

A package of 'LOKALATE KOPI BERONDONG POPCORN LATTE' is shown in the bottom right corner. The packaging is colorful with a yellow background and features a cup of coffee, popcorn, and coffee beans. The text on the package includes the brand name 'LOKALATE', the product type 'KOPI BERONDONG', and the flavor 'POPCORN LATTE'. There are also some smaller text and icons at the bottom of the package.

Proses Segmentasi Pasar

Survey Stage

Proses survey, wawancara, angket saran dan minat agar memiliki data awal terkait kondisi pasar

Analysis Stage

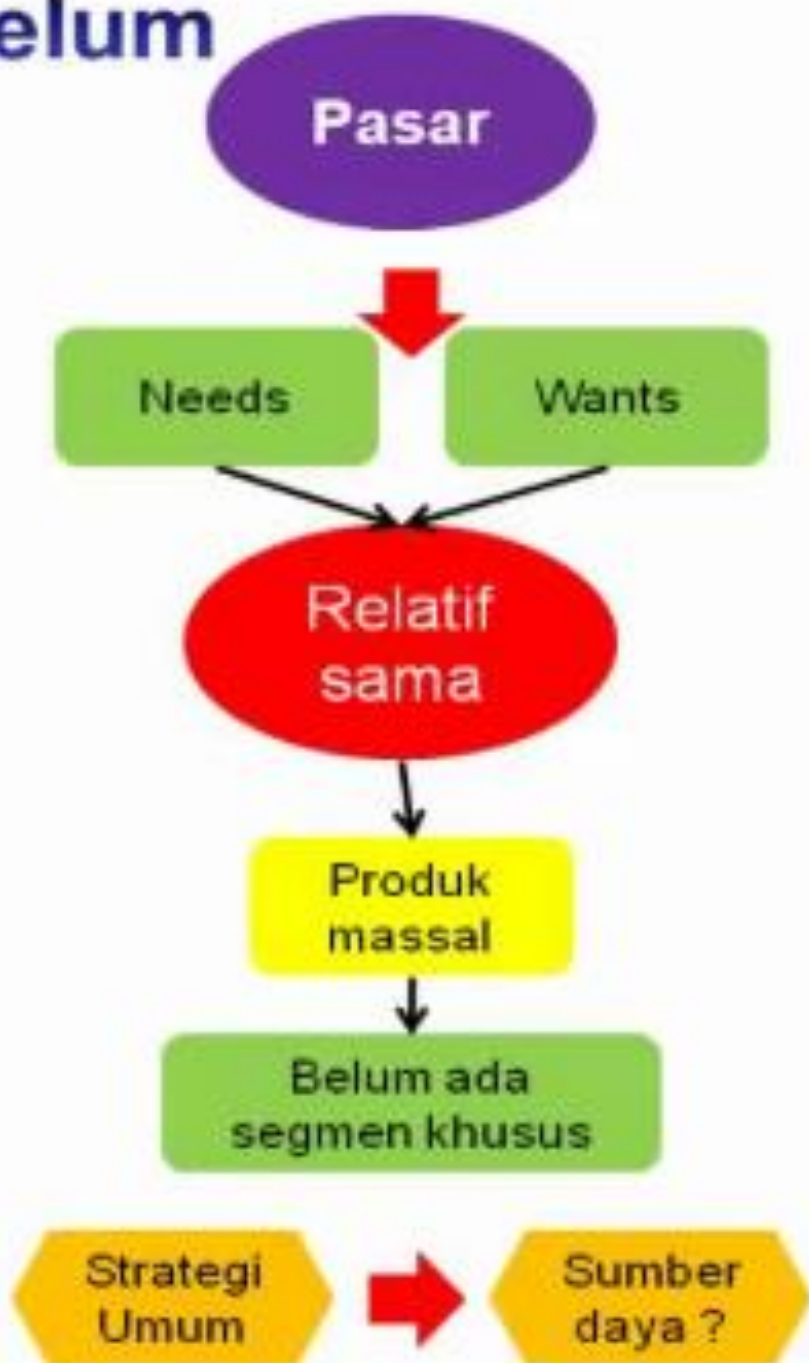
Tahap Analisa untuk mengetahui alasan yang muncul dan sikap serta motivasi dari konsumen

Profiling Stage

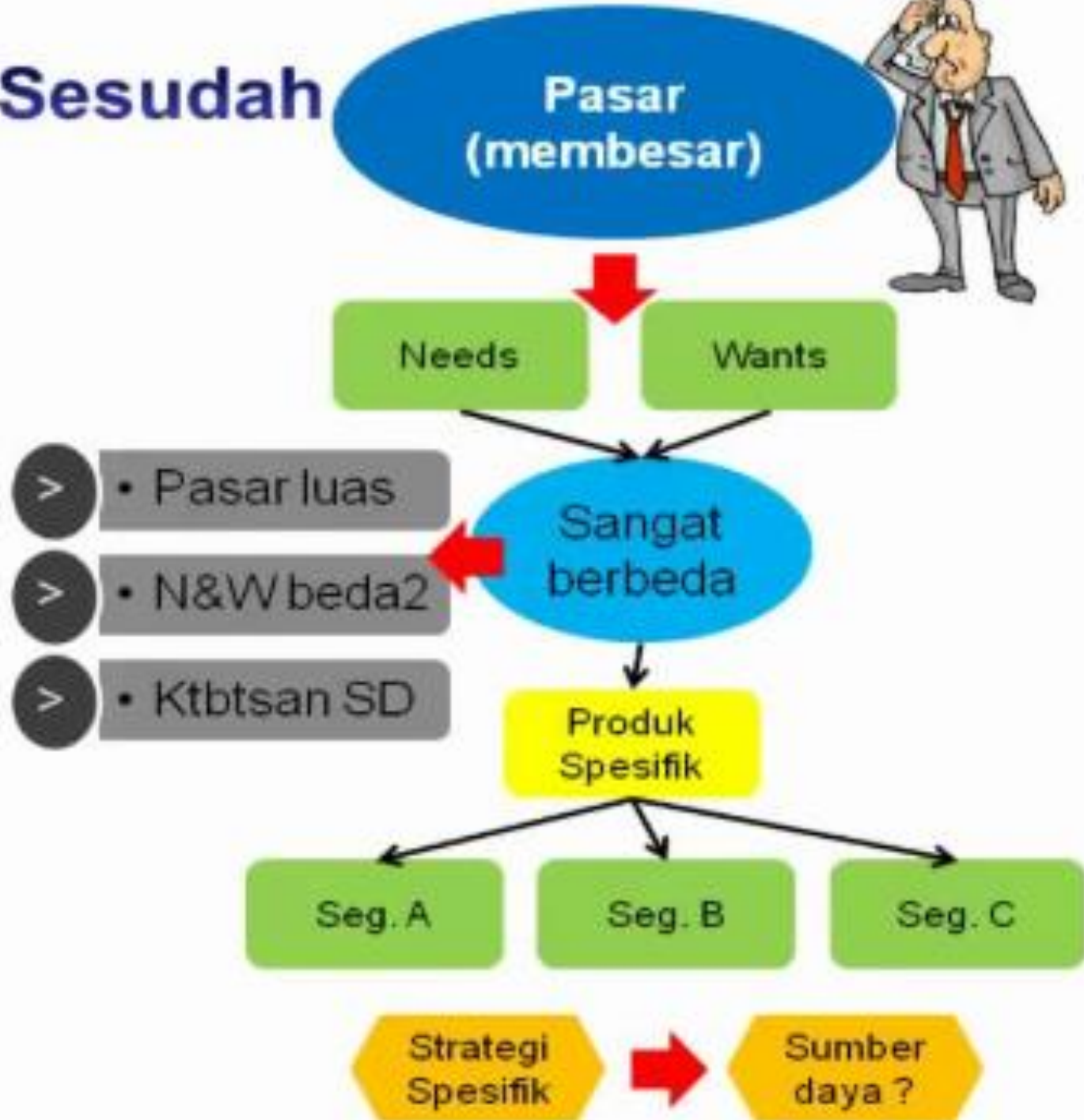
Tahap identifikasi kelompok konsumen



Sebelum



Sesudah



Contoh :

LOKALATE





Contoh Segmentasi Produk Hilo

LOKALATE

@dian_vio @lokalate

HiLo adalah susu protein paling enak & lengkap yang telah dipercaya oleh konsumen di Indonesia. Berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan nutrisi keluarga, HiLo hadir dengan rangkaian produk yang khusus diformulasikan untuk anak-anak hingga usia senior

Hilo Teen

Demografi :

Remaja 11-20-tahun

Segmentasi:

Remaja sehat cerdas tumbuh tinggi berprestasi

Psikografis :

Remaja yang merasa sehat dan tinggi itu keren

Perilaku:

Remaja aktif dan sehat yang selalu ingin tampil dengan prestasinya dan menjadi role model karena tubuh tingginya

Hilo Gold

Demografi :

Lansia 50tahun

Segmentasi:

Lansia yang ingin mempertahankan kekuatan tulang dan otot

Psikografis :

Lansia yang semangat menjalani hidup sehat

Perilaku:

Lansia yang masih terus ingin beraktifitas, energik dan terlibat dalam berbagai kegiatan



TARGETTING

LOKALATE

@dian_vio @lokalate

Pemilihan segmen pasar yang dituju untuk kampanye pemasaran yang sesuai

Melibatkan analisis demografi, perilaku utk menentukan segmentasi pasar yang tepat sehingga bisa menyesuaikan strategi pemasaran, konten dan kanal pemasaran sesuai target konsumen



Jenis Jenis Targeting

LOKALATE

@dian_vio @lokalate

Tekhnologi

- Menargetkan konsumen berdasarkan perangkat dan teknologi yang digunakan

Re-targeting

- Menargetkan konsumen yang sudah pernah melakukan interaksi dengan Perusahaan seperti mengunjungi situs web atau menambahkan item ke keranjang belanja

Segmentasi Pasar Vertikal

- Menargetkan konsumen dalam segmen pasar tertentu, seperti konsumen senior, ibu rumah tangga

Persona

- Menargetkan audiens berdasarkan profil konsumen yang dibuat dari data dan analisa



Tahapan Targeting

LOKALATE

@dian_vio @lokate

1. Identifikasi Pasar Sasaran

- Identifikasi kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan produk atau jasa yang akan ditawarkan

2. Segmentasi Pasar

- Proses pembagian pasar sasaran menjadi subkelompok yang lebih kecil dengan karakteristik serupa

3. Evaluasi Segmen Pasar

- Cek segmen mana yang paling menguntungkan



Tahapan Targeting

LOKALATE

@dian_vio @lokalate

4. Pemilihan pasar sasaran

- Proses ini melibatkan pemilihan segmen pasar yang akan difokuskan oleh perusahaan

5. Strategi Pemasaran

- Setelah pasar sasaran dipilih, Perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tepat utk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar melibatkan penentuan posisi produk, harga, promosi dan saluran distribusi

6. Implementasi dan Evaluasi

- Melaksanakan strategi dan evaluasi untuk menentukan efektifitas
- Jika perlu modifikasi strategi pemasarannya agar lebih efektif





Contoh Segmentasi Produk Hilo

LOKALATE

@dian_vio @lokalate

HiLo adalah susu protein paling enak & lengkap yang telah dipercaya oleh konsumen di Indonesia. Berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan nutrisi keluarga, HiLo hadir dengan rangkaian produk yang khusus diformulasikan untuk anak-anak hingga usia senior

Hilo Teen

Demografi :

Remaja 11-20-tahun

Segmentasi:

Remaja sehat cerdas tumbuh tinggi berprestasi

Psikografis :

Remaja yang merasa sehat dan tinggi itu keren

Perilaku:

Remaja aktif dan sehat yang selalu ingin tampil dengan prestasinya dan menjadi role model karena tubuh tingginya

Hilo Gold

Demografi :

Lansia 50tahun

Segmentasi:

Lansia yang ingin mempertahankan kekuatan tulang dan otot

Psikografis :

Lansia yang semangat menjalani hidup sehat

Perilaku:

Lansia yang masih terus ingin beraktifitas, energik dan terlibat dalam berbagai kegiatan



Iklan School



Baca label sebelum membeli | Baca peringatan pada label

Iklan Hilo Teen



Iklan Hilo Platinum



Iklan Tropicana Slim





Brand Vision

W'dank ingin membawa kehangatan dan kebaikan tradisi Indonesia pada dunia

Brand Purpose

W'dank ingin menghantarkan kehangatan dan kebaikan kuliner khas Indonesia dengan cara yang praktis dan higienis

Brand Values

Sehat, kehangatan, kebaikan, kuliner, kebudayaan, Nasionalisme, Indonesia banget, warisan

NutriSari
W'DANK

#SehangatTradisiIndonesia

wonderful
indonesia



MF, 30+ Supper- middle 1



Communication

MF, 30+ Super- middle 1



W'DANK

#SehangatTradisiIndonesia

Rempah → baik untuk Kesehatan di tengah pandemic
Alasan minum W'dank → menghangatkan tubuh
Dengan Vitamin C dan D → **Bantu menjaga Daya Tahan Tubuh**

Dari rempah pilihan asli Indonesia,
Nutrisari W'dank membawa kehangatan dan kebaikan bagi tubuh.
Kini diperkaya dengan Vitamin C dan D untuk bantu menjaga daya tahan tubuh.
Nutrisari W'dank #SehangatTradisi Indonesia

Digital Activation
(FB, KOL)

Jalur Rempah
Collaboration

BTL program

POP Branding

Gimmick
(gelas + sampling)

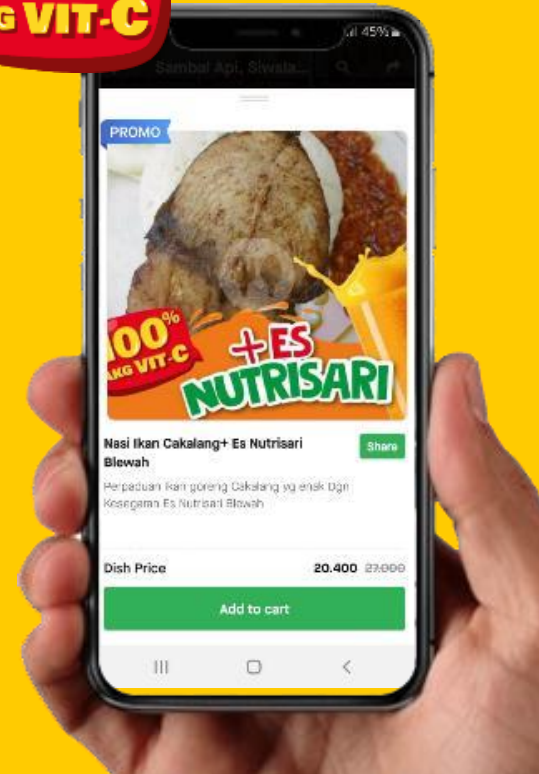
Agile Activation

LOKALATE

@dian_vio @lokalate



100%
AKG VIT-C





Going Digital in Marketing

LOKALATE

@dian_vio @lokalate

The screenshot displays three social media profiles and their respective content:

- nutrisari**: Profile page showing 86.4K followers (highlighted in a red box) and 809.4K likes. A video grid below shows various NutriSari drink creations.
- #NutriSariTiapHari**: A post with 5.3B views and a yellow callout box stating "5,3 Miliar Views!!". The text describes a contest where users win prizes like iPhones and laptops by posting videos.
- hiloteen**: Profile page with 151.2K followers and 1.6M likes. A video grid shows users enjoying HiLo Teen drinks.





Going Digital in Marketing

LOKALATE

@dian_vio @lokalate



**One of the best youtube series
2017**





Community Engagement

LOKALATE

@dian_vio @lokalate

Beat - DIABETES #online Festival
dalam rangka
HARI KESEHATAN DUNIA 2021
Supported by **Shopee**

Ayo, jadi bagian dari Senam Online di 52 kota se-Indonesia.

10 Kota 6 Kota 7 Kota 1 Kota

28 Kota

Info lebih lanjut:
www.tropicanaslim.com

Healthy Community
Perkumpulan Dokter Muda

YOGYAKARTA

#JagoTeam

Healthy Catering

YOGYAKARTA

#JagoTeam

UMKM x @jagonyadolan

YOGYAKARTA

#JagoTeam

Tribun Lampung menayangkan siaran langsung.
1 jam •

BEAT DIABETES ONLINE FESTIVAL DALAM RANGKA HARI KESEHATAN DUNIA 2021 KOTA BANDAR LAMPUNG

Ikuti senam diabetes bersama Tropicana Slim Supported by SHOPEE

#SenamDiabetes21 #OnlineFestival #HariKesehatanDunia

YOGYAKARTA

#JagoTeam

Sambutan kepala Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur

Dr HERLIN FERLIANA, M.Kes.
Kepala Dinas Kesehatan Jawa Timur

YOGYAKARTA

#JagoTeam

Dukungan Program Beat Diabetes Dalam Rangka Hari Kesehatan Dunia di 7 titik Kota/Kabupaten di Jawa Timur

YOGYAKARTA

#JagoTeam



Community Engagement

LOKALATE

@dian_vio @lokalate



Tropicana Slim Art & Coffeepreneurship Day

invent,core knowledge





LET'S DISCUSS

1. *Buatlah 5-6 kelompok*
2. *Pilih satu produk yang akan dibahas dalam kelompokmu*
3. *Tentukan segmentasi dan targeting dari produk tersebut*





LOKALATE

 @dian_vio @lokalate



THANK YOU

