

CREATING EFFECTIVE MARKETING PLAN

Sebuah perusahaan tentunya harus mempersiapkan beberapa plan dan rencana sebelum menjalankan proses penjualan dan pemasaran atau [marketing](#) produk yang mereka miliki, dimana sekarang telah masuk pada zaman ekonomi global yang benar-benar bersaing dari segala segi adapun beberapa hal yang perlu dipersiapkan beberapa marketing plan diantaranya adalah

1 .TUJUAN PEMASARAN

Tujuan pemasaran harus berorientasi pada penjualan, penentuan tujuan pemasaran ini hendaknya memenuhi kriteria sebagai berikut

- Secara jelas menyebutkan apa yang akan di capai
- Dapat diukur dengan jelas
- Menyebutkan kapan tujuan tersebut harus dicapai

Seandainya kkita memiliki tujuan ganda perumusan tujuan tersebut harus benar – benar konsisten dan kontradiktif.selain itu komponen-komponen di dalam strategi [marketing plan](#), seperti budget program tindak lanjut, alat pengendalian, dan sebagainya harus mendukung tujuan pemasaran.

2. STRATEGI PEMASARAN

Strategi ini merupakan sekumpulan tindakan pemasaran ang terintegrasi dalam rangka memberikan nilai kepada konsumen dan menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Strategi pemasaran harus bersifat distinctive (unik, tidak mdah ditiru oleh pesaing,dan spesifik) dan didukung oleh semua potensi yang dimiliki oleh perusahaan secara optimal

Strategi pemasaran ini merupakan cara perusahaan untuk

mencapai tujuan pemasaran, dalam tujuan pemasarannya harus secara jelas disebutkan beberapa market share dan volume penjualan yang ingin dicapai dengan demikian strategi pemasaran adalah keseluruhan langkah untuk mencapai sasaran tertentu jadi strategi pemasaran merupakan cerminan dari pemikiran terbaik perusahaan tentang hal-hal yang berkaitan dengan bagaimana perusahaan memanfaatkan potensi sumberdaya manusia pada pasar yang paling menguntungkan.

3. STRATEGI MENGENAI HARGA

Tujuan memahami strategi mengenai harga ini adalah untuk mengetahui:

- Karakteristik biaya dan harga jual sehingga dapat diperoleh laba (profit yang sesuai dengan yang diharapkan).
- Price floors
- Menghitung break even
- Menghitung break even revenue
- Menghitung break even unit
- Pricing untuk memperoleh laba: pricing berdasarkan cost
- Pricing untuk memperoleh laba: pricing berdasarkan nilai
- Diskon atau potongan harga
- Perencanaan revenue

4. STRATEGI BAURAN PEMASARAN

Strategi bauran pemasaran disusun untuk mencapai tujuan pemasaran. Sebagai jantung dari marketing plan, strategi bauran pemasaran minimal harus mencakup hal-hal berikut:

- Produk dan jasa yang kita hasilkan
- Beberapa harga yang akan kita jual kepada konsumen
- Bagaimana strategi promosi dapat meningkatkan awareness atas produk/ jasa yang kita hasilkan di tengah-tengah persaingan.

- Bagaimana produk ini didistribusikan .

Dari keempat bauran pemasaran tersebut harus dapat dijelaskan secara terperinci di dalam penyusunan marketing plan. Untuk produk dapat memiliki sifat tangible dan intangible. Pengertian produk disini juga termasuk pengertian jasa yang mengikuti produk tersebut.

5. DASAR-DASAR PEGERTIAN PRICE FLOORS DAN CEILINGS

Perhitungan cost merupakan batasan pada titik beberapa kita harus menjual produk yang kita tawarkan tersebut. Produsen selalu menentukan harga jual di atas price floors. Tujuannya adalah untuk menutupi seluruh biaya yang telah dikeluarkan. Namun ada juga produsen yang menetapkan harga jual di bawah price floors untuk waktu-waktu tertentu. Kondisi ini pada umumnya dilakukan untuk melakukan penetrasi pasar .

Perceived value dapat juga dijadikan batasan penentuan harga, artinya harga maksimum yang harus dikeluarkan oleh pelanggan berdasarkan persepsi pelanggan terhadap seberapa jauh nilai produk tersebut menguntungkan bagi mereka. Keadaan ini biasanya disebut "what market will bear" perceived value diciptakan apabila produk tersebut telah memiliki reputasi, pesan pemasaran, kemasan yang menarik, lingkungan penjualan yang telah mapan, dan sebagainya .komponen yang paling penting untuk perceived value adalah perbandingan antara produk value menurut pelanggan dan prospek antara produk yang kita hasilkan tersebut.

6. PROMOSI PLAN

Penjelasan mengenai perencanaan [promosi](#) harus sesuai dengan tujuan pemasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Contohnya perencanaan [promosi](#) untuk produk perawatan bayi

- Menciptakan awareness terhadap prodk perawatan bayi kepada ibu rumah tangga di wilayah DKI Jakarta.
- Membuat iklan mengenai produk perawatan bayi di majalah keluarga.
- Memberika contoh produk kepada ibu rumah tangga di beberapa tempat.
- Menyelenggarakan seminar tentang perawatan bayi untuk calon ibu dan ibu rumah tangga.

7. KOMUNIKASI PEMASARAN /MARKETING COMMUNICATION

Komunikasi pemasaran ini juga merupakan strategi yang penting karna ini lah kunci dari pemasaran produk. Komunikaasi pemasaran dapat dilakukan melalui berbagai cara,

- Terbitkan bulletin atau jurnal khusus untuk pelanggan potensial(jika biayanya tidak terlalu mahal)
- Terbitkan brsuruntuk penjelasan mengenai produk.
- Lakukan survei dengan menggunakan kartu berupa check point untuk pelanggan sebagai alat evaluasi produk yang kita hasilkan.
- Distrbusikan business card, berikut brosur kepada pelangan potensial.
- Buat business card yang berbeda-beda, tergantung pada target market(pemerintah, komersial, swasta, pelanggan, dan sebagainya)
- Buat poster atau kalender yang akan diberikan secara gratis kepad apelanggan potensial.
- Buat slogan atau satu kalimat yang menjelaskan atau deskripsi bisnis yang kita jalankan, cantumkan pada kop surat, fix atau invoice.
- Kembangkan situs atauweb site pada world wide web.
- Cantumkan alamat email berikut contact person dan penjelasan tentang produk yag dihasilkan.
- Umumkan penawaran harga khusus pada situasi tertentu,

terutama pada waktu promosi dengan menggunakan surat secara langsung atau pesan melalui e-mail.

8 RELASI DENGAN MEDIA

Relasi adalah salah satu cara untuk mempercepat hasil penjualan , Cara yang dapat dilakukan untuk membina relasi dengan media:

- Perbaiki secara terus menerus media yang kita gunakan, sehingga press release dapat dikirim kepada media yang tepat kepada orang yang tepat.
- Kirim surat atau brosur kepada organisasi tempat anda bergabung .
- Kirim surat terimakasih setelah anda menghadiri suatu seminar atau konferensi.
- Bergabunglah dengan komunitas dalam mailing list di internet.

9 PERIKLANAN

Cara praktis yang dapat dilakukan antara lain:

- Pasanglah iklan pada waktu tertentu.
- Dapatkan nomor telepon yang mudah diingat
- Dapatkan nomor email yang mudah diingat dan cantumkan dalam materi pemasaran.
- Buat sticker tentang bisnis dan nomor kontak kepada pelanggan.
- Lakukan promosi bekerjasama dengan lembaga profesional melalui surat secara langsung.
- Iklankan bisnis anda dalam buku kuning atau direktori khusus.
- Tulis iklan dalam Bahasa Inggris atau Bahasa lain sesuai dengan target market yang sudah anda sasar.
- Buat souvenir kecil seperti pulpen, mouse pad, atau gelas.

- Pertimbangkan taktik yang bukan tradisional, seperti billboard, websites atau iklan paada bus/kendaraaa.
- Pasang klan yang cukup menarik depan kantor anda.
- Pasang iklan pada surat kabar dalam bentuk artikel advertorial.
- Buat stikr yag dapat dipasang di kendaraan dengan nama perusahaan anda di dalamnya.
- Evaluasi dan catat hasil dari iklan yang telah anda lakukan
- Tingkatkan terus iklan yang telah anda tampilkan
- Ciptakan logo perusahaan yang menarik dengan memberi warna dan desain tertentu.
- Lakukan hubungan dengan sponsor atau lembaga promosi.

10. SPECIAL EVENT

Cara praktis yang dapat dilakukan adalah:

- Lakukan kegiatan pamran sesuai dengan target market.
- Berikan sponsor untuk kegiatan khusus sesuai dengan bisnis anda, bekerjasama dengan LSM atau lembaga nirlaba.
- Beri kesempatan magang kepada pelajar sekolah di perusahaan anda.
- Berika ceramah atau penjelasan mengenai karier sesuai dengan bisnis anda pada sekolah-sekolah atau perguruan tinggi.
- Lakukan seminar atau mengajar pada perguruan tinggi local
- Berikan sponsor untuk kegiatan-kegiatan yang bersifat social.

Jadi dalam hal ini marketing plan di definisikan sebagai rencana terperinci dari sebuah perusahaan sebelum memasarkan produk yang di hasilkan oleh perusahaan tersebut. Mengikuti perkembangan zaman banyak terjadi persaingan persaingan secara ketat tentang sebuah produk yag dihasilkan dikarenakan

berkembangnya juga gaya kebutuhan manusia . jadi sebagai perusahaan harus benar-benar dan jeli dalam menyusun strategi penjualannya. Dan beberapa langkah di atas merupakan beberapa cara untuk menyusun dan memperinci strategi pemasaran.