

Analysis of glocalization marketing strategy: A study on Vaseline's 'Think globally Act Locally' glocal marketing strategy = Analisis Strategi Pemasaran Glokalisasi: Sebuah Studi Tentang Strategi Pemasaran Global Vaseline 'Think global Act Locally'

Habin Cho, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553620&lokasi=lokal>

Abstrak

This study aimed to investigate glocal marketing strategy that uses well balanced mixture of both globalization and localization that multinational companies refer to for business nowadays. Analysis was made through social media posts through variety of platforms such as Instagram and YouTube for representative brand Vaseline from Unilever. Foglio's (2017) suggestion of crucial features of concrete glocalization and Schiffman (2009)'s five classification of glocal marketing strategy were used to guide the analysis. Vaseline achieved seven components, demonstrating to other brands a good example of how to conduct a glocalization marketing campaign. This research was successful in conveying general themes, concepts, and real-world instances of glocalization.

.....Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran global yang menggunakan campuran yang seimbang antara globalisasi dan lokalisasi yang dirujuk oleh perusahaan multinasional untuk bisnis saat ini. Analisis dilakukan melalui postingan media sosial melalui berbagai platform seperti Instagram dan YouTube untuk perwakilan merek Vaseline dari Unilever. Saran Foglio (2017) tentang fitur penting dari glokalisasi konkret dan lima klasifikasi strategi pemasaran global dari Schiffman (2009) digunakan untuk memandu analisis. Vaseline mencapai tujuh komponen, menunjukkan kepada merek lain contoh yang baik tentang bagaimana melakukan kampanye pemasaran glokalisasi. Penelitian ini berhasil menyampaikan tema-tema umum, konsep, dan contoh-contoh glokalisasi di dunia nyata.