

Program perencanaan komunikasi pemasaran digital MUAQ beauty periode Januari 2022-Juni 2022 = MUAQ beauty digital marketing communication planning program January 2022-June 2022.

Dwi Iman Chairunnisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518709&lokasi=lokal>

Abstrak

Profil Perusahaan: MUAQ Beauty merupakan merek kosmetik lokal yang menjual alat kosmetik dan produk kosmetik. Merek ini berdiri secara resmi sebagai perusahaan pada tahun 2019. MUAQ memiliki 8 karyawan dengan divisi 8 divisi yang berbeda-beda. Merek yang memiliki Head Quarter di Jakarta ini menjual produknya melalui platform daring, yaitu melalui Website dan E-Commerce. Harga dari produk-produk yang dijual oleh MUAQ Beauty berada di kisaran Rp50.000-Rp150.000 dengan pengecualian pada harga produk brush. Melihat promosi sebelumnya, merek ini kerap menggunakan media sosial, di mana media sosial yang paling sering digunakan adalah Instagram. Analisis Situasi: a. Sebagai produk lokal, MUAQ Beauty dapat menunjukkan produk-produknya yang sangat baik dan memanfaatkan ruang digital. b. Memanfaatkan peningkatan daya beli masyarakat untuk melakukan promosi sehingga dapat meningkatkan brand awareness yang mungkin dapat berubah menjadi penjualan. b. Menyampaikan keunggulan-keunggulan dari MUAQ Beauty dibandingkan merek lain. d. Mengoptimalkan pemasaran ke pengguna make-up yang menggunakan make-up bukan hanya untuk kegiatan sehari-hari dan menguatkan penyampaian positioning. Tujuan: Meningkatkan brand awareness sebesar 20% di segmentasi terpilih, yaitu segmentasi penggemar make-up.

.....Company Profile MUAQ Beauty is a local cosmetic brand that sells cosmetic tools and cosmetic products. This brand was officially established as a company in 2019. MUAQ has 8 employees with 8 different divisions. This brand, which has a Head Quarter in Jakarta, sells its products through online platforms, namely through the Website and E-Commerce. The prices of the products sold by MUAQ Beauty are in the range of Rp. 50,000-Rp. 150,000 with the exception of the price of brush products. Looking at the previous promotion, this brand often uses social media, where the most frequently used social media is Instagram. Situation Analysis: a. As a local product, MUAQ Beauty can showcase its excellent products and take advantage of the digital space. b. Utilize the increase in people's purchasing power to carry out promotions so as to increase brand awareness which may lead into sales. c. Presenting the advantages of MUAQ Beauty compared to other brands. d. Optimizing marketing to make-up users who use make-up not only for daily activities and strengthening the delivery of positioning. Goal: Increase brand awareness by 20% in the selected segment, namely the make-up enthusiast segment.