

KELOMPOK 5

- Reza Purwaningrum
 - Servie Rahmaniah
- Tegar Santun Perdana
 - Triyanti Ramadani

SEGMENTASI , TARGETING , DAN POSITIONING

Segmentasi pasar adalah upaya memetakan pasar dengan memilah konsumen sesuai kesamaan mereka agar bisa memanfaatkan peluang yang muncul.

Targeting atau Target pasar adalah memilih salah satu dari segmen pasar yang tepat

Positioning adalah bagaimana kita menjelaskan posisi produk kepada konsumen mengenai beda produk kita dibandingkan dengan produk lain.

Tahapan - Tahapan dalam Segmentasi , Targeting dan Positioning

Segmentasi

- Survey Stage
- Analysis Stage
- Profiling Stage

Targeting

- Mengevaluasi masing-masing segmen
- Memilih satu atau lebih segmen sasaran

Positioning

- Mengidentifikasi konsep positioning

Tahapan Segmentasi

1. Survey Stage

Survei Stage merupakan tahap melakukan eksplorasi dengan wawancara terhadap beberapa kelompok konsumen untuk memperoleh keterangan mengenai motivasi, sikap, dan perilaku konsumen.

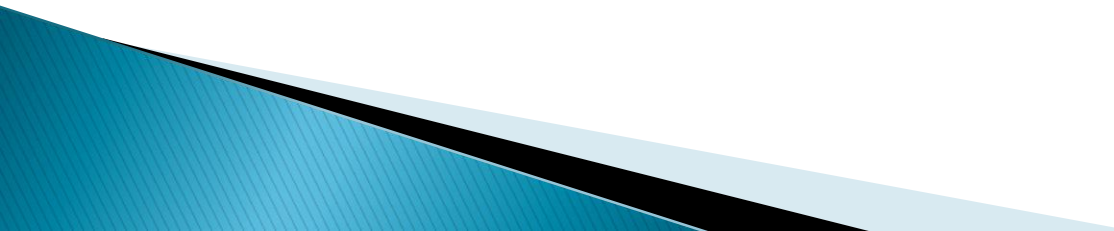
2. Analysis Stage

Analysis Stage merupakan tahap analisis terhadap informasi yang telah diperoleh melalui survey.

3. Profiling Stage

Profiling Stage merupakan tahap untuk mengidentifikasi profil masing-masing cluster yang terbentuk.

Tahapan Targeting

1. Mengevaluasi daya masing-masing segmen dengan menggunakan variabel-variabel yang dapat mengkuantifikasi kemungkinan permintaan dari setiap segmen
 2. Memilih satu atau lebih segmen sasaran yang ingin dilayani berdasarkan potensi laba tersebut.
- 

Tahapan Positioning

1. Mengidentifikasi konsep positioning bagi produk dan jasa perusahaan yang aktraktif bagi pelanggan sasaran dan kompatibel dengan citra corporate yang diharapkan perusahaan