

Perencanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu pada launching produk Playstation Vita = Integrated marketing communication program Playstation Vita

R. Rinaaldi Soerja Djanegara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20358327&lokasi=lokal>

Abstrak

Playstation Vita merupakan brand dari Jepang yang terkenal sebagai konsol game portable, yang dapat dibawa. Sekarang ini tidak hanya sebagai sebuah konsol game, PS Vita dilengkapi fitur-fitur sosial dan fitur canggih yang menarik untuk lebih mendekatkan sesama pengguna Playstation Vita. Kampanye ini bertujuan untuk memperkenalkan Playstation Vita dan teknologi baru yang digunakan kepada khalayak sasaran. Kampanye akan berlangsung selama tahun 2012 dan dibagi kedalam 2 (dua) tahap program. Kampanye ini mengusung tema Live in your world, play in ours. Keseluruhan biaya kampanye Playstation Vita ini adalah Rp 27.611.766.000

.....Playstation Vita is a well known brand from Japan that is know as a portable console that can be brought anywhere. But this time its just not a game console, PS Vita is equipped with social feature and other sophisticated feature and can make PS Vita user communicated. This Campaign have an objective to introduces Playstation Vita and new technologies to the public and The campaign will run in 2012 in 2 phases program. This campaign assume the “Live your world, Play in ours” theme. The estimated budget for this campaign is around Rp. 27.611.766.000