

ABSTRAK

Wazza Design adalah agen pemasaran yang saat ini fokus mengembangkan bisnisnya di Belanda. Wazza Design ingin mengembangkan usahanya dengan menggandeng perusahaan lain. Namun mengingat Wazza Design merupakan perusahaan yang baru berdiri pada tahun 2021, brand awareness perusahaan saat ini masih kurang, dan belum begitu dikenal di masyarakat. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang tepat yang dapat diterapkan Wazza Design untuk menarik pelanggan dan membangun hubungan dengan berbagai perusahaan lain. Laporan ini terdiri dari analisis eksternal yaitu tren pasar, analisis pesaing, target pasar, dan perilaku pembelian konsumen. Analisis internal meliputi struktur organisasi dalam perusahaan, strategi pemasaran saat ini, dan rencana pembiayaan & penganggaran. Dalam penulisan makalah ini, berbagai sumber diperoleh dari penulis yang berbeda untuk membangun sejumlah informasi yang kredibel dan dapat diandalkan. Sumber utama diperoleh dari wawancara dengan perusahaan start-up dan wawancara dengan CEO perusahaan. Adapun sumber sekunder diperoleh dari berbagai website, artikel dan buku. Berdasarkan penelitian dan analisis, para pemasar B2B lebih suka menggunakan situs web dan media sosial untuk menemukan perusahaan tempat mereka bekerja.

Kata kunci: *strategi pemasaran, pemasaran, kesadaran merek, media sosial*