



LINGKUP MEDIA BUYING

<http://ramakertamukti.wordpress.com>

- *Masalah pemasaran perencanaan pembelian seluruh media mulai dengan masalah dalam konteks nasional, lokal, atau business-to-business / pemasaran iklan.*

Contoh : dari jenis masalah bisa menjadi berapa banyak untuk menghabiskan untuk iklan, bagaimana untuk meningkatkan volume penjualan.

PUT CLOTHES IN DIRTY! TAKE THEM OUT WASHED AND DRIED!

New General Electric Combination Washer-Dryer a complete home laundry only thirty inches wide

This General Electric Combination washes, bleaches, conditions and dries your clothes—in one continuous operation. Set the controls on the General Electric home laundry for your choice of washing and drying conditions.

The wonderful new 4-tumble washing action gently cleans, dips and tumbles clothes—gives clothes really clean. The sensitive General Electric thermostat provides safe drying temperatures for each load. No wet clothes to handle! Best of all, clothes dry with so few wrinkles, many need little or no ironing.

Saves at least 4 square feet of space over most washer and dryer "pairs." No wringing needed. Plus Automatic Moisture Saver, deep-dry controls, permanent work-top, colors or white Under-counter model for built-in installations.

For Free Decorating Ideas, Plan Book featuring Combination Washer-Dryer write General Electric Company, Appliance Park, Louisville 1, Ky.

Progress is Our Most Important Product

GENERAL ELECTRIC

APRIL 1962 115

Situasi Analisis

- Tujuan:
Untuk memahami masalah pemasaran yang dianalisis berdasarkan:
 1. Ukuran dan berbagi dari *share market*
 2. Grafik Penjualan, biaya, dan keuntungan yang diperoleh
 3. Distribusi
 4. Metode menjual
 5. Penggunaan iklan
 6. Identifikasi prospek penjualan
 7. Identifikasi produk

Strategi Pemasaran

- Tujuan:

Untuk merencanakan kegiatan yang akan menyelesaikan satu atau lebih dari bagian masalah pemasaran.

Termasuk penentuan:


1. Tujuan Pemasaran
2. Belanja Strategi Produk
3. Strategi Distribusi
4. Penggunaan Unsur-unsur pemasaran campuran
5. Identifikasi segmen pasar terbaik


Rencana strategi kreatif

- Tujuan: Untuk menentukan apa yang harus dikomunikasikan melalui iklan. Meliputi penentuan:
 1. Bagaimana produk dapat memenuhi konsumen kebutuhan
 2. Bagaimana produk akan diposisikan dalam iklan
 3. Tema
 4. Tujuan tertentu setiap iklan
 5. Jumlah dan ukuran iklan


Tujuan media/ Media Objectives:

- Apa tindakan yang harus kita ambil sebagai akibat dari media yang digunakan oleh pesaing?
- Tindakan apa yang harus kita ambil sebagai akibat dari penciptaan merek
- Apa pola dari yang memberatkan strategi secara geografis haruskah kita gunakan?

- 
- Media pengujian diperlukan? Bagaimana seharusnya itu digunakan?
 - Anggaran adalah cukup besar untuk mencapai tujuan yang?

- 
- Yang harus kita target primer dan sekunder?
 - Apa keseimbangan dari jangkauan untuk frekuensi yang dibutuhkan?
 - Apakah kita butuh nasional dan atau media lokal?

- Apa tujuan komunikasi (atau efektivitas tujuan) yang diperlukan?
- Yang jenis scheduling pola sesuai rencana kami: continuity, flighting, atau pulsing?
- Media apa yang dapat mendukung promosi? Mengapa?

- 
- Riset Media diperlukan? Bagaimana seharusnya itu digunakan?
 - Anggaran?