

Menentukan Strategi Produk

Pahami 6 Aspek Penting & Strategis



Menjual Ide
Menentukan Strategi Pemasaran



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Alfian Renata

TERINSPIRASI DARI:
Marketingmix.co.uk (2016) The Marketing Mix 4P's and 7P's Explained
www.bbc.co.uk (2015) Bitesize Business Management Marketing





Menentukan Strategi Produk

Materi ini akan membahas salah satu bagian dari konsep dasar dalam ilmu *marketing* (pemasaran) 4P yaitu 'Produk'. Komponen ini merupakan hal pertama yang perlu Anda tentukan dalam 4P. Produk dapat berupa benda berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya adalah layanan.

Mengapa ini penting?

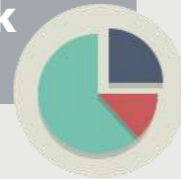
Memahami teori pemasaran ini penting karena :

- Anda harus memastikan bahwa produk yang Anda tawarkan dibutuhkan oleh calon konsumen Anda.
- Anda harus dapat mendefinisikan produk Anda dengan baik sebelum melakukan perencanaan distribusi maupun promosi.
- Anda harus mengetahui kategori-kategori produk dan tipe-tipenya sebelum dapat mendefinisikan produk Anda

1. IDENTIFIKASI DAN KATEGORIKAN PRODUK ANDA

Berikut beberapa contoh klasifikasi produk berdasarkan kategori, segmentasi dan tahap usia product (*product life-cycle*). Dengan memahami benar definisi, karakter atau kategori produk (atau jasa) Anda, akan membantu Anda menentukan berapa harganya (*Price*), dimana Anda akan menjualnya (*Place*), dan bagaimana mempromosikannya (*Promotion*)

Kategori Produk



- Makanan
- Minuman
- Perawatan tubuh
- Elektronik
- Fesyen (baju, tas, sepatu)
- Kerajinan tangan
- Hasil bumi (agrikultur)
- Barang setengah jadi (untuk proses produksi berikutnya)
- Jasa

Segmentasi Produk



- Produk premium
- Produk menengah atas
- Produk menengah bawah
- Produk harga bersahabat

Tahap Usia Produk



- Produk baru
- Produk berkembang
- Produk dewasa
- Produk lama



Menentukan Strategi Produk

2. PELAJARI BEBERAPA ASPEK STRATEGI DALAM MENENTUKAN PRODUK ANDA

Desain Produk



Desainlah produk Anda karena sangat penting terutama di zaman konsumerisme ini. Desain dapat berarti bentuk, warna dan ukuran produk, maupun kemasannya.

Fitur Produk



Tentukan fungsi atau manfaat lebih yang diberikan produk Anda yang memberi nilai tambah bagi konsumen. Contoh, rasa lebih enak, bahan yang lebih lembut.

Kualitas Produk



Sesuaikan kualitas produk yang Anda tawarkan dengan harga. Harga premium harus disertai dengan kualitas yang baik, harga terjangkau relatif lebih rendah.

Branding Produk



Berikan merek pada produk Anda sesuai dengan karakter produk dan target pasar yang dituju, untuk menarik calon konsumen agar membeli.

Target Pasar Produk



Ketahui target pasar Anda dan sesuaikan metode promosi yang tepat, serta fitur dan harga yang sesuai bagi produk Anda.

Positioning Produk



Posisikan produk Anda di pasar untuk bersaing secara efektif dengan kompetitor Anda. Pastikan *positioning* ini berdampak positif terhadap penjualan.



Menentukan Strategi Produk

3. PASTIKAN ANDA MEMBUAT PRODUK YANG TEPAT GUNA MELALUI PERTANYAAN BERIKUT

- Apa yang dicari oleh konsumen dari produk Anda?
- Bagaimana konsumen akan menggunakan produk Anda?
- Di mana dan kapan produk Anda dapat memenuhi kebutuhan konsumen
- Apa fitur atau manfaat yang harus dimiliki oleh produk Anda?
- Apakah Ada fitur atau fungsi produk Anda yang sebenarnya tidak diperlukan?

- Apa nama produk Anda?
- Apakah nama tersebut sudah menarik bagi konsumen?
- Apakah tersedia dalam berbagai ukuran dan warna?
- Apakah produk Anda memiliki perbedaan dengan produk milik kompetitor Anda?
- Bagaimana penampilan produk Anda? Apakah sudah menarik?