

ABSTRAK

Tubble adalah perusahaan rintisan internasional yang beroperasi di industri mandi. Ini khusus menjual bak mandi tiup yang menjadi sumber pendapatan utama dan produk utamanya. Sebagai sebuah bisnis, Tubble beroperasi sebagai e-commerce yang berarti bahwa semua operasi bisnisnya dilakukan melalui sarana online, dan terutama menjual di pasar online. Berdasarkan diskusi dengan CEO Tubble, Tubble saat ini menghadapi stagnasi dalam kemampuan pemasaran digital dan penjualannya di pasar Belanda. Karena stagnasi dalam kemampuan pemasaran digital, beberapa magang pemasaran ditunjuk untuk memberikan solusi terhadap kemampuan pemasaran Tubble. Selain itu, sebagai salah satu operasi pasar utama Tubble, memiliki penjualan yang stagnan dan tidak ada pertumbuhan belakangan ini berdampak buruk bagi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Tidak ada pertumbuhan penjualan yang nyata di pasar yang menjadi masalah. Tubble ingin meningkatkan kemampuan pemasaran digitalnya yang pada akhirnya akan mengarah pada peningkatan kesadaran merek dan kinerja penjualan.

Untuk menghasilkan rekomendasi terbaik untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital Tubble, telah dilakukan penelitian yang akan membantu dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital Tubble. Penelitian yang dilakukan adalah mengumpulkan data sekunder yang relevan dari sumber dan statistik yang kredibel, dan dengan mengumpulkan informasi dari diskusi dengan perusahaan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa rekomendasi yang telah dirumuskan yang dapat membantu Tubble untuk meningkatkan brand awareness dan kinerja penjualannya, yaitu; Meningkatkan Kemampuan Pemasaran Media Sosial, Menggunakan Pinterest untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Berdasarkan Demografi Pelanggan, Membangun Peta Strategi yang Ditetapkan Dengan Indeks Kinerja Utama (KPI) yang Dapat Diikuti Tubble, meningkatkan kemampuan SEM dan kemampuan SEO Tubble, dengan menekankan pada keberlanjutan dan sadar bisnis pada konten media sosial, bekerja sama dengan afiliasi atau tokoh masyarakat untuk menyebarkan kesadaran merek, menerima dana untuk meningkatkan anggaran pemasaran digital, dan mempekerjakan pemasar berpengalaman yang terampil di sektor pemasaran digital.

Kata Kunci: kesadaran merek, kinerja penjualan, meningkatkan, pemasaran digital