



*Perilaku konsumen semakin dirasa penting dikuasai oleh para praktisi pemasaran. Program pemasaran yang akan dijalankan oleh perusahaan harus bertumpu pada kebutuhan dan keinginan konsumen. Setelah mengikuti pelatihan ini, diharapkan para peserta dapat lebih memahami bagaimana perilaku konsumennya, apa yang menyebabkan mereka berperilaku seperti itu dan bagaimana melakukan strategi pemasaran, termasuk melakukan komunikasi pemasaran terpadu agar segmentasi, targeting dan positioning produk dapat berhasil dengan efektif.*

**Materi bahasan:**

1. Pengenalan perilaku konsumen
  - a. Memahami konsumen
  - b. Pengambilan keputusan konsumen
  - c. Pembelajaran konsumen, kebiasaan dan loyalitas merek.
2. Konsumen sebagai individu
  - a. Persepsi, pengetahuan dan sikap konsumen
  - b. Perubahan dan penguatan sikap
  - c. Kepribadian, nilai dan gaya hidup
  - d. Keterlibatan dan motivasi
3. Lingkungan konsumen
  - a. Pengaruh keluarga dan rumah tangga pada keputusan pembelian
  - b. Pengaruh budaya dan etnis
  - c. Pengaruh kelas dan status sosial dan situasi
4. Analisis konsumen dan strategi pemasaran
  - a. Segmentasi, targeting dan positioning produk.
  - b. Mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen melalui komunikasi.
  - c. Dampak komunikasi pemasaran pada pengambilan keputusan konsumen.
  - d. Kepuasan / Ketidakpuasan konsumen, mempertahankan pelanggan.
  - e. Komunikasi pemasaran terpadu.

**Metode training:** Pembahasan konsep, diskusi kasus, latihan.

**Target peserta:** Manager dan praktisi pemasaran, khususnya brand manager dan product development manager.