

# Strategi Branding



# Introduction

*Strategi branding* adalah sebuah *tool* yang membantu dalam memahami suatu *brand* serta perencanaan komunikasi visual-nya ke audiens.



Strategi *branding* menjelaskan menjelaskan hal-hal non-fisik dan manfaat sebuah brand, membantu membuat *brand image* dan USP (unique selling point) dari *brand* serta membangun tujuan jangka panjang dan keberlangsungan suatu *brand*.



# Elemen Strategi *Branding*

## 1. Tujuan

Tujuan sebuah *brand* sangat terkait dengan alasan mengapa brand tersebut ada dan fungsi apa yang dimilikinya.

Untuk mengetahui tujuan *brand*, pertimbangkan dua hal berikut ini :

Tujuan fungsional: Berkaitan dengan alasan komersial, seperti brand hadir untuk mendapatkan uang.

Tujuan intensional: Berkaitan dengan dampak positif terhadap *audience*.

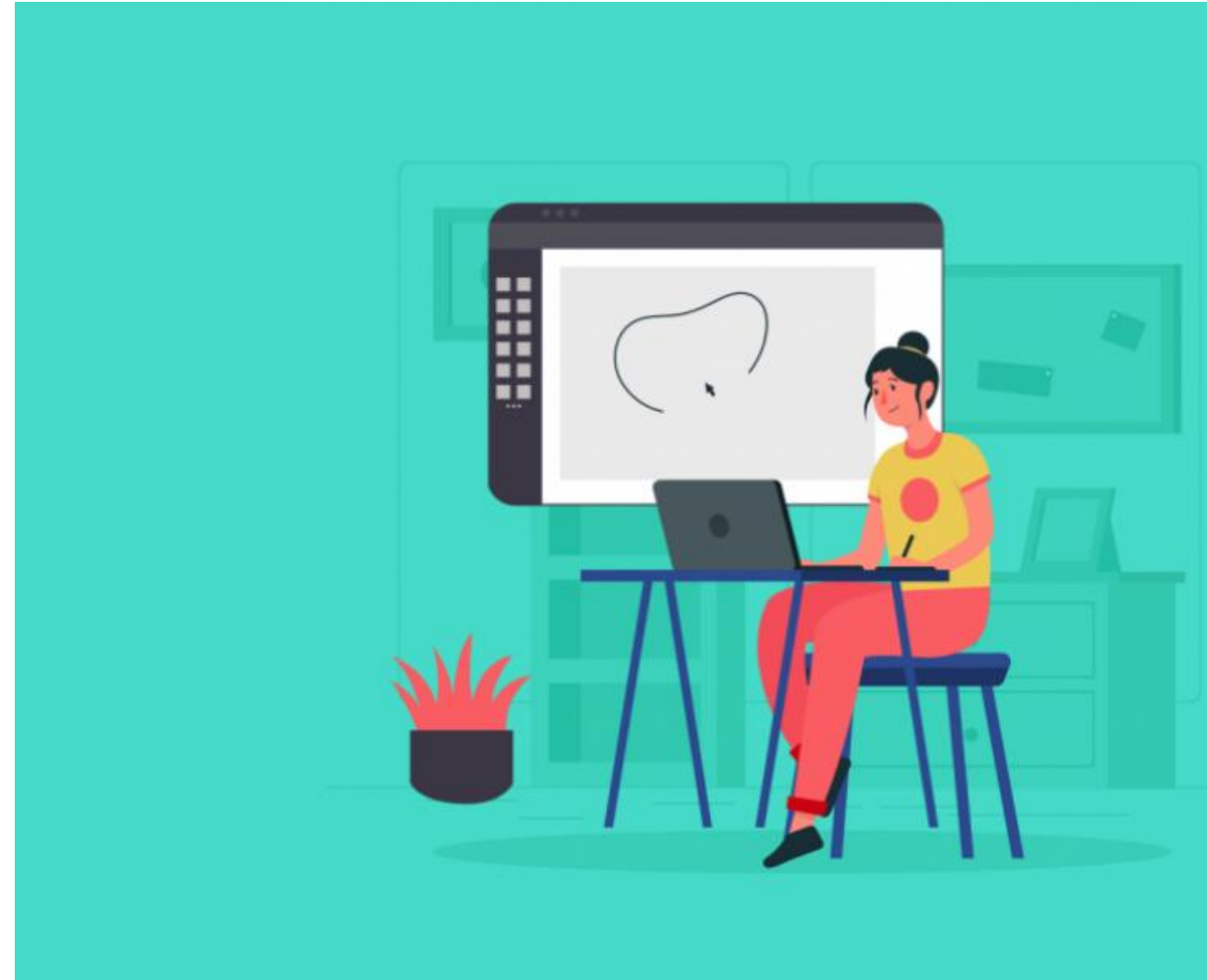


## 2. Konsistensi

Konsistensi membantu dalam membuat *strategi branding* yang efektif.

seperti penyampaian pesan yang berfokus pada topik-topik yang relevan bagi *brand* tersebut.

dampak dari konsistensi akan meningkatkan *brand loyalty*.



### 3. Emosi

Konsumen tidak selalu melakukan pembelian berdasarkan pemikiran rasional bahkan cenderung berdasarkan perasaan mereka.

Melibatkan emosi dalam strategi akan membantu brand terhubung dengan *audiens*.



## 4. *Competitive Awareness*

Memonitor kompetitor juga adalah salah satu elemen penting dalam *brand strategy*.

Caranya : berinteraksi dengan konsumen kompetitor, jika ada post yang meminta user untuk memilih brand A , kita dapat langsung memberi komentar sebagai user lainnya dan menjawab “tentu memilih brand Z, karena bla..bla”.



# Cara Melakukan Strategi Branding

Menggunakan logo yang sesuai

Logo yang sesuai dapat ditempatkan pada setiap marketing *tools*. Misalnya, dalam kemasan produk, ataupun pada foto profil yang dipasang di akun bisnis media sosial.



Memiliki pesan *brand*

Misalnya, pada produk Teh Botol Sosro, dengan *tagline* “Apa pun makanannya, minumannya Teh Botol Sosro”.

Artinya, Sosro ingin mendorong konsumen untuk percaya bahwa hidangan apapun jenisnya, pasangan untuk melepas dahaga adalah Teh Botol Sosro.



## Mengintegrasikan brand

Yaitu menaruh *branding* pada setiap kegiatan bisnis yang dijalankan. Misalnya, yaitu dengan meletakkan logo pada setiap produk kemasan, iklan yang ditayangkan, ataupun pada media sosial.



Menciptakan pesan yang sesuai dengan brand

Yaitu gaya komunikasi yang sesuai dengan *brand*. Jika suatu *brand* merefleksikan kesan maskulin seperti L-Men, maka pilihlah gaya komunikasi “It Works”.

