

Aplikasi Customer Brand Engagement Terhadap Strategi Pemasaran UMKM Parfum Lokal Never Not = Customer Brand Engagement Application on The Marketing Strategy of Local Perfume Brand Never Not

Lynea Gianni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516500&lokasi=lokal>

Abstrak

Never Not merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam bidang parfum yang berdiri sejak Juni 2022. Never Not memiliki karakteristik ekspresif dan playful yang berupaya ditampilkan pada produk mereka. Bukan sekedar wangi yang enak, Never Not berupaya membuat parfum yang tepat dengan kualitas yang tinggi dan berkarakter. Analisis Situasi colspan Industri Wewangian Indonesia didominasi kategori wewangian wanita selama 2021 Never Not yang berada dalam naungan PT Darje Independen Kreasi, memiliki dukungan internal untuk menciptakan visualisasi pemasaran bagi brand Engagement Never Not secara daring maupun luring dinilai masih kurang Never Not baru memiliki tim kecil untuk melakukan strategi pemasaran, sehingga belum ada spesialisasi yang mumpuni untuk melakukan kampanye besar lid rgb(0, 0, 0); padding: 5pt; overflow: hidden; overflow-wrap: break-word Tujuan Meningkatkan brand engagement Never Not dengan target pemasaran melalui konsep customer brand engagement. Pesan Kunci Meskipun kata-kata merupakan hal yang penting, Never Not ingin mengingatkan bahwa wangi juga dapat membantu menghibur penggunanya. Khalayak Sasaran Demografis