

Be a person in
advertising media

You aren't advertising to
a standing army,
you are advertising to
a moving parade.

David Ogilvy

Fakta membuktikan...

“75.2 % keputusan membeli
dipengaruhi oleh
“dari mulut ke mulut”,
50.6 % dipengaruhi oleh
iklan televisi.”

Hermawan Kertajaya

**“Nobody looks at
advertising on purpose”**

Howard Gossage – 40 tahun yang lalu

“It’s said that people recall no more than three or four of the commercial messages thrust at them in a given day.

The rest is a waste of space.”

Michael Newman – Creative Leaps

ADVERTISING

Pemanfaatan SEMUA bentuk media yang sesuai dengan perilaku konsumen untuk mencapai tujuan kampanye periklanan.

Bagaimana ADV bisa membantu?

1. Menghidupkan merek.
2. Interaksi dengan konsumen.

Mau bikin ADV yang **OK?**

1. Ikuti konsumen.
2. Beri tahu keuntungannya secara langsung.
3. Tepat waktu

Ikuti Konsumen

1. Gunakan setiap kesempatan di setiap tempat yang sesuai dengan konsumen.
2. Amati keseharian konsumen - di mana mereka paling sering memikirkan dan memakai merek tersebut.

Rengkuh konsumen dengan kebutuhan dan interestnya serta katakan keuntungan/keunggulan merek secara langsung.

Katakan keuntungan bagi konsumen kalau dia memakai produk atau jasa yang kita iklankan dengan cara yang sesuai dengan perilaku, keinginan dan kebutuhan mereka.

Dan katakan semua dalam 3 detik.

Beri tahu keuntungannya secara langsung.



Beri tahu keuntungannya secara langsung.

Bingung mau
lewat mana?
Jernihkan pikiran,
temukan **Jalanmu**.
SENSASI **Sprite** **SPRITE**
KU TAHU YANG KUMAU

Pikiran Macet?
Jalankan Dulu
Maumu!
SENSASI **Sprite** **SPRITE**
KU TAHU YANG KUMAU

Kiri? Kanan? Terus?
Jernihkan pikiran,
Kamu tahu **Arahmu**.
SENSASI **Sprite** **SPRITE**
KU TAHU YANG KUMAU

Drag
ke kanan?
Drag
ke kiri?
Klik
langsung?
Pilihan ada
di **tanganmu!**
SENSASI **Sprite** **SPRITE**
KU TAHU YANG KUMAU

Belajar?
Pacaran?
Beresin
kamar?
Jernihkan pikiran,
Kamu tau
apa **maumu!**
SENSASI **Sprite** **SPRITE**
KU TAHU YANG KUMAU

Apa yang bisa kita pelajari?

- Harus selalu ada ide.
- Pahami konsumen untuk menghidupkan brand.
- Hidupkan brand dengan memaksimalkan penggunaan point of contact.

If you think Mona Lisa is stunning,
you should look at my masterpiece.

In the mirror.

God



Please don't drink and drive, you're not quite ready to meet me yet.

God



Get both sides.
veja
Magazine

Advertising

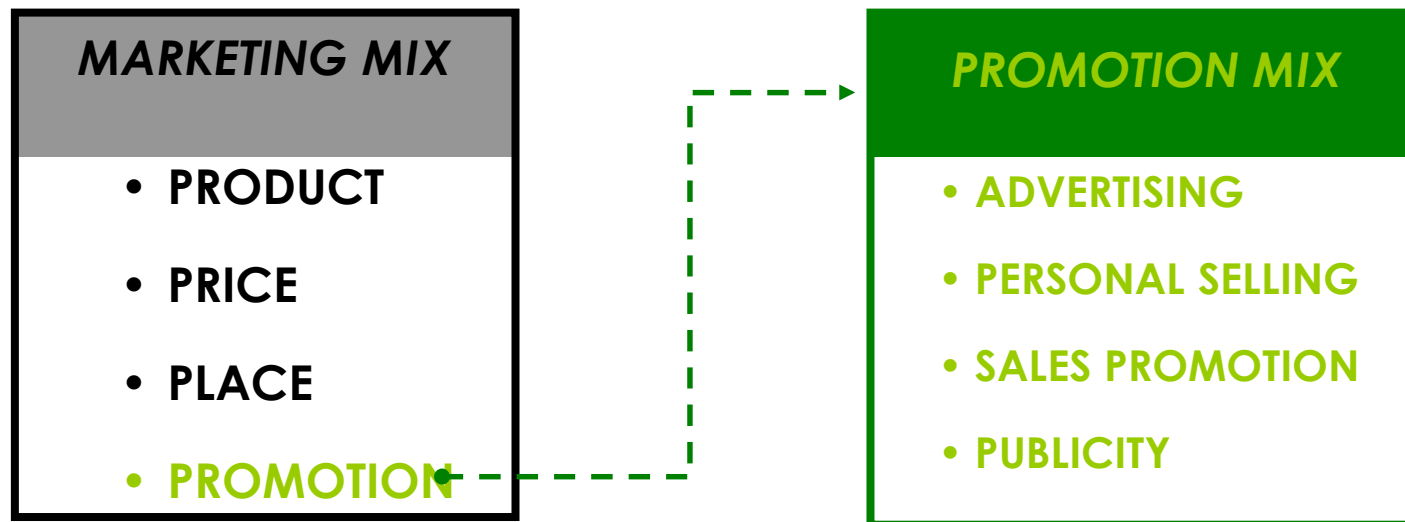
Pengertian umum :

menyampaikan pesan/informasi untuk menawarkan produk/brand yang ditujukan kepada masyarakat melalui media

MARKETING MIX

Salah satu unsur penting dalam 'bauran pemasaran' (marketing mix) adalah **PROMOSI**.

PROMOSI erat kaitannya dengan komunikasi ; melalui beragam senjata dan kelengkapannya / **PROMOTION MIX**.



howtoWORK



Terima kasih
dan SAMPAI ketemu di
other ADVERTISING topics
witme...