Bagian 2 – Menangkap Pemahaman Pemasaran

Bab 3
Mengumpulkan Informasi dan Memindai Lingkungan

Pertanyaan yang akan kita jawab:

1. Apa komponen sistem informasi pemasaran modern?
2. Apa catatan internal yang bermanfaat?
3. Apa yang dilibatkan dalam sistem intelejensi pemasaran?
4. Apa metode kunci untuk menelusuri dan mengidentifikasi peluang dalam lingkungan makro?
5. Apa beberapa perkembangan lingkungan makro yang penting?

Sistem Informasi Pemasaran Modern

- Perusahaan yang memiliki keunggulan informasi menikmati keunggulan kompetitif
- Keunggulan yang diperoleh :
  - Memilih pasar yang lebih baik
  - Mengembangkan penawaran yang lebih baik
  - Melaksanakan perencanaan pemasaran yang lebih baik
- MIS terdiri dari orang, peralatan, prosedur yang diperlukan untuk mengumpulkan, memilah, menganalisis, mengevaluasi, mendistribusikan, secara tepat waktu dan akurat

Komponen Sistem Informasi

- Catatan Internal : sistem informasi ini memberikan data hasil
  - Siklus Pesanan sampai Pembayaran
  - Sistem Informasi Penjualan
  - Database, Gudang Data dan Penggalian Data

Komponen Sistem Informasi

- Sistem Intelejen Pemasaran : sistem informasi ini memberikan data saat ini (happening)
- Sumber informasi :
  - Tenaga penjualan
  - Distributor, pengecer dan perantara lain
  - Jaringan eksternal
  - Panel penasihat pelanggan
  - Sumber daya pemerintah
  - Membeli dari pemasok luar
  - Sistem umpan balik pelanggan online

BEST BUY
THE INTERSECTION OF TECHNOLOGY & LIFE
ESTABLISHED 1966

Lingkungan Makro

- Perusahaan perlu mengenali dan merespons kebutuhan dan tren yang belum terpenuhi secara menguntungkan

Lingkungan Makro

Lingkungan Makro terdiri dari :

- Lingkungan demografis
- Lingkungan Ekonomi
- Lingkungan Sosial Budaya
- Lingkungan Alam
- Lingkungan Teknologi
- Lingkungan Politik Hukum

LEVI'S

Lingkungan Demografis

- Kekuatan utama demografis : populasi, sebagai pembentuk pasar
- Sisi demografis yang diperhatikan pemasar :
  - Tingkat pertumbuhan populasi
  - Distribusi usia dan bauran etnis
  - Tingkat pendidikan
  - Pola rumah tangga
  - Perubahan geografis dalam populasi

Lingkungan Ekonomi

- Lingkungan ekonomi akan mempengaruhi daya beli
- Yang mempengaruhi lingkungan ekonomi:
  - Distribusi pendapatan
  - Tabungan, hutang dan kredit

Lingkungan Sosial Budaya

- Lingkungan sosial budaya menggambarkan sebagian besar selera dan preferensi konsumen
- Pandangan yang mempengaruhi sosial budaya yaitu : Pandangan tentang diri sendiri, orang lain, organisasi, masyarakat, alam dan alam semesta
- Nilai inti sangat sulit untuk diubah, namun nilai sekunder dapat diubah
- Dalam setiap masyarakat terdapat subbudaya

Lingkungan Alam

- Perusahaan yang mampu menggabungkan kemakmuran dan perlindungan lingkungan mempunyai peluang yang besar untuk sukses

Lingkungan Teknologi

- Teknologi merupakan kekuatan yang membentuk kehidupan manusia
- Semua teknologi baru merupakan “penghancuran kreatif”
- Empat tren teknologi :
  1. Kecepatan perubahan yang makin tinggi
  2. Peluang inovasi yang tak terbatas
  3. Anggaran R&D yang beragam
  4. Makin banyak peraturan mengenai perubahan teknologi

Lingkungan Politik Hukum

- Hukum juga menciptakan peluang baru bagi bisnis
- Tren utama dalam lingkugan politik hukum:
  1. Peningkatan peraturan bisnis
  2. Pertumbuhan kelompok kepentingan khusus