



# BUILDING BRAND EQUITY & POSITIONING

## Menjawab Masalah Apa

Apakah target pasar perusahaan Anda dengan mudah mengenali brand produk perusahaan Anda, dan produk Anda dicari-cari oleh mereka?

*Brand* adalah aset perusahaan yang berharga. Ia menjadi kunci pembeda produk Anda dengan produk pesaing, dan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan produk di pasaran. Oleh karena itu brand perlu dibangun, dikelola, dikembangkan dan ditingkatkan nilainya.

Mengelola *brand* yang efektif diawali dari pemahaman terhadap brand itu sendiri dengan tujuan akhir untuk memiliki brand yang bernilai tinggi di mata konsumen. Membangun dan mengelola brand adalah tugas dari seorang *Marketer*. Dengan demikian penting bagi seorang *Marketer* untuk mengetahui, memahami serta mengelola brand dari produk yang dipasarkan.

## Manfaat Apa yang Anda Peroleh

Setelah selesai mengikuti program ini, peserta diharapkan mampu:

- Memahami konsep *brand* dan *brand equity*
- Memahami pentingnya suatu brand
- Mengidentifikasi perilaku konsumen yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap *brand*
- Melakukan pengukuran *performa brand*
- Mengelola *brand equity*
- Menyusun tahapan merancang *brand positioning*

## Apa Saja yang Dibahas

- Konsep *brand equity*
- *Perceptual mapping*
- *Brand audit*
- *Brand reinforcement* dan *brand revitalization*
- Tahapan merancang *brand positioning*

## Siapa yang Perlu Ikut

- Manajer Pemasaran
- Supervisor Pemasaran

## Problems To Be Addressed

*Does your company's target market recognize your company's product brand easily and is your product being sought after by them?*

*Brand is a valuable company's asset. It becomes a key differentiator between your products and competitors' products, and it is one of the factors that determine the product's success in the market. Hence, it needs to be established, managed, developed and increased in its value.*

*Managing an effective brand starts from an understanding of the brand itself, with the ultimate goal to own a high-value brand in the eyes of consumers. To establish and manage brand is the responsibility of a Marketer. Therefore, it is important for a Marketer to recognize, understand and manage the brand of product that is being marketed.*

## Objectives

*Having attended this program, the participants are expected to be able to:*

- *Understand the concept of brand and brand equity*
- *Understand the importance of a brand*
- *Identify consumer behavior which influence consumer's perception toward the brand*
- *Measure brand performance*
- *Manage brand equity*
- *Develop stages on designing brand positioning*

## Subjects Covered

- *Concept of brand equity*
- *Perceptual mapping*
- *Brand audit*
- *Brand reinforcement and brand revitalization*
- *Stages on designing brand positioning*

## Who Should Attend

- *Marketing Manager*
- *Marketing Supervisor*

IDR 5.100.000