**Kelompok 8 :**

* Endang Murtianingsih 2011-12-085
* Erick Koko Prasetyo 2011-12-120

***Daftar Pertanyaan :***

1. Jelaskan secara singkat bagaimana PT Philips dalam memasarkan produk-produknya?

*Jawab:*

Proses pemasaran PT Philips yang berhasil terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan, yaitu :

* Segmenting. Dalam proses pemasaran, Philips membagi tiga segmentasi pasar yaitu: Geografi, Psikografik, Behavioral.
* Targeting. Dengan penentuan target pasar yang bertujuan untuk memilih, meneyeleksi, dan menjangkau konsumen pada segmentasi pasar yang telah ditentukan.
* Positioning. Berdasarkan pada keunggulan manfaat produk tersebut dibandingkan produk-produk lain.
1. PT Philips merupakan salah satu perusahaan elektornik terbesar di dunia, lalu strategi unggulan PT Philips yang mampu menguasai pasar dunia itu apa ?

*Jawab:*

Strategi unggulan yang dilakukan PT Philips sehingga mampu menguasai pasar dunia, yaitu PT Philips selalu menerapkan 4p’s yaitu: Product, Promotion, Place, dan Price.

* Product. Philips terus melakukan inovasi pada produknya secara dynamically innovation dengan merubah produk secara signifikan dari produk yang berimage kolot menjadi produk yang modern.
* Promotion. Strategi promosi Philips dilakukan dengan mengkombinasikan unsur-unsur dari promotion mix yaitu personal selling, advertising, sales promotion, publicity and public relation.
* Place. Philips memiliki jaringan yang luas hingga 60 negara di dunia.
* Price. Price strategi yang digunakan Philips adalah skimming price karena harga yang ditawarkan tergolong premium price jika dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.
1. Jelaskan keunggulan dan kelemahan dari Philips, bagaimana cara mengatasi kelemahan tersebut ?

*Jawab:*

Keunggulan:

* Pengguna mendapatkan peningkatan keamanan dan eksklusivitas.
* Philips merupakan produk elektronik yang aman serta menjanjikan daya tahan yang tinggi.
* Philips berani memberikan garansi yang menjanjikan.

Kelemahan:

* Produk Philips memiliki harga yang relatif lebih tinggi dari produk pesaing.

Cara mengatasi:

* Meskipun harga Philips lebih tinggi, namun PT Philips tetap memberikan kualitas dan benefit yang sebanding dengan harga yang ditawarkan sehingga konsumen masih tetap tertarik dan berani membayar.