

Analisis perubahan strategi komunikasi CEPATNet, INNOVATE dan MyRepublic = Analysis of change communication strategy CEPATNet, INNOVATE and MyRepublic

Misela Permatasari Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446844&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Merek merupakan simbol yang merepresentasikan perusahaan. Memiliki merek yang dikenal dengan baik oleh konsumen menjadi tujuan utama didirikannya perusahaan. Kesuksesan dalam mengonstruksi kesadaran tentang merek pada konsumen akan memengaruhi pemasukan dari perusahaan. Berbanding lurus dengan ketatnya persaingan antar satu merek dengan merek lainnya, riset pasar tentang kepuasan konsumen terhadap merek penyedia jasa atau produk terus berkembang. Hal ini dapat memengaruhi kepercayaan kepada sebuah merek yang kerap berganti secara cepat. Strategi Marketing Public Relation dan elemen komunikasi pemasaran dari Integrated Marketing Communication memengaruhi peningkatan kesadaran merek (brand awareness).

ABSTRACT

Brand is a symbol that represent a company. Having well known brand is one of the reason why the company being build up. To reach a successful in constructing awareness about brand to the costumers will increase company income. Coherence with a tight competition with another brands, market research about costumers satisfaction to services company or product keep developing. Marketing Public Relation in this case can affect awareness through changing brand in a small amount of time. Significant Strategy on Marketing Public Relation and marketing communication elements in Integrated Marketing Communication will increase awareness to the brand it self.