



Strategi Pemasaran Events

Bagi perusahaan yang ingin terus tumbuh dan berkembang, memiliki strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci kesuksesan untuk mencapai tujuan bisnis di tengah persaingan yang ketat ini.

Namun, seringkali perusahaan dihadapi dengan taktik pemasaran yang tak terstruktur. Maka dari itu, penting bagi mereka untuk mengadopsi langkah pemasaran strategis yang mampu membantu merencanakan dan mengimplementasikan aktivitas pemasaran.

Setiap perusahaan membutuhkan proses pemasaran strategis yang tepat untuk mendukung kegiatan bisnisnya dengan cara-cara efektif dan efisien. Proses pemasaran strategis meliputi serangkaian langkah guna membantu mengenali dan mencapai tujuan bisnis perusahaan.

Melalui proses pemasaran strategis, perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam terkait elemen internal dan eksternalnya

Berikut beberapa langkah pemasaran strategis untuk mencapai keberhasilan bisnis, di antaranya:

1. Definisikan Visi dan Misi Perusahaan

Tahap pertama dalam langkah pemasaran strategis adalah mengidentifikasi dan memahami misi perusahaan. Pernyataan misi ini biasanya menjelaskan tujuan perusahaan berbisnis dan bagaimana dampaknya ke konsumen.

Perusahaan harus bisa mendefinisikan visi dan misinya dengan jelas. Jika tidak, hal ini akan berdampak pada sulitnya merencanakan dan mengimplementasikan proses pemasaran strategis ke depannya.

2. Analisis Situasi Terkini

Kedua, langkah pemasaran strategis adalah mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis dan pasar sebuah perusahaan. Untuk melakukannya, perusahaan bisa menggunakan model 4C-Diamond yang terdiri dari perubahan (*Change*), konsumen (*Customer*), pesaing (*Competitor*), dan perusahaan itu sendiri (*Company*).

Setelah mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang lingkungan internal dan eksternal melalui model 4C-Diamond, perusahaan juga bisa melakukan analisis SWOT

3. Perencanaan/Strategi Pemasaran

Setelah mengidentifikasi berbagai faktor melalui analisis situasi, perusahaan bisa memprioritaskan dan merencanakan peluang mana yang ingin dikejar terlebih dahulu. Sebab, menyusun rencana pemasaran akan memperjelas siapa target konsumen dan bagaimana perusahaan akan mencapai mereka.

4. *Marketing Mix* atau Taktik Pemasaran 4P

Langkah pemasaran strategis berikutnya adalah menerapkan taktik pemasaran 4P atau *marketing mix*. Di tahap ini, perusahaan merencanakan pengembangan produk melalui 4P (*Product, Price, Promotion, Place*).

•**Product**

Produk adalah barang atau layanan yang ditawarkan ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka masing-masing, misalnya dapat membantu memecahkan masalah. Pastikan perusahaan memiliki pemahaman yang jelas terkait produk yang ditawarkannya ke konsumen.

•**Price**

Harga adalah jumlah uang yang target audiens bersedia bayarkan untuk produk tersebut. Faktor harga meliputi diskon, periode pembayaran, dan harga jual, serta biaya produksi produk bagi perusahaan.

•**Promotion**

Promosi adalah cara perusahaan mengkomunikasikan produknya ke target audiens. Dalam promosi, perusahaan bisa mengedukasi konsumen bahwa produknya memberikan nilai dan berguna untuk memecahkan masalah mereka.

•**Place**

Perusahaan juga perlu mempertimbangkan tempat sebagai distribusi produk. Dengan begitu, target audiens bisa mendapatkan produk dengan mudah. Adapun contoh *place* yang bisa dipertimbangkan adalah toko *online*, retail, outlet, dan lainnya.

5. Implementasi dan Pengendalian

Langkah pemasaran strategis terakhir adalah implementasi dan pengendalian. Dalam tahap ini, perusahaan akan menerapkan semua rencana yang telah dirumuskan tadi. Perlu diingat bahwa langkah pemasaran strategis adalah proses yang dinamis. Maka dari itu, perusahaan harus mengukur dan mengevaluasi secara teratur, sehingga bisa melihat *progress*-nya.

Dalam hal mengukur dan mengevaluasi, perusahaan bisa melihat dari berbagai aspek. Mulai dari pendapatan, penjualan, kepuasan konsumen, jumlah kunjungan situs web, atau metrik lainnya. Jika angka-angka tersebut tidak mencapai *goals*, perusahaan dapat melakukan perubahan atau restrukturisasi untuk mencapai tujuan itu semua

Strategi *event marketing* yang akan kita bahas kali ini sangat erat kaitannya dengan *branding* dan juga *brand awareness*.

Hakikatnya, event adalah suatu pertunjukan ataupun kegiatan yang dipertunjukkan. Itu artinya, tujuannya adalah menyelenggarakan acara. Tapi untuk suatu perusahaan, acara adalah suatu cara yang baik untuk mencapai tujuan, yakni keuntungan.

7 Cara Pemasaran Produk yang Efektif

1. Pahami Siapa Pelangganmu

2. Ketahui Produkmu

3. Susun Rencana

4. Edukasi Pasar

5. Tetap Promosi

6. Pelajari Setiap Langkah

7. Mengulang Lagi

Pentingnya Pemasaran Produk

Pemasaran produk akan mendatangkan penghasilan untuk perusahaan. Dengan memasarkan produk yang tepat, akan lebih banyak orang yang tertarik untuk membeli produk tersebut dan ini bisa meningkatkan penjualan usaha. Berikut ini adalah beberapa alasan mengapa pemasaran produk sangatlah penting:

1. Menarik Calon Pembeli yang Spesifik
2. Meningkatkan Kualitas Produk
3. Menjadi Lebih Kompetitif

Thank you

