

Pengembangan brand identity produk UMKM VIT fresh memasuki pasar ritel modern di kem chicks Jakarta = The brand identity development for SME product VIT fresh to enter kem chicks a modern retail market in Jakarta / Selvia Anggraeni

Selvia Anggraeni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423294&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas tentang membangun suatu merek pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Vit Fresh yang sejalan dengan tujuan utamanya yakni produknya dapat memasuki jalur distribusi pasar ritel modern di Kem Chicks Jakarta. Produk yang berada dalam display ritel modern akan dikelompokkan berdasarkan jenis yang sama. Hal ini membuat peta pesaing semakin banyak. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan brand identity sebagai identitas merek yang menjadi pembeda diantara pesaing lainnya. Brand identity digunakan sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang dapat merangkum pesan yang disampaikan oleh perusahaan kepada segmen pasarnya. Melalui komunikasi pemasaran, perusahaan juga dapat membangun brand awareness di benak segmen pasarnya.

ABSTRACT

This thesis discusses building a brand of Small to Medium Enterprise (SME) Vit Fresh with a main goal of their product entering the modern retail market distribution channels in Kem Chicks Jakarta. Display products that are in the modern retail will be grouped based on the same characteristics. This is to increase the number of competitors. Therefore, there is a need of developing a brand identity to create differences from the other competitors. Brand identity is used as a form of marketing communication that can encapsulate the message delivered by the company to the market segment. Through marketing communication, the company can also build brand awareness in the minds of its market segment.