

NEW WAVE MARKETING

Strategi Marketing The Omni 12Cs adalah sebuah konsep pemasaran yang dikembangkan oleh Hermawan Kartajaya yang berfokus pada integrasi antara strategi, taktik, dan nilai pemasaran baru untuk menciptakan pengalaman yang konsisten bagi pelanggan, terdiri dari 12 elemen utama:

1. Communitization
2. Confirmation
3. Clarification
4. Codification
5. Co-creation
6. Currency
7. Conversation
8. Communal Activation
9. Commercialization
10. Character
11. Caring
12. Collaboration

Pendekatan ini bertujuan untuk membangun loyalitas dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui berbagai titik kontak yang terintegrasi.

Elemen-elemen Inti The Omni 12Cs

Konsep ini merupakan evolusi dari 9 Elemen Pemasaran sebelumnya, dengan 12 elemen baru yang fokus pada era modern:

1. Strategi Pemasaran Baru:

- **O-Communitization:** Membangun komunitas di sekitar merek dan produk.
- **O-Confirmation:** Memberikan konfirmasi dan validasi untuk pengalaman pelanggan.
- **O-Clarification:** Memperjelas nilai dan pesan merek.
- **O-Codification:** Mengembangkan sistem dan standar untuk pengalaman pelanggan.

2. Taktik Pemasaran Baru:

- **O-Co-creation:** Melibatkan pelanggan dalam proses penciptaan produk atau layanan.
- **O-Currency:** Menggunakan nilai atau imbalan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.
- **O-Conversation:** Membina dialog dua arah dengan pelanggan.
- **O-Communal Activation:** Menggerakkan dan memanfaatkan komunitas untuk mendukung merek.

3. Nilai Pemasaran Baru:

OMNI Marketing-Mix: Melibatkan integrasi dan sinkronisasi berbagai elemen pemasaran untuk memberikan pengalaman yang mulus.

- O-Commercialization
- O-Character
- O-Caring
- O-Collaboration

Cara Menerapkan Strategi The Omni 12Cs

1. Pahami Pelanggan Anda:

Kenali kebutuhan, preferensi, dan perjalanan pelanggan di berbagai kanal.

2. Integrasikan Semua Kanal:

Pastikan setiap titik kontak (situs web, media sosial, toko fisik, aplikasi mobile) saling terhubung dan memberikan pengalaman yang konsisten.

3. Personalisasi Pengalaman:

Gunakan data pelanggan untuk memberikan pesan dan penawaran yang relevan dan personal di setiap kanal.

4. Bina Komunitas:

Bangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui berbagai platform dan libatkan mereka dalam proses co-creation.

5. Ukur dan Evaluasi:

Gunakan metrik yang tepat untuk melacak kinerja strategi di semua saluran dan lakukan optimasi secara berkelanjutan.