

Analisis strategi pemasaran online pada brand komersial dalam membentuk loyalitas pelanggan studi terhadap brand victoria s secret pink = Analysis of commercial brand online marketing strategy in building customer loyalty a study of victoria`s secret pink brand

Saniya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404584&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat membuat online marketing menjadi salah satu cara yang efektif dalam menarik konsumen untuk menjadi loyal Dengan menggunakan media online pemasar dapat mengerti lebih banyak mengenai konsumennya Sebaliknya konsumen pun juga mengharapkan perusahaan untuk hadir lebih dekat dengan mereka Brand pakaian dalam wanita pada umumnya memasarkan produknya melalui toko toko dan katalog Akan tetapi berbeda dengan VS yang menggunakan pendekatan berbeda dalam menarik konsumennya untuk menjadi loyal Makalah ini menganalisis strategi pemasaran online dari brand Victoria rsquo s Secret Pink VS Pink serta mengamati hal hal apa saja yang membuat VS Pink berhasil meraih loyalitas pelanggan melalui pemasaran online nya berdasarkan aspek aspek tertentu melalui observasi online Penyajian data bersifat deskriptif dan ditujukan untuk memperoleh keterangan informasi dan data mengenai kasus yang dipilih Victoria's Secret VS telah berhasil membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan melalui berbagai kampanye dan program loyalitasnya yang dilakukan secara online dengan memperhatikan dan mengimplemetasikan aspek aspek seperti participation and engagement keterbukaan percakapan komunitas connectedness mengetahui khalayak dengan baik variasi hadiah dan customer service.

.....

The rapid development of technology makes online marketing become one of the effective ways to attract consumers to be loyal By using online media marketers can understand more about its customers Conversely consumers also expect companies to present more closely to them Women's underwear brand in general markets its products through stores and catalogs However in contrast to the Victoria rsquo s Secret who uses a different approach in attracting customers to be loyal This paper analyzes the online marketing strategy of the brand Victoria's Secret Pink VS Pink and observe what makes VS Pink won the loyalty of customers through its online marketing based on certain aspects through online observation Descriptive data presentation aimed to obtain information and data information about selected cases Victoria's Secret VS has managed to build and maintain customer loyalty through various campaigns and loyalty programs conducted online by paying attention to certain aspects such as participation and engagement openness conversation community connectedness knowing the audience well variety of reward given and customer service.