

Analysis of firm strategy to attract more demand: case study of BMW Astra Cilandak = Strategi perusahaan untuk menarik lebih banyak permintaan: studi kasus BMW Astra Cilandak

Teuku Muhammad Revanza Revikashah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920547704&lokasi=lokal>

Abstrak

This study analyzes the marketing strategies of BMW Astra Cilandak and their impact on sales. Focusing on Instagram ads, TikTok, event strategies, partnerships, content marketing, email marketing, and influencer collaborations, the research highlights the preferences of Indonesian consumers and the positive response to modern marketing tactics. The findings show a significant increase in car sales in 2023 due to these strategies. The study connects economic theories, such as consumer behavior, to the sales boost and provides recommendations for sustained growth and competitiveness in the premium automotive market. It offers insights for brands looking to enhance their online presence and marketing communications.

..... Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran BMW Astra Cilandak dan dampaknya terhadap penjualan. Berfokus pada iklan di Instagram, TikTok, strategi acara, kemitraan, pemasaran konten, pemasaran email, dan kolaborasi dengan influencer, penelitian ini menyoroti preferensi konsumen Indonesia dan tanggapan positif terhadap taktik pemasaran modern. Temuan menunjukkan peningkatan signifikan dalam penjualan mobil pada tahun 2023 akibat strategi-strategi ini. Penelitian ini menghubungkan teori ekonomi, seperti perilaku konsumen, dengan peningkatan penjualan dan memberikan rekomendasi untuk pertumbuhan berkelanjutan dan daya saing di pasar otomotif premium. Ini menawarkan wawasan bagi merek yang ingin meningkatkan kehadiran online dan komunikasi pemasaran mereka.