



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ESA UNGGUL JAKARTA**

Mata Kuliah : Pemasaran Relasional_EBM

Sesi : 06 (dua) Positioning

PETUNJUK UMUM :

1. Bacalah tugas dengan teliti, gunakan kata-kata sendiri
2. Jawaban di ketik pada *online teks*, maksimal 400 kata
3. Periksa jawaban saudara sebelum diupload.
4. Dilarang keras mencontek jawaban mahasiswa lainnya (plagiat).
5. Pelanggaran terhadap ketentuan di atas diberikan nilai 0

Fokus Relationship marketing Management adalah : membangun hubungan jangka panjang (*long term engagement*) dengan pelanggan dalam rangka menciptakan pelanggan yang Loyal.

TUGAS:

Berikan contoh **Market Share** dari salah satu produk/merek yang menunjukkan posisi masing-masing merek/produk dalam market, kemudian Deskripsikan tabel tersebut, dan berikan saran apa yang harus dilakukan oleh perusahaan yang produknya paling kecil proporsinya untuk meningkatkan posisinya.

Catatan:

1. *Pilih sendiri produk atau merek yang saudara akan ambil sebagai contoh*
2. *Produk atau merek boleh sama dengan mahasiswa lain akan tetapi penjelasan tidak boleh persis sama.*

Salam sehat