TCI TOP COACH INDONESIA

Day 2: Smart Pricing

TCI TOP COACH INDONESIA

RAHASIA KESUKSESAN MARKETING

PRICING

=

PROFIT

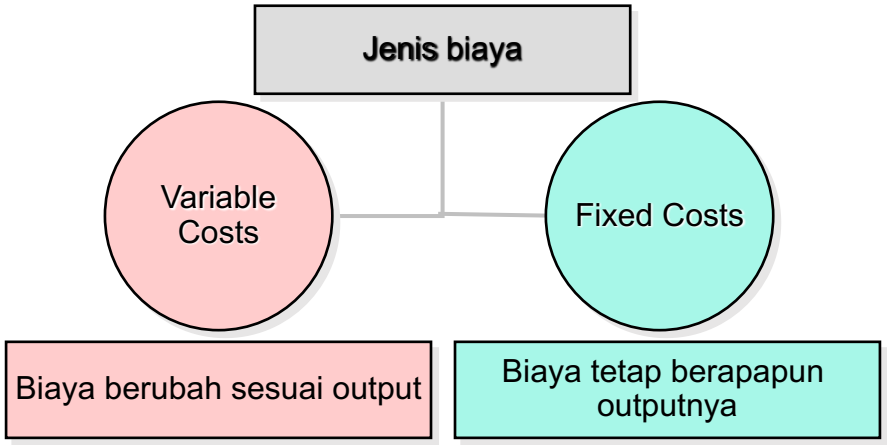
TCI TOP COACH INDONESIA

Pricing Considerations

1. Biaya
2. Objektif
3. Konsumen
4. SIKLUS PRODUK Life-Cycle
5. LEGALITAS

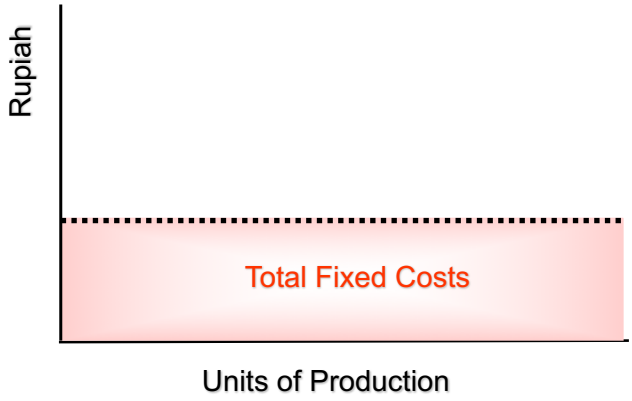
TCI TOP COACH INDONESIA

1. Your Costs



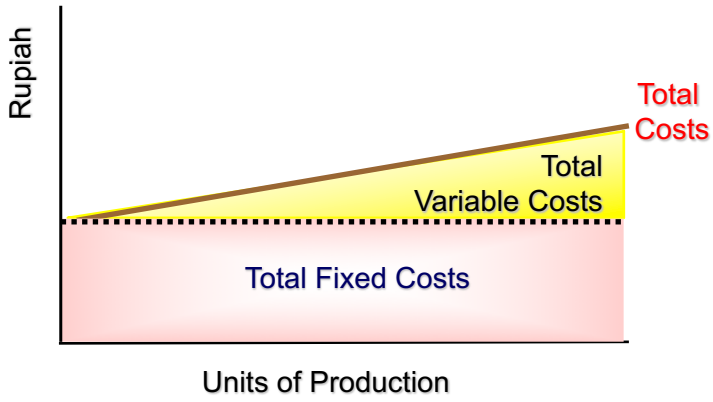
TCI TOP COACH INDONESIA

Breakeven Analysis



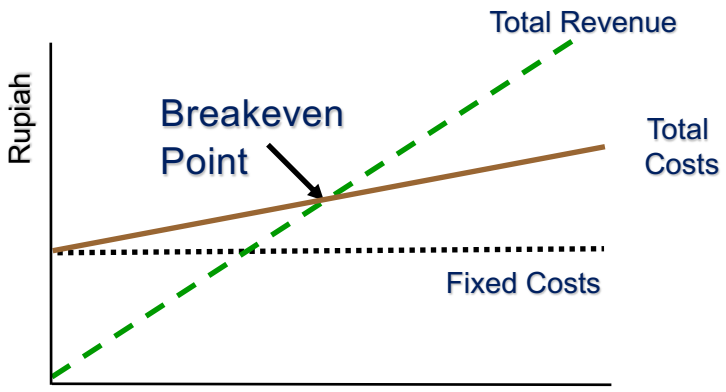
TCI TOP COACH INDONESIA

Breakeven Analysis



TCI TOP COACH INDONESIA

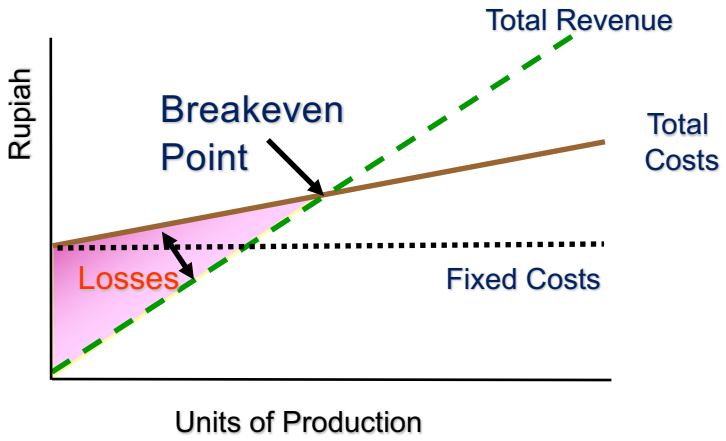
Breakeven Analysis



#Sales= FC/ price-VC

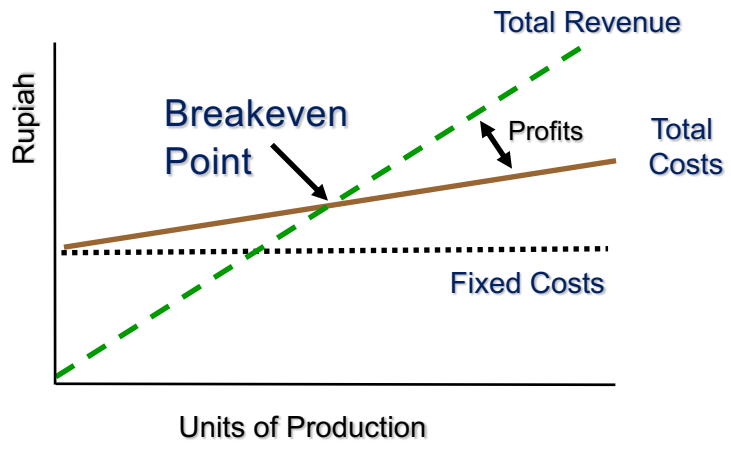
TCI TOP COACH INDONESIA

Breakeven Analysis



TCI TOP COACH INDONESIA

Breakeven Analysis



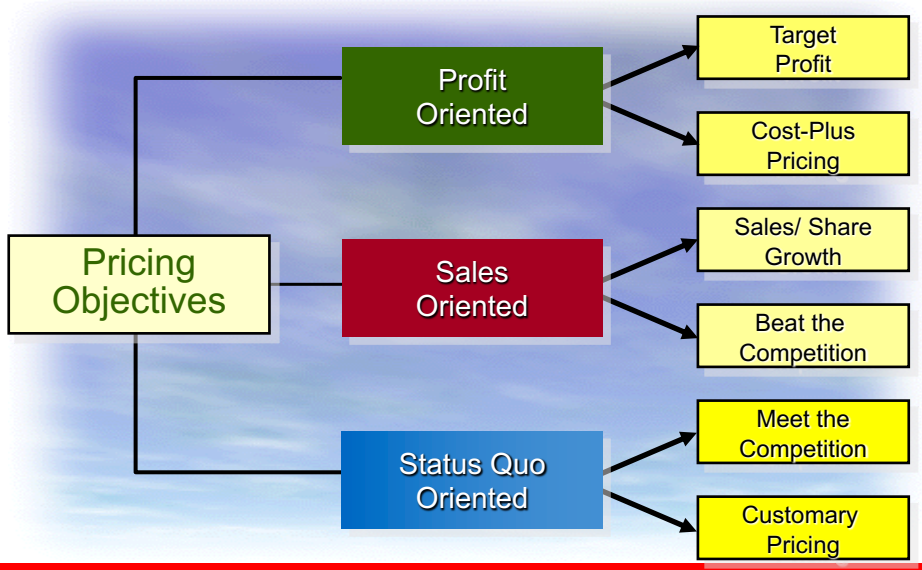
TCI TOP COACH INDONESIA

Pricing Considerations

1. Biaya
2. Objektif
3. Konsumen
4. SIKLUS PRODUK Life-Cycle
5. LEGALITAS

TCI TOP COACH INDONESIA

2nd Consideration-Your Objective



TCI TOP COACH INDONESIA

Pricing Considerations

1. Biaya
2. Objektif
3. Konsumen
4. SIKLUS PRODUK Life-Cycle
5. LEGALITAS

TCI TOP COACH INDONESIA

3rd Consideration=Consumer Mind-Set

Internal Reference Price
- Ekspektasi/kesediaan membayar

External Reference
- Pembanding

Buyer Behavior
- Harga, Brand, Style-Consciousness

(Seluruh Manfaat) – (Seluruh Biaya) = Product's Value to the Customer

TCI TOP COACH INDONESIA

Prestige Pricing

Harga di tingkat yang relatif mahal – untuk menyampaikan gambar berkualitas tinggi

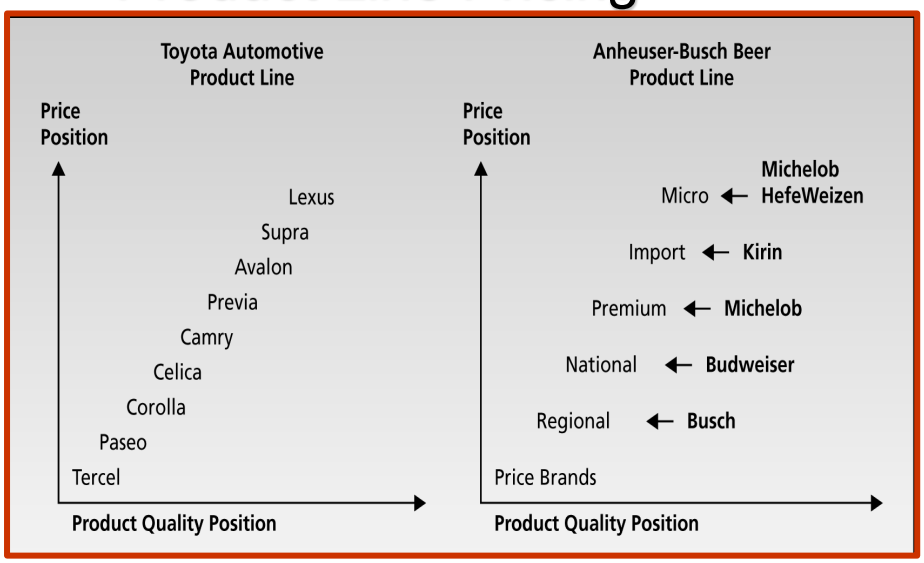
TCI TOP COACH INDONESIA

Value Pricing

- Low- Harga pembukaan yang menarik
- Bundling
- Up-selling

TCI TOP COACH INDONESIA

Product Line Pricing



TCI TOP COACH INDONESIA

Loss-Leader Pricing

Retail Tactic

Kebijakan penetapan harga yang menawarkan produk dengan harga di bawah atau di hampir imoas untuk ”mengundang konsumen"

Elasticity of Demand

KEBUTUHAN

- Elastic
  - Barang-barang pilihan
  - Banyak kompetisi / Pengganti
- Inelastic
  - Kebutuhan
  - Beberapa, tidak ada Pengganti

TCI TOP COACH INDONESIA

DEMAND PRICING

Higher prices- favored w/ inelastic

- Kenaikan harga mengimbangi kerugian volume

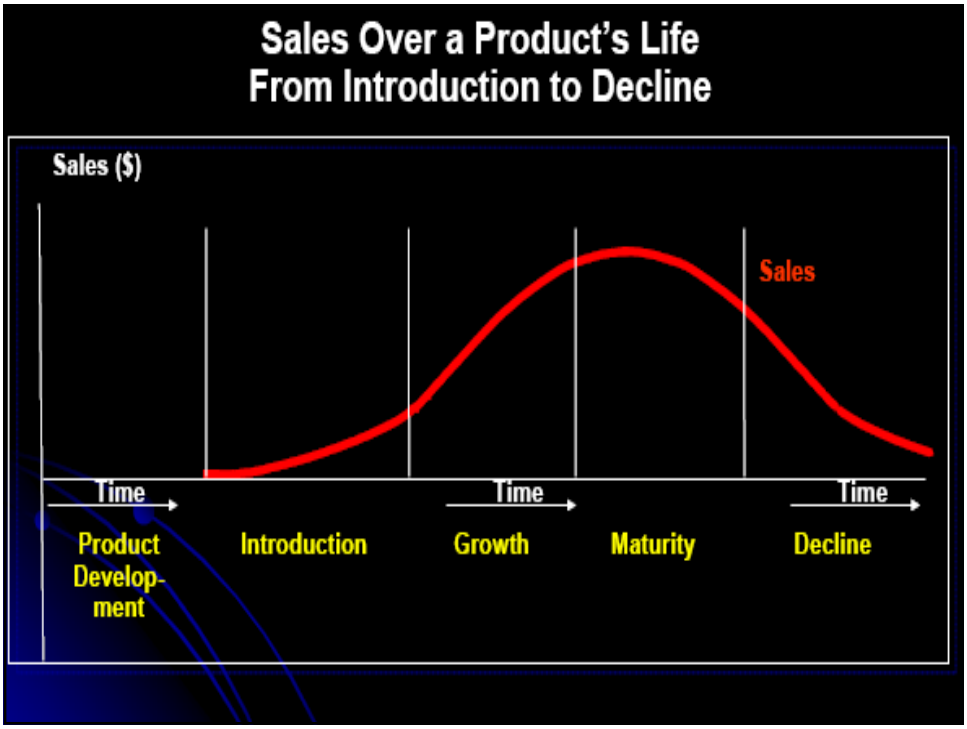
Lower prices - favored w/ elastic

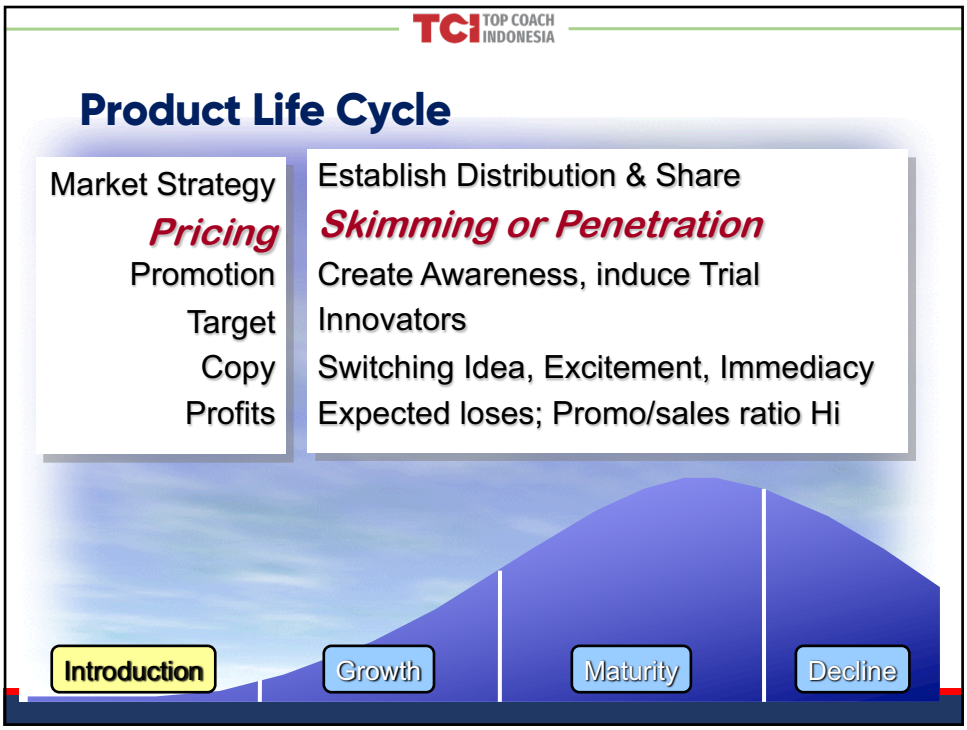
- Peningkatan volume mengimbangi penurunan harga

TCI TOP COACH INDONESIA

Pricing Considerations

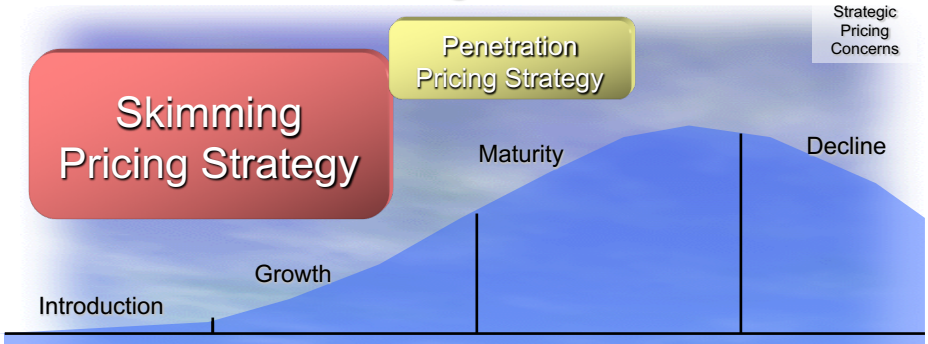
1. Biaya
2. Objektif
3. Konsumen
4. SIKLUS PRODUK Life-Cycle
5. LEGALITAS


Sales Over a Product's Life
From Introduction to Decline
Sales ($)
Sales
Time
Time
Time
Product Develop-ment
Introduction
Growth
Maturity
Decline


TCI TOP COACH INDONESIA
Product Life Cycle
Market Strategy
Pricing
Promotion
Target
Copy
Profits
Establish Distribution & Share
Skimming or Penetration
Create Awareness, induce Trial
Innovators
Switching Idea, Excitement, Immediacy
Expected loses; Promo/sales ratio Hi
Introduction
Growth
Maturity
Decline

TCI TOP COACH INDONESIA

New Product Pricing



- Harga awal yang tinggi untuk ROI cepat. Ketidakpekaan harga oleh pasar. Inovatif.
- Konsumen menempatkan premium pada manfaat sosial & pengalaman dari memiliki produk.

TCI TOP COACH INDONESIA

New Product Pricing

- Low initial price
- Volume for lower production costs
- Imminent competition

TCI TOP COACH INDONESIA

Product Life Cycle- Growth Stage

Marketing	Inc. Market share & Penetration
Price policy	***Jaga stabilitas harga***
Place	solidify distribution channels generate
Promotion	Selective demand; establish Brand Pref.
Copy	Stress Originality
Profits	start of profits
Target	Early Adopters

TCI TOP COACH INDONESIA

Product Life Cycle: Maturity

Marketing	Maintain share
Price policy	*Gunakan Promo, Pameran*
Place	increase distribution efforts
Promotion	New users- new segments-new uses
Copy	New & Improved; New campaigns
Profits	highest profits (peak)
Target	Early-Late Majority

TCI TOP COACH INDONESIA

PROMOTOOLS:

- Sales Promotions
  - Seasonal
  - Quantity
- Premiums, Contests
- Rebates
- Trade-in Allowances

TCI TOP COACH INDONESIA

Product Life Cycle- Decline

Marketing	Prune Channels, reduce losses
Price policy	*Cuci Gudang/Diskon*
Place	limit distribution efforts
Promotion	cut-back on advertising
Profits	reduced profits
Target	Laggards

TCI TOP COACH INDONESIA

Pricing Considerations

1. Biaya
2. Objektif
3. Konsumen
4. SIKLUS PRODUK Life-Cycle
5. LEGALITAS

TCI TOP COACH INDONESIA

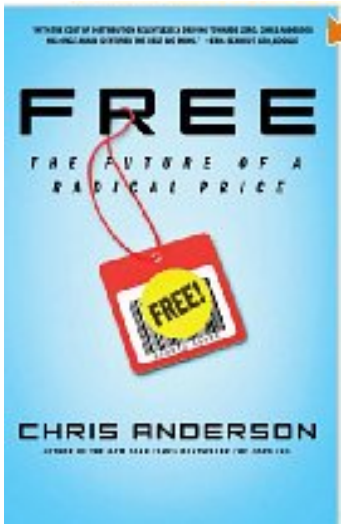
Major Legal Concerns

Issues That Impact Pricing Decisions

- Exaggerated Compartives
- Price Fixing
- Price Discrimination
- Predatory Pricing

TCI TOP COACH INDONESIA

OR- don't charge anything at all !



[Wired's Editor In Chief Chris Anderson discusses why $0.00 is the future of business]

TCI TOP COACH INDONESIA

Old Marketing Tactic

Give away a-little to sell a-lot

TCI TOP COACH INDONESIA

New Marketing Tactic

Give away a-lot to sell a-little

Versi basic / Gratis, tetapi peningkatan $ 19,99 menyediakan fitur tambahan seperti supertagging dan ripping dan pembakaran yang lebih cepat

TCI TOP COACH INDONESIA

Freemium Models

LIMITED:

1. TIME
2. FEATURES
3. SEATS
4. SEGMENTS

TCI TOP COACH INDONESIA

Membangun Persepsi

TCI TOP COACH INDONESIA

Pick your salad

- Salad Yunani, dengan zaitun kalamata dan keju feta ...
- ATAU
- Sensasi kuliner, dada ayam organik yang lezat dipanggang dengan sempurna, ditaburi dengan demi-glace yang cantik, cara indah menikmati couscous Israel ...

SimpleRecipes.Me

TCI TOP COACH INDONESIA

CASE STUDY

Anda sedang belanja lalu diminta untuk membeli obat turun panas untuk anak Anda …

Rp. 11.000

Rp. 9.100

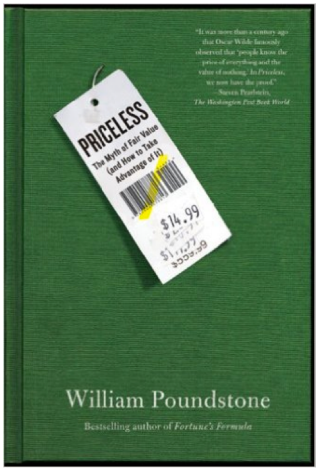
Generik

Rp. 3.900

TCI TOP COACH INDONESIA

Price test

William Poundstone,
author of Priceless:
The Myth of Fair Value.



TCI TOP COACH INDONESIA

Test #1

Beer Murah

$1.80

Beer Premium

$2.50

TCI TOP COACH INDONESIA

Test #2

Beer Super Murah

$1.60

Beer Murah

$1.80

Beer Premium

$2.50

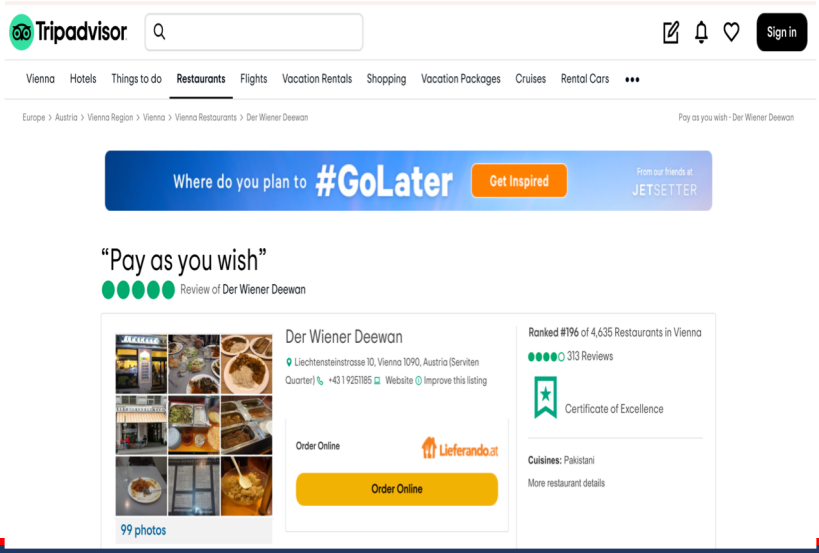
TCI TOP COACH INDONESIA

Test #3

Beer Murah	Beer Premium	Beer Super Premium
$1.80	$2.50	$3.40

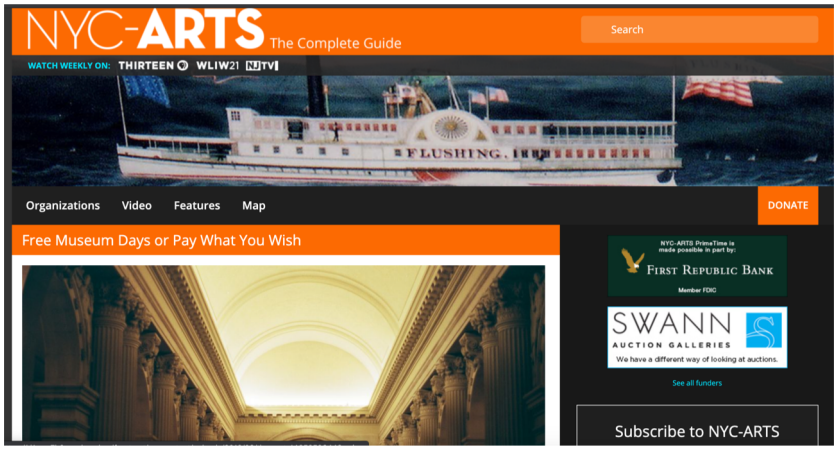
TCI TOP COACH INDONESIA

Bayar Suka-Suka



TCI TOP COACH INDONESIA

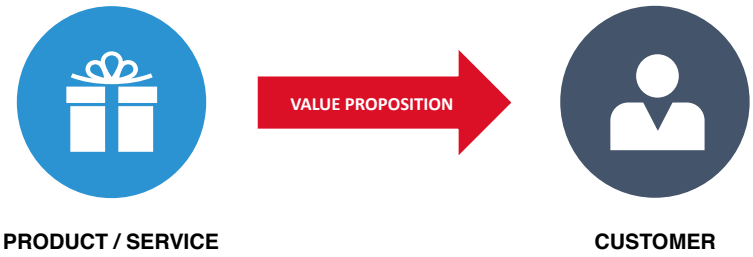
Masuk Gratis Bayar Serelanya



TCI TOP COACH INDONESIA

What is a Value Proposition?

- Describes the **benefits** customers can expect from your products and services



TCI TOP COACH INDONESIA

How Much Do Your Customers LOVE Your Value Proposition?

PRODUCT / SERVICE

CUSTOMER

NOT EASY

TCI TOP COACH INDONESIA

72%

of new product and service innovations fail to deliver on expectations

Source: Simon-Kucher & Partners, 2014

#1 STARTUP MISTAKE

Building Something Nobody Wants

Source: 100FirstHits.com

TCI TOP COACH INDONESIA

Need better approach for creating value for customers and lowering risk of failure!

TCI TOP COACH INDONESIA

Industrial Applications of Design Thinking

Meluncurkan aplikasi pembayaran seluler (alternatif untuk kartu SB).

Store lines move 10-20% faster

Toko eceran dirancang berdasarkan aktivitas, bukan produk.

Most profitable retail store per square foot

Meluncurkan Tide PODS sehingga pelanggan tidak perlu mengukur.

Estimated earning of $131 million in 2012

Mengubah model berbasis produk menjadi model berlangganan berbasis cloud.

Creative Cloud software revenue increased by 44% since 2013

TCI TOP COACH INDONESIA

Irresistable Offer

Menciptakan penawaran yang sangat menarik dari sulit ditolak

Tidak harus

- Diskon
- Perang harga
- Jual rugi

TCI TOP COACH INDONESIA

Jual Hemat Waktu bukan Hemat Uang

Ipod experiment

- 3 kelompok
- Group 1: Berapa lama waktu yang anda habiskan menggunakan Ipod
- Group 2: Berapa lama uang yang Anda habiskan untuk Ipod
- Group 3: tidak ada pertanyaan
- Hasil: Group pertama membeli saat ditawarkan ipod, group 2-3 menolak

TCI TOP COACH INDONESIA

"Foot-in-the-Door" Technique

- Teknik ini pertama kali dipopulerkan pada tahun 1966 oleh para peneliti Freedman dan Fraser dalam studi mereka "Compliance Without Pressure."
- Dalam studi tersebut, mereka membagi 156 wanita menjadi empat kelompok: tiga kelompok uji, dan satu kelompok kontrol.
- Para peneliti menelepon tiga kelompok uji untuk menanyakan produk pembersih apa yang mereka gunakan.
- Tiga hari kemudian, peneliti meminta ijin keempat kelompok untuk masuk ke rumah mereka untuk melihat produk pembersih.
- Dalam tiga kelompok pertama, 52,8% dari peserta mengizinkan para peneliti ke rumah mereka.
- Hanya 22,2% peserta dari kelompok kontrol menyetujui permintaan tersebut.
- Penelitian yang lebih baru telah mereplikasi studi Freedman dan Fraser untuk menunjukkan bahwa kita lebih mungkin pergi minum-minum dengan seseorang jika mereka menanyakan arah atau merokok terlebih dahulu kepada kita.
- Kami bahkan dua kali lebih mungkin untuk menghentikan pencurian dalam tindakan jika korban meminta waktu sebelum kami melakukan kejahatan.

TCI TOP COACH INDONESIA

Free Trial

×

Choose a membership for your 30-day FREE trial

amazonPrime	Prime Video £5.99/month	Prime (monthly) £7.99/month	BEST VALUE Prime (annual) £79/year Equivalent to £6.58/month
Unlimited One-Day Delivery		✓	✓
Unlimited movies and TV shows Including HD, Ultra HD & HDR (when available)	✓	✓	✓
Secure unlimited photo storage		✓	✓
Early access to Lightning Deals		✓	✓
Stream two million songs. Thousands of playlists and stations. On-demand, ad-free music streaming.		✓	✓
Best Annual Value			✓

Start your 30-day free trial

After your free trial Amazon Prime is just £79/year.
Cancel anytime.

TCI TOP COACH INDONESIA

Disney Cookie Jar

Beli kalengnya, boleh isi kue gratis sepenuhnya

TCI TOP COACH INDONESIA

Harga Jebakan

Basic

TRY 4 WEEKS FOR 99¢ ►

only $3.75/week thereafter

Basic Digital Access Includes:

Access to NYTimes.com and all NYT apps.

Unlimited article access, anytime, anywhere.

Discounts to The Times Store, Film Club, Wine Club and TimesTalks.

BEST VALUE

All Access

TRY 4 WEEKS FOR 99¢ ►

only $6.25/week thereafter

Basic Digital Access Features

+

Times Insider Access

Access to exclusive, behind-the-scenes stories, photos and videos from our journalists inside the newsroom.

Attend live panel discussions and special events hosted by Times editors and journalists.

Access to a weekly "Inside The Times" podcast series and a collection of 120+ e-books — collections of our most important stories — curated by Times editors.

+

1 bonus subscription

One complimentary All Access subscription to give to anyone you'd like (a $25/month value).

Home Delivery

+ All Access

TRY 50% OFF FOR 12 WEEKS ►

only $9.40/week thereafter*

Basic Digital Access Features

+

Times Insider Access

+

Home Delivery

Convenient and reliable delivery. Guaranteed.

Customized delivery options such as Sunday only, Fri.-Sun., weekday delivery or daily delivery.

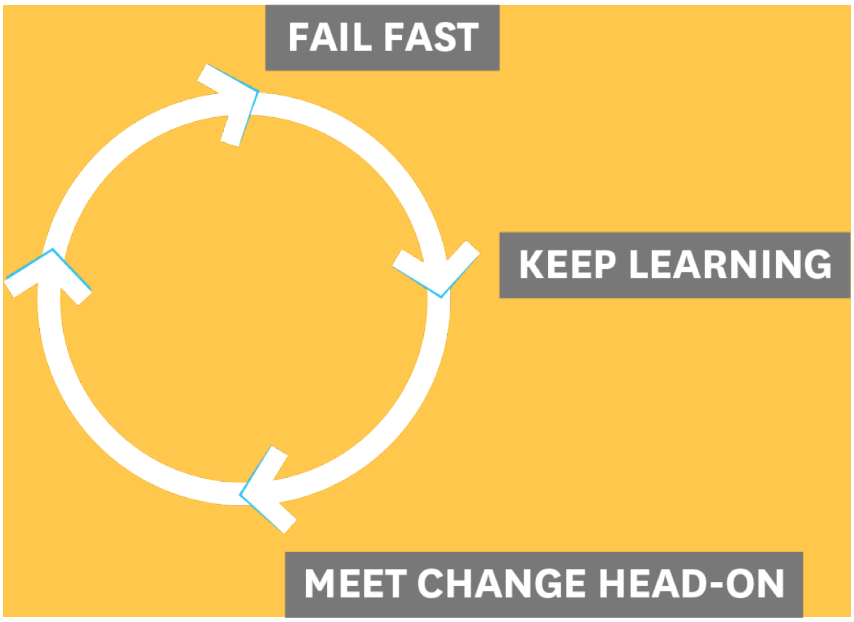
Includes weekly Sunday magazine and monthly T Magazine.

+

2 bonus subscriptions

Two complimentary All Access subscriptions to give to anyone you'd like (a $50/month value).

TCI TOP COACH INDONESIA



TCI TOP COACH INDONESIA

Day 3: Power Of Marketing Influence

TCI TOP COACH INDONESIA

Marketing is all about

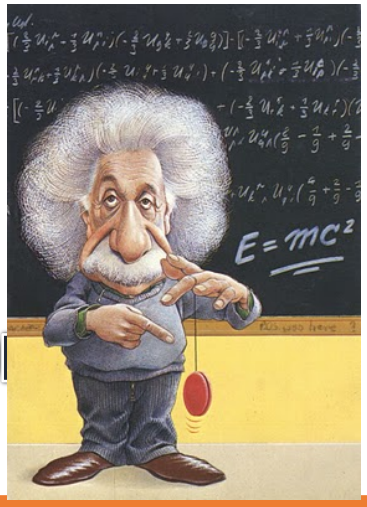
E=MC²

Education

Message

Communication

Consistency



One dollar you invest gives you 10 dollar , that's a good marketing ...

Copyright © 2014 - Paper Search Advisor

TCI TOP COACH INDONESIA

Berapa Kali Anda harus beriklan

1. Iklan, tidak kelihatan meskipun ada
2. Masih belum kelihatan
3. Sadar ada iklan.
4. Rasanya pernah lihat
5. Mulai Baca headlinenya
6. Lihat iklan sampai Nengok
7. Baca penuh, ”Males, dah!"

TCI TOP COACH INDONESIA

Berapa Kali Anda harus beriklan

8. “Iklan ini lagi!"
9. Mulai Mikir mungkin saya butuh.
10. Tanya teman, “udah punya belum?”
11. Mikir, gimana bayar iklan begini sering yah
12. Kayaknya saya butuh nih.
13. Tambah rasa membutuhkannya

TCI TOP COACH INDONESIA

Berapa Kali Anda harus beriklan

14. Pikirannya mulai berpikir, “rasanya, saya udah lama ingin punya ini”.
15. Mulai menggunakan nama produk untuk jadi bahan becandaan.. “Ngapain pake Ipod, repot pakenya…!”
16. Kayaknya saya udah harus punya deh
17. Meniatkan untuk beli. Masuk ke dalam daftar keinginan

TCI TOP COACH INDONESIA

Berapa Kali Anda harus beriklan

18. Bersumpah HARUS BISA!!!!
19. Mulai hitung budget. Saldo credit card tambah tabungan atau gabungan beberapa credit card
20. Lihat iklan, masuk toko, beli sesuai penawarannya.

The list youve just read was written by Thomas Smith of London in l885.

TCI TOP COACH INDONESIA

Establish Presence & Purpose

- Create Awareness
- Id & demonstrate
  - Needs Satisfied
  - Benefits delivered

- Advertising
- Sponsorships
- Web casts Info-tainment
- Distribution outlets
- Public Transit
- Sponsor Sports; Social causes
- Stealth Marketing- create. buzz
- User community building (e.g., Harley-Davidson)
- Founder's personality (e.g., Colonel Saunders)
- Celebrity spokespersons
- Clubs
- Company visits
- Trade shows
- Traveling exhibits

TCI TOP COACH INDONESIA

Positioning

Copyright ©2014 Top Coach Indonesia

TCI TOP COACH INDONESIA

Ad-lib Value Proposition Template

Our Taxi Smartphone App
Products and Services

help(s) taxi passengers
Customer Segment

who want to
book a taxi
jobs to be done

by minimizing waiting time for a taxi
verb (e.g., reducing, avoiding) and a customer pain

and enjoying affordable prices .
verb (e.g., increasing, enabling) and a customer gain

(unlike Typical taxi services by phone)
competing value proposition

Template: strategyzer.com/vpd

TCI TOP COACH INDONESIA

The Emotional Bank Account ...

70

Price

TCI TOP COACH INDONESIA

Old pricing	New Pricing
Biaya	Concept
+	+
Margin	Perception
=	=
Price	Price

Copyright ©2014 Top Coach Indonesia

TCI TOP COACH INDONESIA

Effect

- Test continued by reducing the price up to 10 cent ....
- Results:
  - 92% patient with $2.50 price tag experienced significant pain relief in less than 10 minutes ...
  - 55% patient experienced almost no effect with 10 cent price tag
- Patient experienced less benefit when using a discounted price medicine ...

Copyright ©2014 Top Coach Indonesia

Copyright ©2014 Top Coach Indonesia

TCI TOP COACH INDONESIA

Got Couch?

ONLY $ 499,-

Retail price $ 4000,-

Copyright © 2014 Top Coach Indonesia 75

TCI TOP COACH INDONESIA

Got Couch?

Retail price $ 4000,-

ONLY $ 499,-

Copyright © 2014 Top Coach Indonesia 76

TCI TOP COACH INDONESIA

Types of marketing strategies and tactics you can use to bring new customers to your business and grow your brand.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Cause Marketing: Temukan alasan yang membuat pelanggan dan perusahaan Anda peduli. Itu bisa menciptakan keajaiban untuk bisnis Anda.

TCI TOP COACH INDONESIA

Daripada melakukan promosi tradisional "beli satu gratis satu", Toms Shoes membangun pengikut dan reputasi pelanggan yang kuat untuk memberi kembali dengan memberikan sepasang sepatu gratis kepada seseorang yang membutuhkan untuk setiap pembelian sepatu yang dilakukan oleh pelanggan mereka.

TCI TOP COACH INDONESIA

Relationship Marketing: Berfokuslah untuk membangun hubungan dengan pelanggan Anda daripada selalu secara eksklusif mencoba menjual sesuatu kepada mereka (disebut pemasaran transaksional).

Pelanggan yang lebih mencintai merek Anda juga akan menghabiskan lebih banyak uang dengan merek Anda.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Banyak retailer tradisional menganggap ini benar. **Walgreens** telah melihat bahwa pelanggan yang membeli dari semua saluran pembelian mereka (toko, web, seluler, dll) membeli hingga enam kali lebih banyak daripada rata-rata pelanggan yang hanya membeli di toko mereka.

TCI TOP COACH INDONESIA

Walgreens

AT THE CORNER OF HAPPY & HEALTHY™

TCI TOP COACH INDONESIA

Offline Marketing: Temukan cara baru untuk mengintegrasikan pemasaran offline dengan teknologi baru untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih menarik

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Perusahaan Coca-Cola telah menciptakan mesin penjual otomatis yang mengundang pelanggan untuk memeluk mereka. Ini terus mengikat merek Coca-Cola dengan emosi inti kebahagiaan, tetapi juga mengundang pelanggan untuk mengalami produk nyata secara offline.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

[redacted]

TCI TOP COACH INDONESIA

Digital Marketing: Gunakan berbagai perangkat digital seperti smartphone, komputer, tablet, atau papan iklan digital untuk memberi tahu pelanggan dan mitra bisnis tentang produk Anda.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

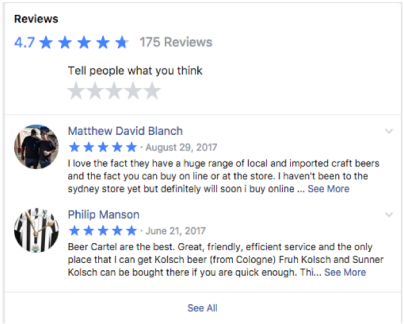
Scarcity Marketing: Bila perlu, pertimbangkan untuk membuat produk Anda hanya dapat diakses oleh beberapa pelanggan.

TCI TOP COACH INDONESIA

Rolls-Royce merilis edisi Tahun Koleksi Naga dari Phantom terjual dengan cepat. Meskipun biaya mobil lebih tinggi daripada mobil mewah lainnya, kelangkaan mendorong keinginan dan harga.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA



Word-of-Mouth Marketing: Buat program dari mulut ke mulut untuk perusahaan Anda dan produk yang Anda wakili. Pemasaran dari mulut ke mulut adalah menyampaikan informasi dari orang ke orang melalui komunikasi lisan.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Call-to-Action Marketing: Konversi lebih banyak pelanggan di web. CTA adalah bagian dari pemasaran masuk yang digunakan di situs web dalam bentuk spanduk, teks, atau grafik. CTA meminta pelanggan untuk mengklik dan pindah ke saluran konversi dari menavigasi toko online ke melakukan pembelian.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Diversity Marketing: Mempertimbangkan keragaman dalam suatu budaya dalam hal keyakinan, harapan, selera, dan kebutuhan. Kemudian, buat rencana pemasaran khusus untuk menargetkan konsumen secara efektif.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Undercover Marketing: Sembunyikan beberapa fitur terbaik produk dan layanan Anda. Terkadang tidak memberi tahu semua orang bahwa semuanya bisa menjadi sumber buzz yang hebat.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Pikirkan trailer film yang membuat Anda sangat bersemangat untuk pergi menonton film. Meskipun tidak menampilkan semua aspek film, pengiklan dapat membuat intrik yang cukup untuk mengarahkan pemirsa agar ingin melihat lebih banyak.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Transactional Marketing: Dorong konsumen untuk membeli menggunakan kupon, diskon, cash back, dan sales event.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Mass Marketing: Go big! Bisnis besar menghabiskan banyak uang untuk memahami Big Data. Ini memberi mereka wawasan ke mana harus menempatkan media bagi pelanggan nasional potensial mereka yang membeli produk dan layanan mereka.

TCI TOP COACH INDONESIA

Walmart adalah contoh pengecer pasar massal yang efektif. Sebagai pengecer nomor satu di dunia, mereka sangat pintar tentang upaya pemasaran massal mereka, sering memberi pelanggan mereka perasaan lokalitas dan kehangatan.

Seasonal Marketing: Tawarkan acara musiman. Acara musiman menyediakan cara yang bagus untuk bertemu konsumen baru dan memperkuat hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. Terkadang peristiwa ini bisa berupa perubahan cuaca atau hari libur nasional.

TCI TOP COACH INDONESIA

Untuk pengecer seperti Hallmark, Hari Ibu mewakili sebagian besar dari bisnis mereka. Dengan menyelami berbagai musim yang penting bagi pelanggan Anda, Anda bisa menjadi lebih relevan dalam kehidupan mereka.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

PR Marketing: Bekerjalah dengan media untuk menghadirkan kesadaran akan produk Anda dan manfaat yang ditawarkan produk Anda.

TCI TOP COACH INDONESIA

Ketika pendiri Apple Steve Jobs masih hidup, Apple mengadakan konferensi pers besar untuk mengumumkan setiap produk baru. Tradisi ini sekarang dilanjutkan oleh CEO Apple dan CMO baru mereka. Ketika ada masalah, strategi pemasaran PR yang baik juga penting.

Viral Marketing: Buat pelanggan Anda berbicara tentang produk dan layanan Anda dengan melakukan sesuatu yang hebat sehingga orang tidak bisa membantu tetapi berbagi dengan orang lain. Setiap kali produk baru dibuat, pelanggan harus diberi alasan untuk bermimpi tentang pembelian mereka di masa depan.

TCI TOP COACH INDONESIA

WestJet mengharapkan 800.000 penayangan dari video Natal 2013-nya. Tetapi dalam beberapa hari singkat sejak Christmas Miracle ditayangkan, mencapai 49 juta view. Ditonton oleh orang-orang di lebih dari 200 negara. Menjadi berita utama di Inggris, Australia, Jepang, Polandia, dan Malaysia. Perhatian media yang dihasilkan oleh video viral ini diperkirakan lebih dari satu juta dolar.

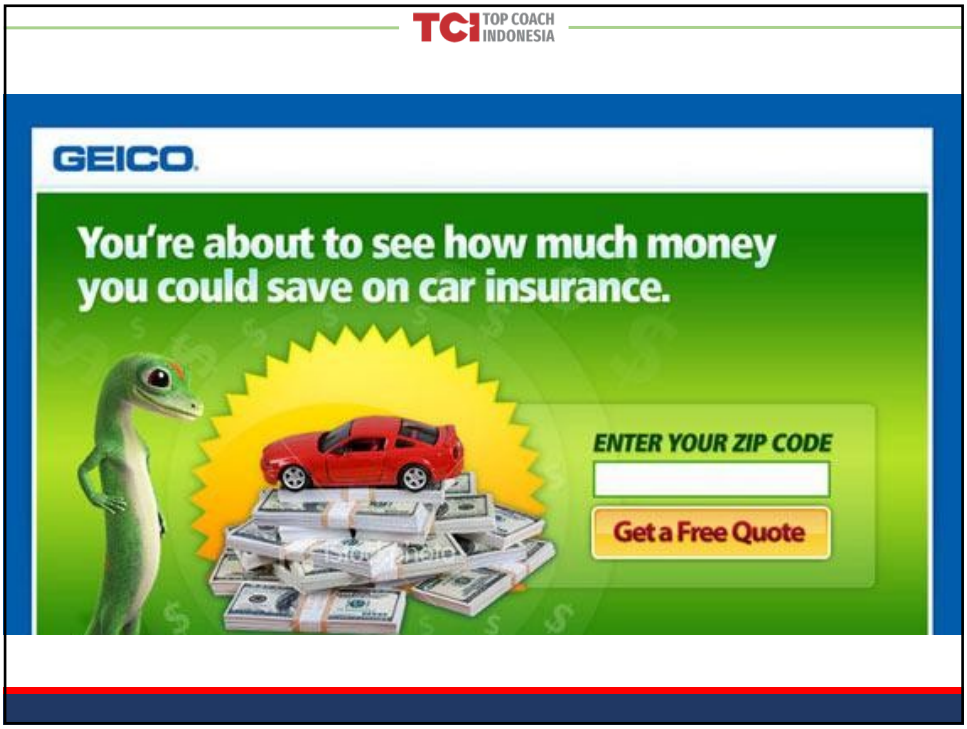
TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Online Marketing: Temukan cara untuk meningkatkan web. Sebagian besar upaya pemasaran strategis online saat ini adalah campuran dari strategi peretasan pertumbuhan (pengujian A / B diambil secara maksimal) dan berbagai taktik kesadaran yang mendorong perhatian.

TCI TOP COACH INDONESIA

Pemasar online yang sangat efektif adalah perusahaan asuransi Geico yang hanya meminta pengguna mereka untuk memasukkan kode pos mereka untuk penawaran instan dengan penghematan yang lebih baik.

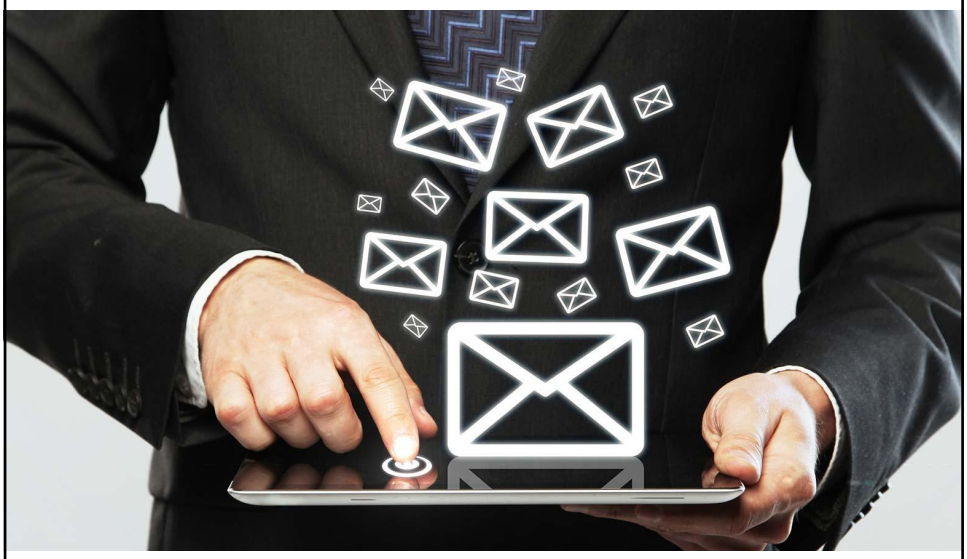


Email Marketing: Kumpulkan dan kelola email untuk calon pelanggan dan prospek. Kirimi mereka pesan-pesan bernilai yang berarti, sambil menghormati kotak masuk mereka.

TCI TOP COACH INDONESIA

Banyak pemasar bisnis-ke-bisnis bergantung pada pemasaran email sebagai cara utama untuk terhubung dengan pelanggan. Pada pameran dagang industri, konsultan IBM sering terlihat bertukar informasi email dengan prospek mereka.

TCI TOP COACH INDONESIA



TCI TOP COACH INDONESIA

Evangelism Marketing: Kejutkan, senangi, dan layani pelanggan Anda secara berlebihan sehingga mereka akan menjadi pendukung produk Anda secara sukarela dan mempromosikan fitur dan manfaatnya atas nama perusahaan Anda.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Event Marketing: Buat acara untuk mendorong penjualan. Pelanggan sering membutuhkan alasan untuk berbelanja dan acara sering kali dapat menawarkan alasan yang sempurna.

TCI TOP COACH INDONESIA

TCI TOP COACH INDONESIA

Outbound Marketing: Biarkan pelanggan potensial Anda tahu Anda ada. Dengan mengembangkan daftar prospek, perusahaan dapat mulai menjangkau kelompok sasaran individu untuk menemukan pelanggan baru.

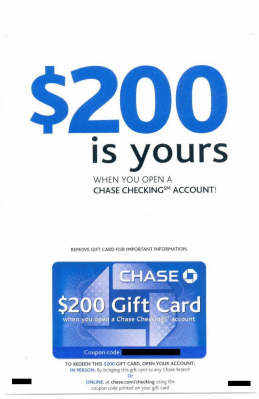
TCI TOP COACH INDONESIA

Ketika Microsoft menjual perangkat lunak akuntansi mereka, mereka sering menggunakan pemasaran keluar untuk mengidentifikasi target potensial sebelum mencoba menghubungi perusahaan untuk pertemuan langsung.

Inbound Marketing: Menjual produk dan layanan tambahan kepada pelanggan yang tidak mereka miliki saat mereka menghubungi Anda.

TCI TOP COACH INDONESIA

When business customers call to check their balances, the business bank Chase often takes the opportunity to ask if they are interest in a credit line, a 401(k) plan, or a variety of other services the bank offers.



TCI TOP COACH INDONESIA

Freebie Marketing: Jual barang dengan harga murah atau berikan gratis untuk meningkatkan penjualan barang atau layanan pelengkap lainnya.

TCI TOP COACH INDONESIA

Q&A