



INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

Sulit dibayangkan sebuah perusahaan tanpa komunikasi dengan publik atau target audiencenya. Salah satunya adalah komunikasi pemasaran. Dalam era penuh persaingan dewasa ini, penerapan Integrated Marketing Communications yang baik merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha. Training ini akan membahas prinsip komunikasi, pengembangan komunikasi pemasaran yang efektif, hingga pengukuran hasilnya. Dari pelatihan ini diharapkan para peserta dapat memahami lingkup komunikasi pemasaran, menyusun rencana IMC yang efektif dan menerapkannya di perusahaan masing-masing.

Materi bahasan:

1. Prinsip-prinsip komunikasi pemasaran
2. Mengembangkan komunikasi yang efektif:
 - a. Mengidentifikasi audiens yang dituju
 - b. Menentukan tujuan komunikasi
 - c. Merancang pesan
 - d. Memilih saluran komunikasi
3. Menentukan bauran promosi:
 - a. Periklanan
 - b. Sales promotion
 - c. Public relations
 - d. Personal selling
 - e. Direct marketing
4. Mengukur hasil promosi (evaluation)
5. Mengelola dan mengkoordinir IMC

Metode training: Pembahasan konsep, diskusi kasus, latihan.

Target peserta: Karyawan di bagian Public Relations, Corporate Communications, Marketing, dan Promosi.