PERANCANGAN *EVENT* PROMOSI 3 VARIAN BARU ES KRIM MAGNUM

Nurul Suciati

Latar Belakang

Magnum adalah produk es krim dengan komposisi dasar es krim putih yang dilapisi coklat yang tebal dan menggunakan coklat Belgia. Merek es krim ini berasal dari Inggris yang diproduksi oleh Wall's dari Unilever Company, es krim Magnum yang bersegmentasi kalangan wanita pekerja menengah keatas.

Bulan April 2012 es krim Magnum mengeluarkan varian baru yaitu Chocoatier Collections yang terdiri dari 3 rasa, Golden Hezulnat, Strowberry dan Brownies dengan mengeluarkan iklan televisi yang memperkenalkan varian baru ini, namun sayangnya promosi belum disertai dengan strategi promosi yang mendukung seperti promosi produk yang sebelumnya. Terjadi ketidaktahuan dari konsumen tentang adanya varian baru. Konsumen hanya merasa bahwa iklan tersebut hanyalah iklan *remainding*

Identifikasi Masalah

- Belum adanya promosi tambahan yang memperkenalkan varian baru sehingga terjadi kekurangtahuan konsumen terhadap varian baru tersebut.
- Munculnya pesaing baru yang menawarkan inovasi produk yang mirip.

Fokus Masalah

Menginformasikan tentang adanya 3 varian rasa baru, dan penelitian dilakukan di kota Bandung

Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang adanya 3 varian rasa baru es krim Magnum sehingga terjadi peningkatan pada jumlah penjualan.

Es krim Magnum

Magnum adalah produk es krim dengan komposisi dasar es krim putih yang dilapisi coklat yang tebal. Merek es krim ini berasal dari Inggris yang diproduksi oleh Wall's dari Unilever Company, dan dijual sebagai produk dari *Heartbrand* di beberapa Negara.

Es krim Magnum varian baru diluncurkan di bulan April 2012 adalah Chocoatier Collections, dengan 3 rasa yang berbeda yaitu, Brownies, Strowberry, dan Golden Hezulnut.

Brownie





StrawBerry





Hazelnut





Target Audiens

Demografis

a. Target Primer

Jenis kelamin	: Wanita
Umur	: 25 – 35 tahun
Status	: Pekerja atau wiraswasta
S.E.S	: Menengah keatas

b. Target Sekunder

Jenis kelamin	: Wanita
Umur	: 16 – 24 tahun
Status	: Pelajar dan Mahasiswa
S.E.S	: Menengah keatas

Psikografis

- Penyuka makanan manis
- Suka dengan hal baru
- Senang berbelanja dan jalan-jalan
- Membutuhkan kemewahan
- Hidup sosialisasi

Geografis

Lokasi tempat tinggal yaitu di Bandung daerah perkotaan, atau komplek dan apartemen

Solusi

Es krim Magnum membutuhkan promosi tambahan untuk memperkenalkan produk varian baru yaitu dengan merancang strategi promosi yang mampu mendukung promosi yang sudah ada, yang berkaitan dengan peluncuran 3 varian baru, agar 3 varian rasa baru tersebut dikenal masyarakat dan disukai. Salah satunya yaitu dengan menerapkan strategi promosi agar keunikan dan keunggulan produk dapat disampaikan pada konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan dan jumlah produksi akan semakin besar.

STRATEGI PERANCANGAN

a. Pra *Event*

Acara ini akan dilaksanakan di Mall Parijz Van Java Bandung, lantai LG dalam kurun waktu 1 bulan dimulai dari tanggal 1 sampai 31 Juni 2012.





b. Event

terdapat 3 *booth* yang merupakan perwakilan dari 3 varian rasa baru es krim Magnum. *Booth* tersebut adalah *Photo booth, nailcare booth* dan *bodypainting booth*. Diadakan sebuah kontes pemilihan Dewi Magnum.

c. Pasca *Event*

Dewi Magnum ini akan mendapatkan sebuah piala dan cetak foto sebesar 12R serta *merchandise* yang telah disediakan.

Strategi Penyebaran Media

Waktu Penempatan Media		Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
Pra Event	*Flyer*	■	■		
	Poster	■	■	■	■
	Stiker	■	■	■	■
	Billboard	■	■	■	■
	Baligho	■	■	■	■
Event	*X - Banner*	■	■	■	■
	Kemeja	■	■	■	■
	Flag chain	■	■	■	■
	Booth	■	■	■	■
	Pin	■	■	■	■
	Paper Bag	■	■	■	■
	Notebook	■	■	■	■
Pasca Event	Piala				■

Media Utama

Flyer

Digunakan sebagai media utama karena *flyer* merupakan media promosi yang sangat praktis, penyebarannya dibagikan langsung kepada target audien ditempat keramaian dan di tempat-tempat yang biasa target audien berada seperti Mall, minimarket, pusat perbelanjaan, *cafe*, *cafe* Magnum, kantor, kampus.



Media Pendukung

Stiker



Poster

