

# **MENYUSUN RENCANA PASAR**

**Pentingnya rencana pasar dibuat adalah dalam rangka memusatkan pada *pelanggan*.**

Perencanaan pemasaran mengidentifikasi pelanggan perusahaan dan menguraikan bagaimana perusahaan menarik dan mempertahankan pelanggan.

# PERENCANAAN PEMASARAN

Fokus perhatian perusahaan adalah pelanggan.

***Pelanggan adalah landasan dari setiap*** bisnis.

Pelanggan adalah pemain utama membentuk setiap kegiatan bisnis.

# **TUJUAN YANG HARUS DICAPAI PERENCANAAN PEMASARAN**

Harus menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Harus menetapkan pasar sasaran yang akan dilayani.

Harus menganalisa keunggulan bersaing perusahaan

Harus membangun strategi pemasaran.

Harus menciptakan bauran pemasaran.

# PEMASARAN BERHASIL

Rahasia Pemasaran yang berhasil adalah memahami pelanggan.

- Apa kebutuhannya
- Apa permintaannya
- Apa Keinginannya

# MELAKSANAKAN RISET

Utamanya dilakukan Riset pasar adalah mengurangi resiko yang berhubungan dengan pengambilan keputusan. Dengan riset dapat menggantikan kesalahan informasi yang keliru.

# 4 Langkah riset yang berhasil.

Mendefinisikan masalah

Mengumpulkan data

Menganalisa dan menafsirkan data

Menarik kesimpulan.

# Mendefinisikan Masalah

Seringkali dalam mendefinisikan masalah sebenarnya salah .

Contoh: penurunan penjualan bukanlah masalah melainkan gejala.

Untuk mencari masalah perusahaan harus menyusun daftar semua kemungkinan yang menyebabkan menjadi masalah yi:

Apakah ada pesaingbaru

Apakah perwakilan penjualan tidak sopan

Apakan penjual tidak menguasai masalah

Apakah selera pelanggan berubah.

Apakah lini produk terlalu sempit.

Apakah pelanggan sulit memperoleh produk