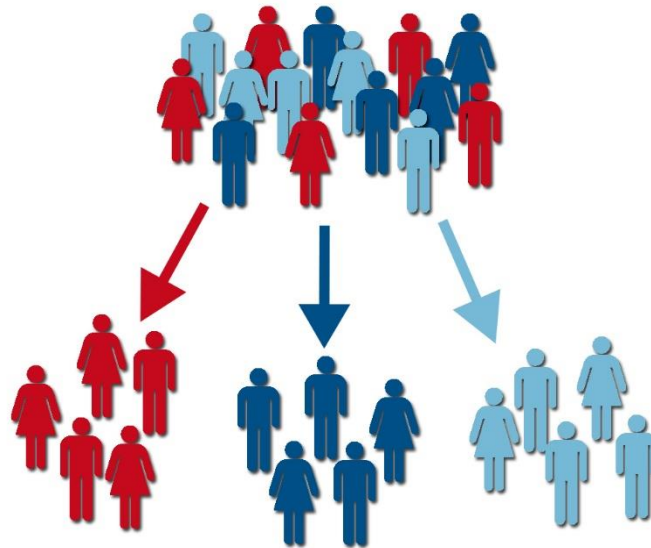


SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING DAN DIFFERENSIASI

Strategi

SEGMENTASI



“Segmentasi adalah proses **membagi pasar** menjadi segmen-segmen yang lebih kecil berdasarkan **karakteristik serupa** dari perilaku pelanggan, dan kemudian **menentukan segmen-segmen mana yang akan kita layani.**”

Sumber: Kotler, P.; Kartajaya, H., Hooi, D.H., dan Liu, S.. (2003), Rethinking Marketing: Sustainable Market-ing Enterprise in Asia, Prentice-Hall.

Strategi

TUJUAN SEGMENTASI



1

Lebih fokus dalam alokasi sumber daya

2

Faktor kunci mengalahkan pesaing

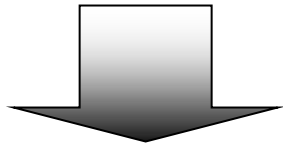
3

Dasar dalam menentukan strategi, taktik, dan *value*

Strategi

VARIABEL SEGMENTASI

**Static
Attribute**



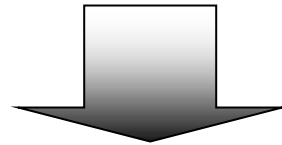
Geografis:

Kawasan, negara, kota, provinsi

Demografis:

Usia, jenis kelamin,
pendapatan, pekerjaan

**Dynamic
Attribute**



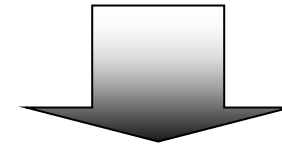
Psikografis

Kelas sosial, gaya hidup,
kepribadian

Perilaku:

Peristiwa, ratas penggunaan,
loyalitas

Individual



1. Identifikasi pasar dengan cara mengumpulkan *database*.
2. Pilah *database* pelanggan, mis. berdasarkan *value*, *cost*
3. Interaksi dengan pelanggan menggunakan teknologi informasi.
4. Menawarkan *customization* pada tiap-tiap pelanggan.

Strategi

Ilustrasi

CONTOH SEGMENTASI

Berdasarkan Geografi

LOKAL Hotel adalah Budget Hotel yang berada di Jogjakarta yang mempunyai 12 kamar dengan desain yang sangat menarik



LOKAL

Hotel Santika Premier adalah salah satu jaringan hotel skala nasional dengan segmen wisatawan domestik



NASIONAL

W Hotels adalah jaringan Hotel mewah berskala Internasional dengan konsep yang elegan



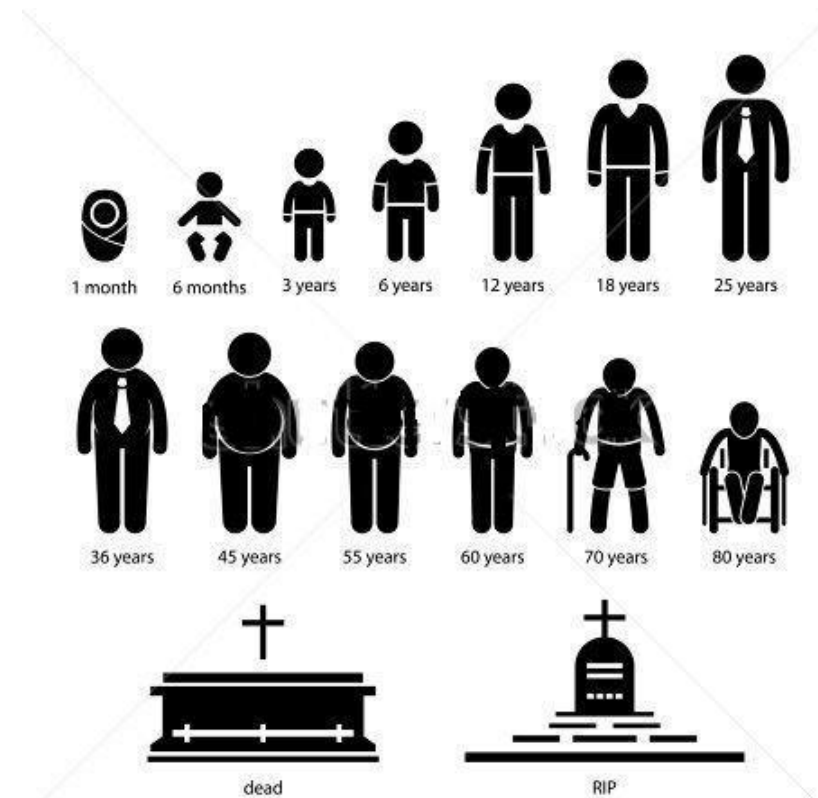
INTERNASIONAL

Strategi

Ilustrasi

CONTOH SEGMENTASI

Berdasarkan Demografi



Segmentasi juga bisa dilakukan berdasarkan karakteristik pelanggan anda



TARGETING

“Targeting adalah strategi memilih segmen pasar yang potensial”

Strategi

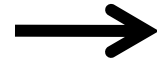
EVALUASI TARGET SEGMENT



Strategi

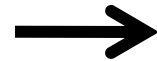
Ilustrasi

CONTOH TARGETING ACCOR GROUP HOTEL



Target Market:

- Wisatawan dengan budet terbatas dan menginginkan pelayanan basic



Target Market

- Business Traveler yang menginginkan pelayanan full service dan fasilitas untuk bekerja

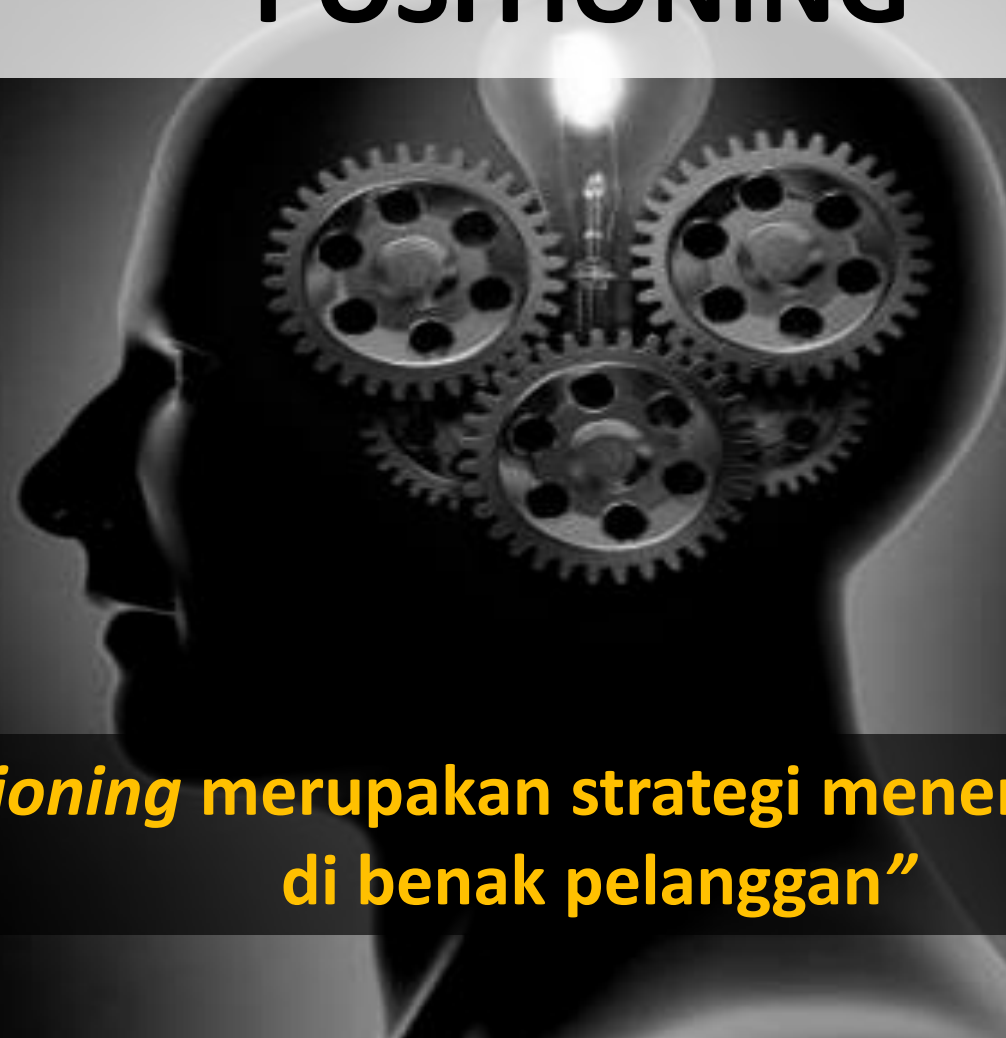


Target Market:

- Luxury Segmen Traveler yang menginginkan pelayanan yang sempurna dalam hotel yang trendy dan mewah



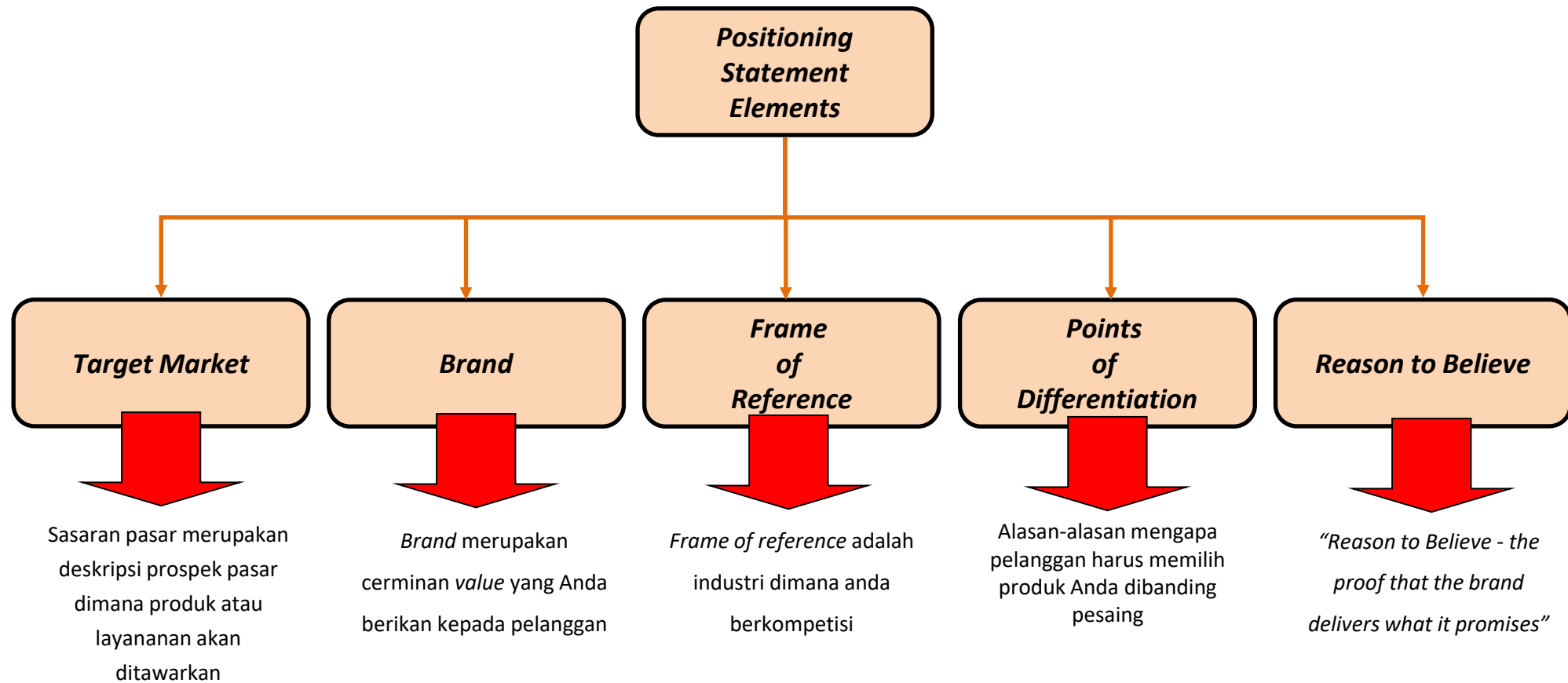
POSITIONING



“Positioning merupakan strategi menempatkan diri di benak pelanggan”

Strategi

CONTOH POSITIONING



Strategi

Ilustrasi

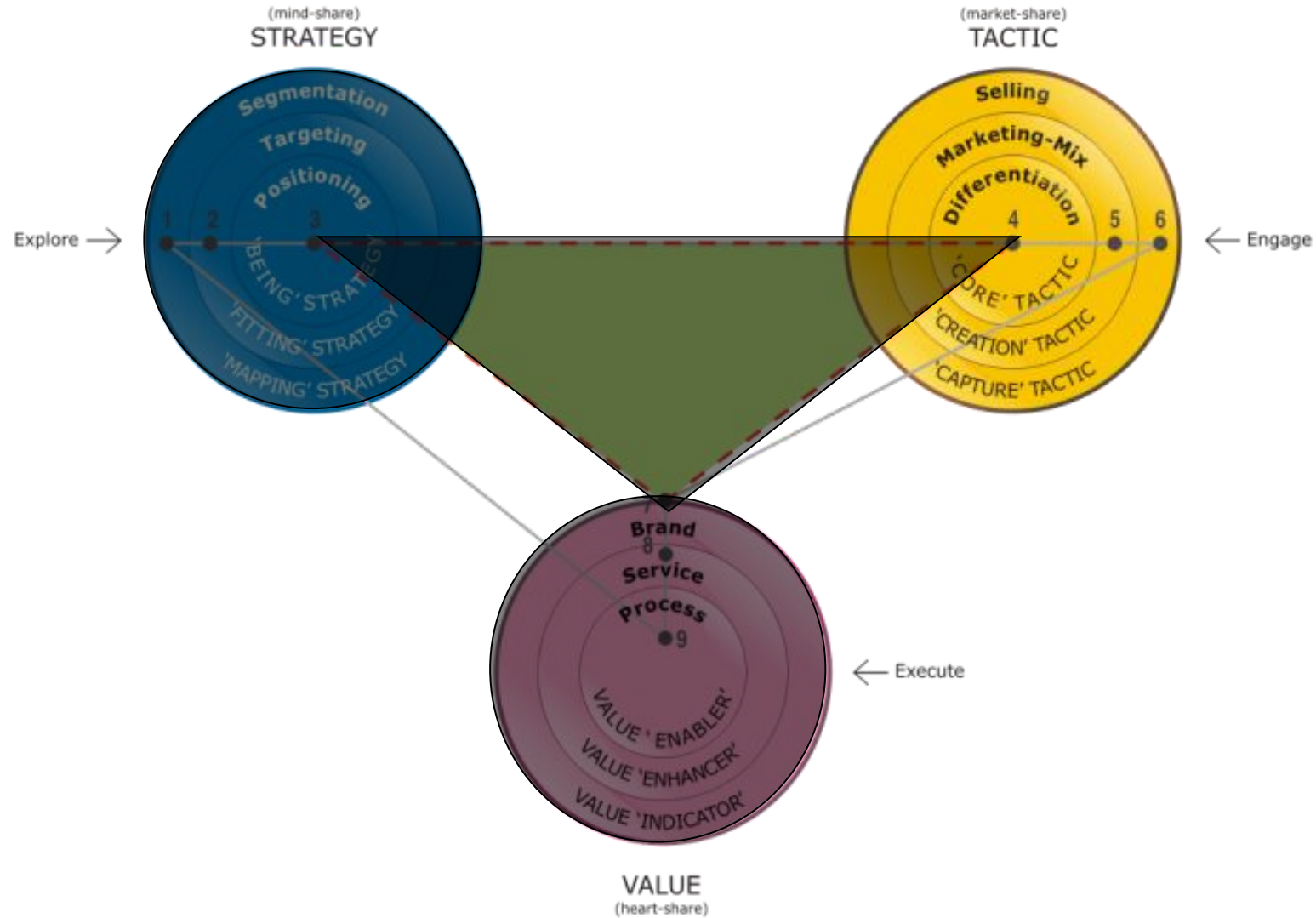
CONTOH POSITIONING



Check in - Chill Out

Pullman Hotel adalah Full service Hotel yang memberikan pelayanan bagi pebisnis yang ingin mendapatkan servis yang prima dan tempat bekerja yang nyaman dengan berbagai fasilitas bisnis di dalamnya

Target Market	Brand	Frame of Reference	Point of Differentiation	Reason to Believe
Business traveler	Pullman Hotel	Full service hotel	- Servis yang prima - Tempat yang nyaman untuk bekerja	Ditunjang dengan berbagai fasilitas bisnis



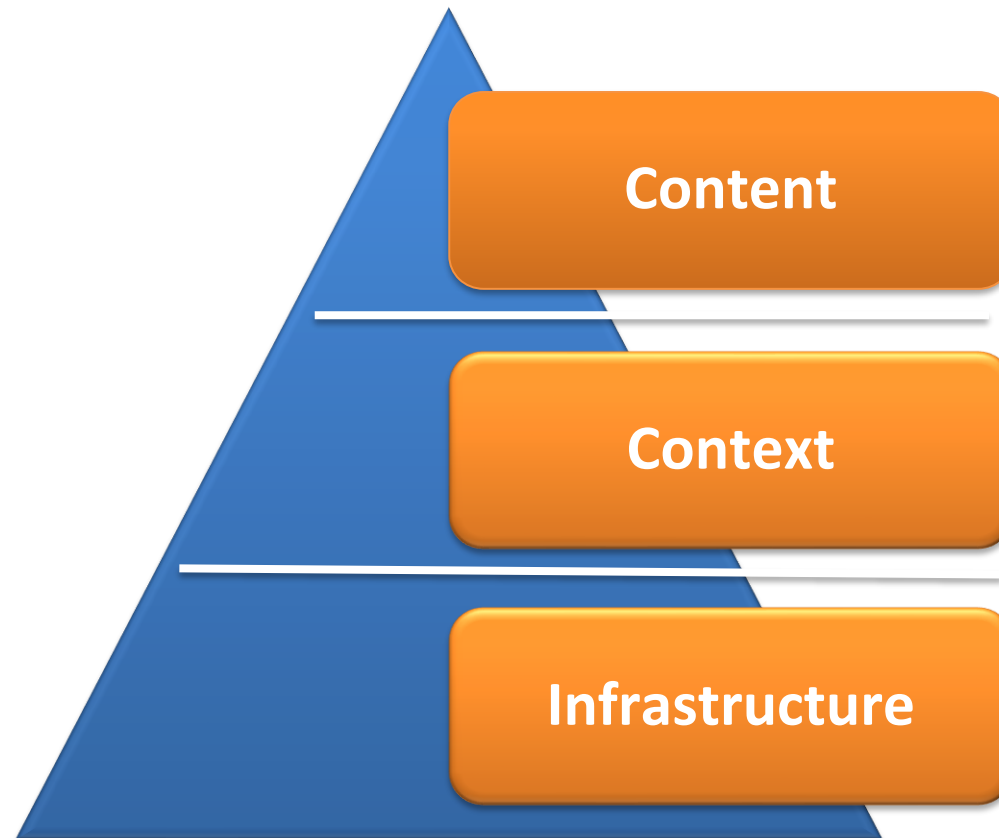


“Differensiasi adalah **membuat faktor pembeda** di antara para pesaing”

Sumber: Kartajaya, H (2002), MarkPlus on Strategy, Gramedia Pustaka Utama.

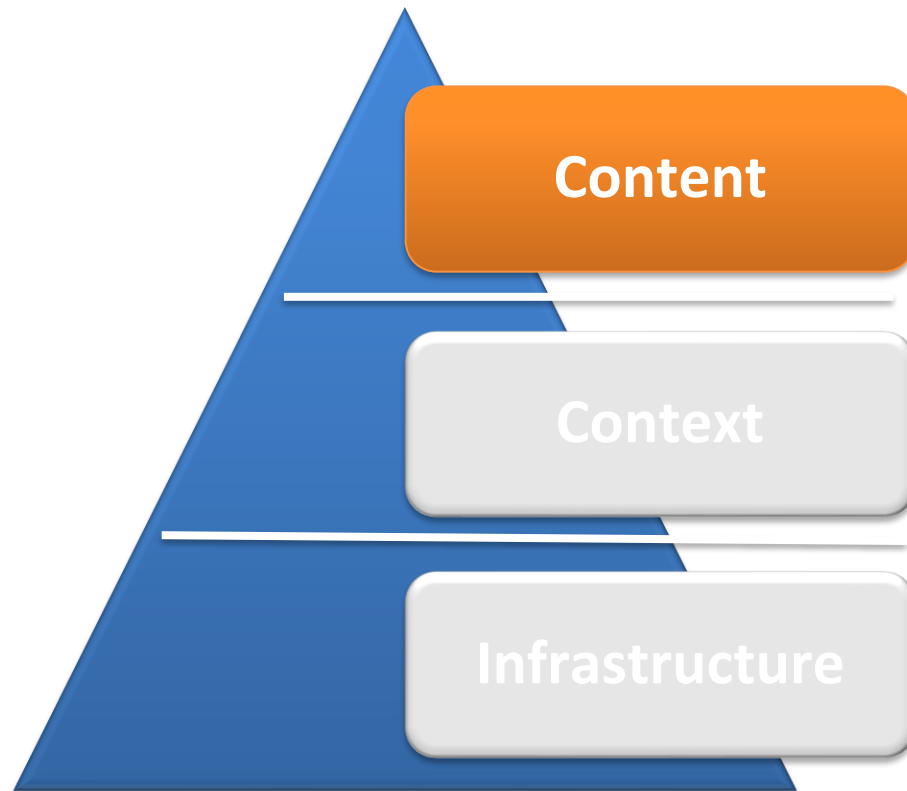
Taktik

3 Elemen penyusun Diferensiasi:



Taktik

3 Elemen penyusun Diferensiasi:



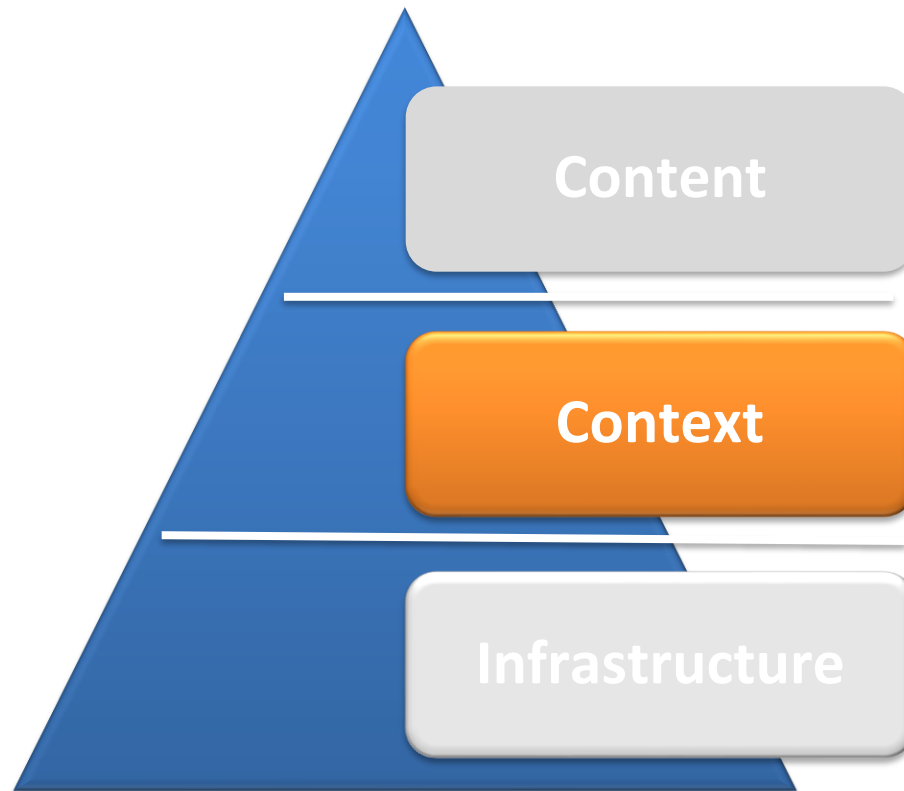
- Apa yang ditawarkan kepada pelanggan.
- Penawaran utama produk dan perusahaan kepada pelanggan.



Tune Hotel
mendiferensiasikan dirinya dengan menawarkan produk *basic* yang bisa disesuaikan dengan permintaan pelanggan.

Taktik

3 Elemen penyusun Diferensiasi:



- Bagaimana mengemas penawaran jasa kepada pelanggan.



ART+OTEL
JAKARTA - THAMRIN

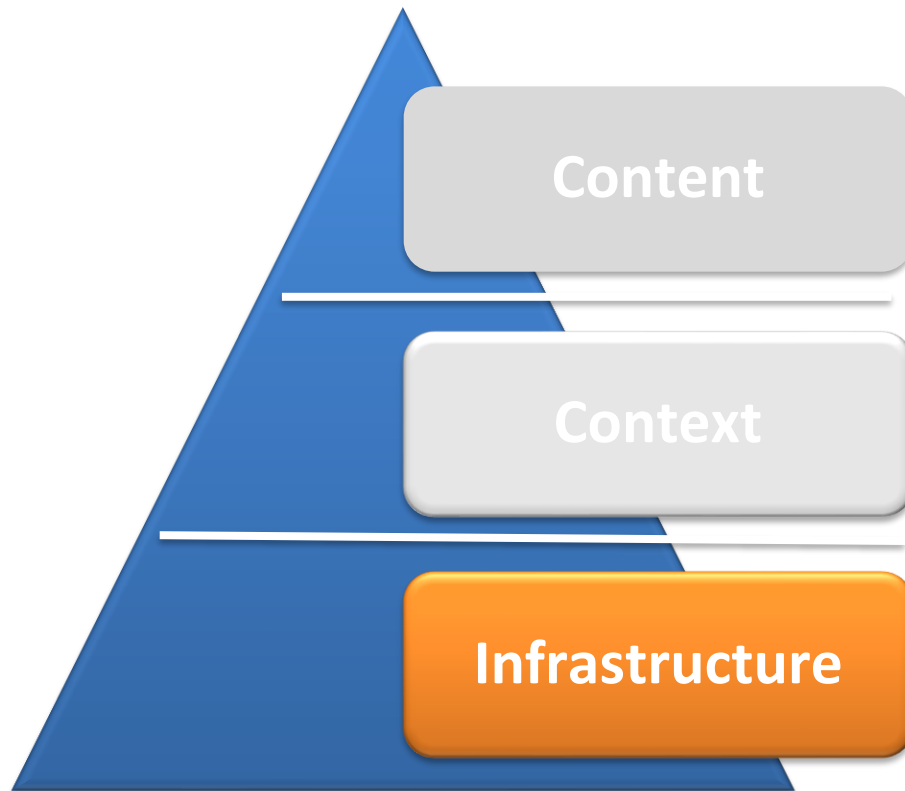
Artotel Jakarta adalah sebuah hotel yang menyediakan tempat untuk menginap dan beristirahat dengan nyaman dalam nuansa contemporary art



Video: Artotel

Taktik

3 Elemen penyusun Diferensiasi:



- *Enabler factor* yang mewujudkan diferensiasi
- Membedakan perusahaan dengan pesaing dengan menggunakan teknologi, kapabilitas SDM, dan fasilitas



Keraton at The Plaza adalah hotel mewah yang sangat terkenal dengan pelayanannya, misalnya mereka mengantarkan *welcome drink* khusus ke kamar tamunya, menyediakan *butler* yang selalu stand by untuk setiap kamar dan memberlakukan flexible Check-in dan Check-out