


# Trade Marketing & Shoppers Marketing

**Perkembangan Sistem Pemasaran Terkini**

Sistem pemasaran berubah menyesuaikan kebutuhan kemajuan dunia. Di Indonesia sistem pemasaran Trade Maketing & Shoppers Marketing baru diikuti dan baru diketahui oleh beberapa pemain pasar. Di negara maju cara pemikiran pemasaran demikian sudah lebih dari satu dekade dijalankan. Trade Marketing & Shoppers Marketing menjawab tantangan E-Commerce dan Digital Marketing yang menyebabkan para *potential buyers* dan peminat pembeli jasa dan produk *consumer* tidak perlu “datang” berkunjung dan memilih sendiri, menyediakan waktu dan mengeluarkan ongkos untuk berinteraksi dengan penyedia jasa ataupunn penjualan barang. Melalui E-Banking, E-Commerce, Digital Toko Online menjadikan serba praktis.

**Trainer: Drs. Ludwig Suparmo, M.Si**

**WAKTU PELAKSANAAN**

19 - 20 Oktober 2027

09:00 - 17:00 WIB

**TEMPAT PELATIHAN**

Location: Kuretakeso Hotel - Kemang / Best Western Premier - Cawang / The Aryaduta Hotel Semanggi

**Harga**

Group Price: Rp 5.350.000
Full Fare: Rp 5.950.000

**) Harga di atas tidak dikenakan PPN 11%, sudah termasuk makan siang, snack, sertifikat, dan modul.*

Apakah dengan kemajuan Teknologi Informasi yang serba “Electronic dan Digital” berarti semua toko/out-let harus tutup? Apakah investasi *channel distributions* dan penyediaan outlets memang akan “mati”? Tentu pengusaha industri memanfaat E-Commerce serta penyedian jasa Teknologi Informasi canggih dengan bijaksana; layanan canggih demikian pasti dimanfaatkan demi efisiensi dan bertahan dalam dunia industri manufaktur dan perdaganagan. Namun perkembangan budaya *lifestyle* manusia yang tetap ingin keluar rumah dan pergi berbelanja tidak serta-merta menyebabkan tempat-tempat berbelanja dan menikmati *“window shopping”* dan *“shopping around”*

harus tutup. Manusia modern yang bersosialisasi tetap membutuhkan outlets, tempat berbelanja sekaligus bersantai. Namun perubahan *lifestyle* juga menuntut tempat berbelanja yang nyaman dan *informative*. Lagi pula diketahui bahwa sesungguhnya bukan konsumen langsung yang ingin berbelanja; orientasi terkini adalah para *shoppers;* mereka berbelanja tidak sekedar untuk kebutuhan diri sendiri tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan orang lain dan untuk maksud lain.

Data survey intensif di negara-negara maju menyatakan bahwa: 70% pemilihan/pembelian merek suatu barang terjadi/dilakukan ketika calon pembeli/shoppers sudah berada didalam took/outlet; 68% transaksi pembelian terjadi tanpa rencana terlebih dahulu (tidak diperkirakan/tidak direncanakan ketika mau berangkat berbelanja atau sekedar *window shopping*). Dengan demikian ahli- ahli pemasaran harus siap menghadapi cara berpikir manusia modern demikian. Lahirlah pemikirian *system shoppers marketing*.

**TUJUAN PELATIHAN**

- Siap menghadapai persaiangan ketat dan tuntutan kemajuan life-style teknologi informasi
- Memahami lebih mendalam serta lebih memperkuat strategi "*Marketing Trend*" masa kini
- Mengimplementasi Trade Maketing & Shoppers Marketing Concept untuk pencapaian Sales Target dan Revenue

**METODOLOGI PELATIHAN**

- Presentasi dan diskusi interaktif konsep dan implementasi perencanaan dan pelaksanaan di lapangan
- Presentasi dan diskusi studi kasus
- Problem Solving masalah marketing yang dibawa oleh peserta

TOPIK BAHASAN (tidak terbatas topik yang disiapkan; lebih penting penyesuaian pelatihan sesuai masalah yang dihadapi bagi jenis produk para peserta)

- Tantangan Menghadapi Teknologi Informasi/E-Commerce/Digital Marketing
- Issue yang timbul dimasa sekarang dan bagaimana menghadapinya
- Pemaknaan Definisi Trade Marketing & Shoppers Marketing
- Mengapa Trade Marketing & Shoppers Marketing menjadi sangat penting
- Bagaimana melaksanakan Trade Marketing & Shoppers Marketing
- Mengapa sistem pendekatan Marketing cara baru ini diperlukan
- Cara-cara merencanakan dan mengimplimintasikannya
- Bagaimana Promosi dan Marchandizing cara terkini
- Perlukah Advertising atau Brand Activitions?
- Studi kasus dan Problem Solving untuk industri/produk para pesertta.
- Topik bahasan utama yang perlu dilaksanakan

**YANG WAJIB MENGIKUTI**

Direksi, CEO, Presiden Direktur, Floor Managers dgn staffnya; Managers Senior/Junior: Marketing/Sales/Distribution; Product/Brand Managers; Quality Assurance , Packaging & Plant Managers. Jenis industri: farmasi (Apotik), OTC, food & beverage, health-care products; grocery, swalayan/supermarket/minimarket, toiletries & cosmetics; garment & branded goods; sports goods; alat keperluan rumah tangga; produk bangunan, mebel dan accessoriesnya; bookstores,

stationaries & creative products.

**WORKSHOP LEADER :**

## Instruktur Pelatihan

### Drs. Ludwig Suparmo, M.Si

**Ludwig Suparmo.** Pelaku manajemen praktis, bekerja 56 tahun di berbagai industri Multi National Companies dan perusahaan nasional terkenal. Sambil bekerja menyelesaikan pendidikan Sarjana FISIP jurusan Adminstrasi Niaga, menyelesaikan Magister Ilmu Komunikasi dengan cum laud ketika berumur 60 tahun. Di undang oleh berbagai perusahaan/instansi pemerintah membagi ilmu dan pengalaman antara lain: Bank Indonesia Jawa Tengah, BPK Jawa Tengah, PELNI, dan beberapa instansi lain. Menjadi Lead Trainer di Value Consult Training & People Development, memberikan pelatihan yang diikuti oleh jajaran pimpinan dan senior maupun junior managers perusahaan BUMN dan Swata. Tiga kali dalam 4 tahun memberikan pelatihan dan simulasi komunikasi dalam Manjemen Krisis untuk perusahaan Fortune 500 yang memiliki 3 pabrik di DKI dan Jawa Barat. Memberikan presentasi sebagai dosen tamu beberapa kali di FISIP Universitas Indonesia, Universitas Negeri Jakarta, Univ. BINUS dan London School of Public Relations. Mantan dosen Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi, Jakarta. Menulis beberapa penelitian kualitatif untuk berbagai Jurnal, termasuk Jurnal LIPI dan On-line Journal Pax Humana (UKSW).

Buku Akademik dan Popular Science yang diterbitkan:

- Aspek Ilmu Komunikasi dalam Public Relations (2011),
- Manajemen Krisis (2011),
- Manajemen Krisis, Isu, dan Risiko (2018),
- Manajemen Agar Tidak Stres (2018).
- Dalam proses editing buku Bunga Rampai Pengembangan Karakter – Acuan bagi Program Pemerintah Meningkatkan Kualitas SDM Bangsa (segera terbit di tahun 2019).

Spesialisasi memberi pelatihan/seminar/workshop dalam Pengetahuan Praktis Ilmiah: CSR/Community Development, Corporate Branding, Integrated Marketing Communication, Crisis, Issues and Risks Management, Panic & Stress Management, Conflict Management, Compliance Management, Millenneal Generation Management, dan facilitator: Business English.

## CONTACT US


**Operational Office**

ILP CENTER 2nd Floor R19, Jl. Raya Pasar Minggu 39A, Jakarta Selatan

**Phone**

+62 813-8834-2078

**Email**

regtraining@valueconsulttraining.com

**Website**

www.valueconsulttraining.com