



1. Pendahuluan

Dewasa ini, perkembangan teknologi sudah semakin maju. Hal ini juga terjadi pada perkembangan komputer jinjing atau sering disebut laptop. Awal pertama laptop ditemukan seberat 12 kg, sekarang sudah jauh lebih ringan yaitu sekitar 1-3 kg.

Sekarang ini, laptop yang sudah ringan tersebut semakin menjamur dilingkungan masyarakat. Hal ini dapat dilihat semakin banyaknya permintaan akan laptop daripada computer di kota-kota besar. Sekarang setiap anggota DPR-pun, diberikan fasilitas laptop oleh pemerintah. Selain itu, pemerintah juga sedang mengusahakan program satu guru satu laptop. Fakta lainnya adalah semakin banyaknya mahasiswa yang memiliki laptop dari tahun ke tahun. Kalau dahulu hanya beberapa mahasiswa saja dan bisa dihitung dengan jari, sekarang sudah banyak sekali. Para pelajar-pun tidak mau kalah. Pelajar sekarang sudah lebih memilih laptop sebagai alternative pengolah data daripada computer. Pemerintah pun sekarang mulai membuat buku elektronik yang bisa didownload secara gratis. Tentu ini nantinya akan meningkatkan permintaan masyarakat akan computer, tentunya juga laptop.

Hal lain yang menunjang semakin banyaknya konsumen laptop adalah adanya fasilitas hotspot secara gratis. Dengan fasilitas wi-fi pada laptop, orang bisa browsing internet di tempat-tempat yang berjaringan hotspot. Hal lain kenapa orang lebih memilih laptop adalah kepraktisannya. Untuk mahasiswa yang tinggal merantau, pastinya lebih memilih laptop karena bisa dibawa pulang.

Untuk prospek kedepan, tentunya laptop dituntut untuk lebih praktis, dalam hal ini lebih ringan atau design lebih kecil. Fasilitasnya-pun juga akan semakin lengkap. Dilihat dari banyaknya peminat laptop mini intel atom, membuktikan banyaknya pasar yang lebih suka laptop yang kecil dan tidak berat. Kemungkinan, laptop mini dimasa akan datang memakai prosesor yang memiliki performa lebih cepat.

Untuk prospek kedepan pasar, kemungkinan laptop bukan lagi termasuk barang mewah. Kemungkinan setiap orang akan memiliki satu laptop. Perkembangan laptop kemungkinan akan seperti perkembangan handphone yang sudah menjamur, hamper setiap orang memilikinya.

2.Perilaku Konsumen

a.Yang terlibat pembelian laptop:

- 1.Mahasiswa
- 2.Pelajar
- 3.Pebisnis
- 4.programmer
- 5.designer
- 6.photographer
- 7.Lain-lain: orang kantoran, counter download untuk HP

b.Mengapa membeli laptop:

- 1.Ada fasilitas wi-fi
- 2.Simpel dan praktis
- 3.Harga tidak terlampau jauh dengan computer
- 4.Gaya hidup

Pertimbangan memilih laptop:

- 1.Harga
- 2.Design
- 3.Batrai tahan lama
- 4.Bergaransi lama
- 5.Servis center yang mudah

3.Analisis SWOT

a.Strength

- 1.Merek yang sudah cukup dikenal dimasyarakat
- 2.Design warna yang cukup varian
- 3.Harga yang cukup terjangkau
- 4.Cukup familiar di masyarakat dan mudah ditemukan
- 5.Service center yang terjangkau
- 6.Performansi laptop tidak diragukan karena disokong oleh intel

b.Weaknes

- 1.Kurang dikenal dengan merk-merk pendahulu
- 2.Beberapa konsumen ada yang menyukai merk yang lebih terkenal dan mahal

c.Opportunity

- 1.Semakin banyaknya pasar peminat laptop
- 2.Semakin banyaknya jaringan hotspot yang membuat laptop kian diminati
- 3.Pasar lebih memilih laptop dengan harga terjangkau
- 4.Makin banyaknya distributor yang memudahkan AXIOO untuk memasarkan

d.Threath

- 1.Semakin banyaknya produsen laptop pendatang baru
- 2.Ada beberapa produsen laptop yang mematok harga lebih rendah
- 3.Permainan harga oleh distributor
- 4.pesaing yang memberikan promo lebih menggiurkan

4. Strategi Branding

Strategi branding adalah cara untuk menjadikan produk kita top of mind di benak konsumen. Ada 4 cara untuk meningkatkan top of mind konsumen:

a. Partisipasi

Agar sebuah produk menjadi kuat di benak konsumen, maka produk itu harus sering di lihat oleh konsumen. Partisipasi penting untuk menunjukkan keberadaan produk kita. Partisipasi yang dapat dilakukan untuk produk laptop antara lain: membuka stand pada pameran-pameran pendidikan, membuka stand pada seminar-seminar pendidikan. Selain produk kita menjadi kuat dibenak konsumen, dengan partisipasi ini juga dapat mengenalkan produk-produk baru lebih cepat dari pesaing.

b. Keunikan produk

Keunikan adalah penting untuk suatu produk. Keunikan bisa menjadi ciri khas dari suatu produk. Produk yang unik tentu akan menarik minat konsumen. Keunikan dapat dilihat dari segi bentuk, ukuran, warna, dan lainnya. Tentu kreatifitas sangat diperlukan untuk menciptakan keunikan-keunikan yang baru. Keuntungan lain dari keunikan produk adalah meningkatkan sifat konsumtif konsumen untuk membeli produk yang lebih baru.

c. Promosi yang tepat sasaran

Hampir semua perusahaan dipastikan melakukan promosi. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media, media cetak, media elektronik, internet dan lain sebagainya. Media-media promosi tersebut tidak semuanya efektif untuk mempromosikan suatu produk. Tentu kita harus jeli dalam memilih media promosi yang tepat sasaran dimana dengan budget yang sedikit akan menghasilkan dampak yang besar

d. Layanan purna jual

Hal yang perlu diperhatikan setelah produk terjual adalah adanya layanan purna jual. Layanan purnajual yang memuaskan tentu akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Layanan purnajual yang perlu dilakukan antara lain: adanya service center untuk melayani konsumen yang akan menservice, layanan download driver untuk melayani konsumen yang menginstal ulang laptopnya, penyediaan/jual hardware khususnya harddisk yang memiliki umur produk rata-rata 5 tahun. Yang juga perlu diperhatikan adalah kemudahan-kemudahan untuk mengakses layanan purna jual ini.

5. Aplikasi AXIOO

a. Strategi branding AXIOO menuju top of mind

1. Memanfaatkan media dan lokasi tepat sasaran

Langkah awal untuk menciptakan top of mind konsumen adalah memberitahu konsumen akan

produk kita. Dalam hal ini yang perlu dipertimbangkan adalah media apa yang digunakan dan lokasi mana yang tepat sasaran. Kami memilih media: catalog via binder, catalog via kalender, dan catalog mini. Selanjutnya catalog-catalog ini akan disebar ke kampus-kampus dan sekolah-sekolah secara cuma-cuma. Sedangkan catalog mini akan disebar atau ditempelkan ke papan pengumuman tiap-tiap fakultas atau pengumuman.

2. Meningkatkan top of mind konsumen

Katalog-katalog tersebut selain dimaksudkan untuk mengenalkan produk kita, juga untuk menciptakan top of mind pelanggan. Kalau kita menggunakan brosur, sering kali hanya dilihat sekilas. Tetapi kalau kita menggunakan catalog via kalender dan binder akan dipakai sampai periode waktu tertentu. Dengan begitu, setiap konsumen laptop melihat tanggal atau membuka catatan di binder akan menguatkan produk AXIOO di benak mereka. Katalog mini yang ditempelkan di papan pengumuman juga memberikan dampak yang sama. Setiap mahasiswa melihat pengumuman, akan menguatkan produk AXIOO di benak mereka.

3. Mengarahkan konsumen

Selanjutnya setelah penyebaran katalog, diadakan pameran sebagai kelanjutannya. Pameran dimaksudkan untuk lebih menunjukkan kepada konsumen akan keunggulan produk kita. Melalui pameran, konsumen dapat melihat dan mencoba produk AXIOO. Dengan pameran juga dapat dilakukan pengarahan kepada konsumen akan spesifikasi laptop yang sesuai kebutuhan. Dalam pameran, lokasi pameran tentu harus diperhatikan, dimana yang dilalui oleh banyak konsumen. Contoh: lokasi pameran dekat toko buku Gramedia adalah lokasi yang tepat karena dilalui oleh konsumen-konsumen yang potensial yaitu pelajar dan mahasiswa

4. Mengambil peluang pada moment yang tepat

Moment yang tepat untuk penjualan laptop adalah waktu dimana konsumen ada kebutuhan akan laptop. Contoh: pada awal masa perkuliahan, kebanyakan mahasiswa baru berencana membeli laptop. Untuk itu perlu menciptakan strategi yang tepat sasaran. Salah satunya adalah dengan mengumpulkan nomor kontak mahasiswa baru, dan me-sms mereka tentang produk, spesifikasi dan harga AXIOO.

b. Taktik

Offline Activity:

1. Katalog via kalender

Seperti pada penjelasan sebelumnya, agar produk diketahui konsumen, langkah pertama adalah memberitahu konsumen akan produk kita, yang biasanya dilakukan dengan penyebaran brosur. Akan tetapi, terkadang penyebaran brosur kurang efektif, dikarenakan konsumen yang hanya melihat sekilas brosur dan kemudian membuangnya. Untuk itu modifikasi brosur perlu dilakukan menjadi sesuatu yang berguna bagi konsumen. Salah satunya adalah kalender. Gambar produk, spesifikasi dan harga, kita pakai sebagai background kalender. Dengan brosur via kalender, tentunya konsumen tidak akan membuang begitu saja, karena kalender akan dipakai selama periode 1 tahun. Dengan begitu, secara tidak langsung akan membentuk juga top of mind konsumen akan AXIOO. Setiap konsumen melihat tanggal akan menguatkan produk AXIOO di benak mereka.

2. Katalog via binder

Sama halnya dengan kalender, brosur kita modifikasi menjadi binder. Dimana Gambar produk, spesifikasi dan harga, kita pakai sebagai kertas pembatas dalam binder. Dengan brosur via binder, tentunya konsumen tidak akan membuang begitu saja, karena binder akan dipakai menyimpan catatan. Dengan begitu, secara tidak langsung juga akan membentuk juga top of mind konsumen akan AXIOO. Setiap konsumen melihat catatan di binder akan menguatkan produk AXIOO di benak mereka.

3. Katalog mini

Katalog mini juga modifikasi dari brosur. Katalog yang kami maksudkan disini Katalog berukuran 15cm*15cm yang terdiri dari 9 lembar. Katalog ini berisi gambar produk, spesifikasi dan harga dari produk AXIOO. Selanjutnya katalog akan ditempelkan ke papan-papan pengumuman tiap fakultas dan universitas. Dengan begitu, setiap konsumen melihat informasi di papan pengumuman akan menguatkan produk AXIOO di benak mereka. Konsumen yang berminat pun dapat langsung mengkontak kami, karena kami juga menyediakan layanan pesan antar.

4. Pemasaran mouth to mouth

Hal ini dapat dimulai dari membicarakan akan produk AXIOO ke teman-teman kampus, lingkungan rumah, ataupun komunitas lainnya. Kita menyarankan untuk lebih memilih produk AXIOO karena berbagai keunggulan dan keunikannya. Pemasaran mouth to mouth dilakukan dengan penyebaran katalog mini juga. Sehingga konsumen tahu secara lengkap gambaran, spesifikasi dan harga produk AXIOO.

5. Layanan pesan antar

Setelah banyak konsumen tahu akan produk AXIOO, mereka dapat langsung datang ke dealer AXIOO seperti yang tertera pada katalog-katalog ataupun mengkontak kami karena kami menyediakan layanan pesan antar.

6. Pameran

Pameran adalah strategi lanjutan setelah banyak konsumen mulai tahu akan produk AXIOO. Pameran dimaksudkan untuk mendongkrak penjualan, karena kebanyakan konsumen memilih membeli pada saat pameran karena harganya yang relative lebih murah. Beberapa hal yang perlu diperhatikan:

a.Lokasi: lokasi perlu diperhatikan dimana yang mudah dijangkau dan sering dilewati oleh konsumen.Salah satunya adalah lokasi dekat toko buku

b.Layout: Banyak dari pameran terkadang kurang efektif meskipun lokasi di tempat ramai. Itu dikarenakan layout yang kurang menarik perhatian konsumen. Layout pameran yang dapat menarik perhatian salah satunya ditunjukkan dengan cara pengoperasian produknya. Untuk pameran AXIOO ini, layoutnya adalah pengoperasian laptop untuk bermain game bola PES 2010 (game yang cukup ngetrend saat ini) atau untuk menonton film 2010, adanya pilihan warna laptop yang varian yang dipajang juga dapat menarik perhatian konsumen dan lainnya.

c.Pelayanan: Pelayanan dalam pameran juga perlu diperhatikan. Jangan sampai pelanggan kecewa karena pelayanan yang kurang baik. Pelayanan yang baik antara lain dengan pelayanan yang ramah, mendengarkan apa yang diinginkan konsumen, mengarahkan konsumen dan lainnya. Karena konsumen yang senang akan mendatangkan profit yang besar. Selain itu, dengan pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen akan produk kita.

7. AXIOO GO TO SCHOOL/CAMPUS (AGTC)

AGTC sama halnya dengan pameran. Yang membedakan adalah AGTC dilakukan ke sekolah-sekolah atau ke kampus-kampus. Lokasi, layout dan pelayanan juga perlu sedikit dibedakan, lebih ditekankan pada dunia pendidikan. Selanjutnya juga diberikan diskon bagi siswa yang berprestasi.

8 Pemasaran via SMS

Untuk melakukan pemasaran via SMS yang perlu dilakukan pertama adalah mengumpulkan no Hp konsumen yang berpotensi membeli (dalam hal ini mahasiswa baru). Selanjutnya barulah kita meng-sms nomor yang sudah kita kumpulkan. Seperti kita tahu operator ponsel sekarang memberikan biaya yang murah untuk melakukan sms. Salah satu operator memberikan tariff Rp 30.000= 2000 sms. Dengan biaya yang murah dan pemasaran yang langsung tepat ke konsumen, dapat dikatakan pemasaran via sms cukup efektif.

9. Pin

Langkah lain untuk meningkatkan top of mind konsumen adalah membuat pin dan menyebarkannya. Pin yang kami buat disini terdapat lambang AXIOO. Dan untuk menarik

perhatian konsumen, kami menggunakan kata-kata penyemangat dan gambar, contoh: gambar orang membawa laptop dengan tulisan “I am the young intellectual”, gambar bumi di tangan dengan tulisan “no limit in marketing”, dan lainnya

10. Stand pada pameran-pameran pendidikan

Stand di pada pameran-pameran pendidikan sangat penting. Sistem pendidikan sekarang yang sedikit berbasis elektronik, tentu perlu didukung dengan adanya laptop. Laptop sebagai pengolah data yang simple dan praktis, tentu menjadi alternative orang untuk membantu mengolah data. Dengan stand pada pameran pendidikan tentu akan meningkatkan top of mind masyarakat akan AXIOO yang mendukung dunia pendidikan.

Online Activity

1. Pemasaran melalui situs jual beli

Pemasaran melalui situs jual beli adalah mengiklankan produk di situs jual beli online. Karena situs jual beli online dipungut biaya, oleh karena itu kita perlu memilih situs jual beli yang sudah terkenal dan sering diakses orang. Beberapa situs jual beli: bekas.com, kapanlagi.com

2. Pemasaran melalui komunitas online

Pemasaran ini dilakukan dengan mengiklankan di situs komunitas online. Komunitas online ada bermacam-macam dan biasanya komunitas online gratis (kita hanya wajib mendaftar saja). Untuk produk laptop ini, kita dapat mengiklankan di situs komunitas online seputar computer. Selain mengiklankan, kita juga bisa sharing tentang keunggulan AXIOO. Contoh situs komunitas online mengenai computer: chip.co.id

3. Pemasaran melalui situs jejaring

Untuk situs jejaring, kami memfokuskan pada situs jejaring yang sudah terkenal yaitu facebook. Facebook memiliki banyak fasilitas yang dapat kita gunakan. Yang pertama adalah update status. Dengan update status, kita dapat mengiklankan produk kita ke halaman

facebook teman setiap saat. Setiap kita update status akan masuk ke dalam halaman facebook teman. Jadi sesering kita update status akan semakin efektif. Yang kedua, adalah menggunakan fasilitas group, kita dapat membuat group penyuka AXIOO, dan kemudian dapat mengajak banyak orang untuk bergabung. Selanjutnya menginformasikan seputar produk baru AXIOO ke teman grup. Yang ketiga adalah fasilitas tag foto.kita dapat upload foto kemudian men-tag ke semua teman kita

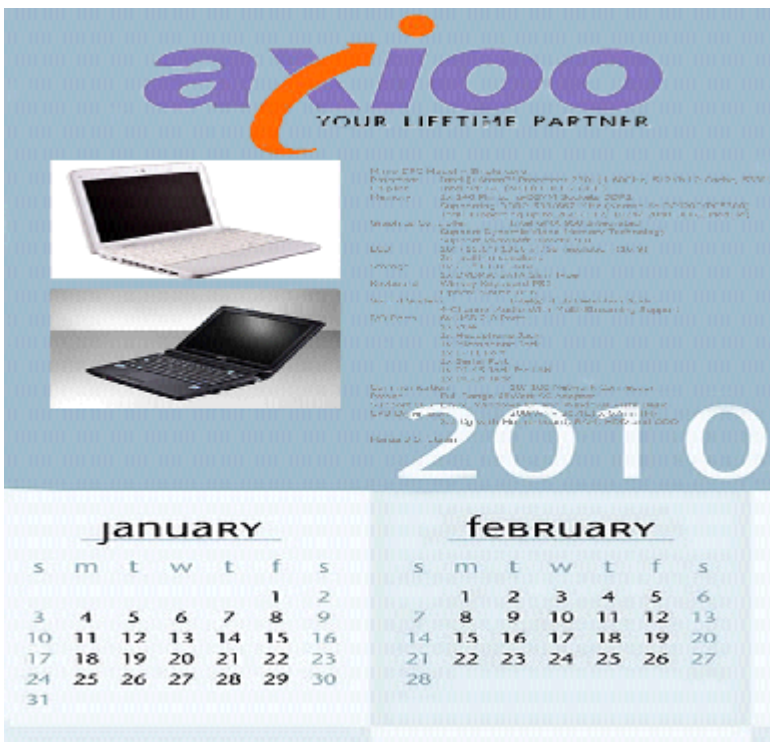
4. Memanfaatkan blog yang gratis

Seperti yang kita tahu, membuat blog di internet adalah gratis. Kita dapat memanfaatkan blog ini untuk memasarkan produk kita. Untuk itu kita harus memakai judul blog dengan kata yang sering dipakai di search-engine, agar blog kita sering terbaca orang ketika melakukan search. contoh: kata "laptop termurah denpasar" dipakai sebagai judul blog karena kata itu sering dipakai orang di search-engine.

5. Memanfaatkan hosting gratis dalam membuat website

Seperti membuat blog, kita perlu memakai kata-kata yang sering dipakai search-engine agar sering diakses orang dan otomatis akan dibaca.

Lampiran:



1.Kalender,



2.Binder,



ABC Amber Text Converter Trial version

Please register to remove this banner.

<http://www.processtext.com/abctxt.html>