



since we are number two, we try harder.



# THE CASE

tingginya awareness tidak diikuti dengan tingginya sales.

# Fruitea itu apa sih?

Fruit tea adalah varian produk sosro dengan jenis teh rasa buah ,  
atau campuran dari berbagai varian buah.

Fruit tea tampil dalam 5 bentuk kemasan:

- Kemasan Botol Beling (Returnable Glass Bottle) dengan ukuran 235ml, paling banyak di pasaran.
  - Kemasan Genggam (Tetra Pak) dengan volume 200ml
  - Kemasan Kaleng (Can) dengan volume 318ml
- Kemasan Botol Plastik atau PET (Poly Ethylene) dengan volume 500ml
  - Kemasan Pouch dengan volume 230ml

mengeluarkan produk barunya yaitu fruit tea lite yaitu  
paduan the less sugar rasa buah yang di mix dengan rasa mint.

# brand analysis

Fruitea adalah minuman teh buah yang diasosiasikan sebagai minuman yang “Seru buat seru-seruan”.

dengan target market maupun audiens adalah anak muda atau remaja,

positioning minuman “Gokil” yang ditampilkan dari desain kemasan yang warna-warni ceria serta komunikasi yang sesuai dengan

tagline “Seru buat seru-seruan” mulai dari versi badak jawa, minyak dan benua amerika, sukses diasosiasikan sama dengan value anak muda

yang seru dan sudah tertancap dengan baik di benak konsumen.

Brand value yang sesuai dan komunikasi pun tidak ada masalah di level awareness.

# SWOT analysis

<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>	<b>Opportunity</b>	<b>Threat</b>
variasi rasa banyak harga relatif murah kemasan menarik brand kuat	rasa buahnya tidak semua suka	brand awareness tinggi	semakin banyak kompetitor langsung

## Siapa sih yang minum fruitea?

Fruit tea adalah minuman teh yang disegmentasikan untuk anak remaja dan pasar dominannya adalah anak SMA

Demografis :

Usia : 15- 20 Tahun

Psikografis :

suka ngobrol, gosip, berkumpul dengan teman atau gank nya baik di dunia nyata dan dunia maya.

Suka coba-coba dan tertarik dengan hal-hal yang baru.

punya banyak kegiatan dan terus mengeksplorasi bakat dan minatnya.

sering melakukan kegiatan bersama-sama

rasa memiliki yang tinggi dengan kelompoknya

dan rela melakukan dan berkorban banyak hal demi kelompoknya

maupun eksistensi dirinya di dalam kelompok.





**kami melakukan riset pada 5 sma di semarang dan salatiga  
dengan total jumlah responden adalah 125 responden  
dari data tersebut kami dapatkan**

1. kegiatan di sekolah yang paling sering dikerjakan selain belajar adalah mengobrol
2. minuman yang paling di sukai di sekolah adalah es teh.
3. alasan mayoritas dalam memilih minuman adalah harga murah.
4. tempat nongkrong favorit di sekolah adalah kantin sekolah.
5. kegiatan di luar sekolah adalah les, ekstrakurikuler.

# believe it or not

the biggest competitor of Fruitea  
in the most common point of purchasing of student, Cafeteria,  
is "Es Teh"!!

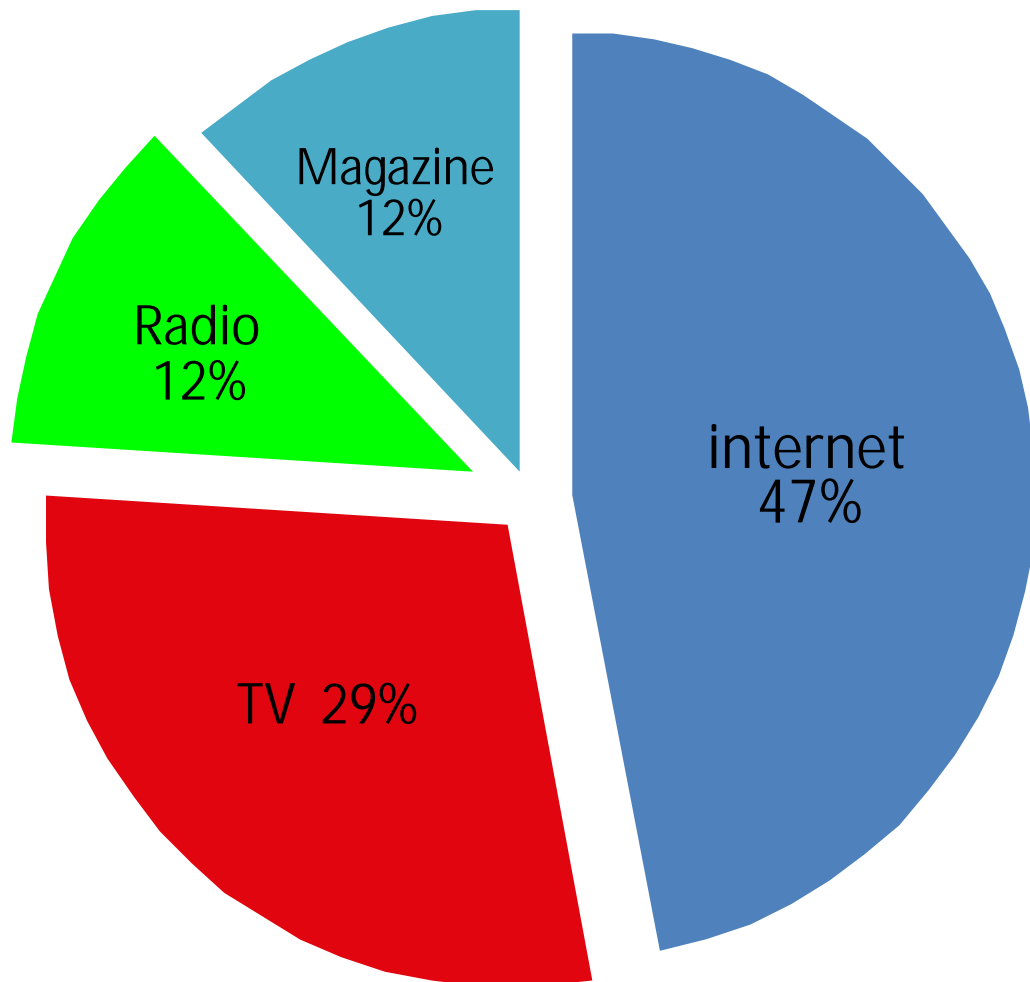
baru kemudian di pasar lain, fruitea bersaing ketat dengan produk-produk seperti :  
minute maid pulpy orange, coca-cola, freshtea, pocari sweat, aqua, frutcy, the kotak, S-tee,  
the botol sosro, joytea, nu greentea, buavita, happy jus,  
nutrisari, UC 1000, mizone, bahkan susu bantal.

# latest youth behaviour

time	weekday	weekend
<b>6.00 am</b>	wakes up, bath, breakfast and goes to school	<i>zzzzzzzz...</i>
<b>7.00 am</b>	school time	
<b>10.00 am</b>	first time school break	breakfast, tv time, surf internet.
<b>13.00 pm</b>	second time school break	meet up with friends,
<b>14.00 pm</b>	school end, after school activities: ekskul, les, hang-out.	hangouta at a friend's house exercising or ekskul extention time
<b>18.00 pm</b>	home, bath	dinner with friend on food court/ fast food/cafe.
<b>17.00 pm</b>	family time, tv time, dinner, homeworks, online: social media or chat.	
<b>20.00 pm</b>		watching movies, surf internet, browsing, blogging, social media
<b>22.00 pm</b>	sleep	
<b>24.00 pm</b>		sleep

# target medium and contact point

the media consumption



di luar konsumsi media ,  
masih banyak hal dan media  
unconventional yang bisa diekslore  
untuk menyapa target dilihat dari  
target behaviour atau target journey.

## **current youth insigh**

kalau tiap hari sekolah doang sih boring..!  
aku harus nemuin bakatku, latihan dan  
jadi juara dengan cara ku sendiri!

## the latest Fruitea

fruitea telah banyak melakukan bentuk komunikasi dan pernah mendapat top brand award 2008. namun, kini masalah klasik pun masih fruittea hadapi. brand awareness tinggi, namun tidak diikuti dengan sales yang baik.

fruittea mengangkat value gokil.  
dan sering menggunakan becandaan ala remaja dalam pesan komunikasinya.  
namun jika komunikasi itu tidak berujung pada sales, maka  
sama saja dengan becandaan yang tidak lucu dan gak bikin ketawa.  
garing!



# finding problem

mereka tahu fruittea, tapi tidak membelinya.  
kenapa?

gak ada alasan cukup kuat untuk memilih fruittea ketimbang yang lain di lapangan, dimana semua produk minuman sejenis di display, fruittea memiliki change yang sama atau bahkan lebih rendah untuk dipilih konsumen. pricing yang relatif sama dan pada rata-rata minimarket posisi display fruittea kurang strategis dibanding yg lain.

lalu pertanyaannya..

**bagaimana membuat reguler customer  
membeli fruittea lebih banyak  
dan membuat yang belum membeli fruittea  
untuk mencoba?**



# the idea

A : apa yang lebih seru dari sebotol fruitea di siang hari?

B : 2 botol fruitea di siang hari!!

A&B : HUWAKAAKAK...!!! \*Toss!

# **Fruitea Ekstra Gokil!**

**Lebih seru buat seru-seruan!**

selama ini fruita yang diasosikan sebagai minuman yang seru buat seru-seruan,  
dan dijual dalam kemasan "personal".

idnya adalah "Fruitea Ekstra Gokil" : fruita dalam kemasan 1 liter.  
kemasan besar yg biasanya diasosiasikan dengan kemasan untuk keluarga,  
namun sebenarnya bisa juga dengan menyediakan kemasan besar, fruita menjadi minuman  
yang lebih "seru buat seruan" secara kelompok atau gank!

satu gank atau kelompok, belinya fruita ekstra!  
anak sekolah yang gak cukup sekolah doang, beli fruita ekstra!  
anak sekolah yang berkegiatan banyak di luar sekolah (ekstrakurikuler),  
beli fruita ekstra!!

# What the f\*\*k Fruitea Ekstra Gokil is?



kemasan baru fruittea dengan volume 1000ml / 1 liter.  
kemasan lebih tinggi dan sedikit lebih lebar dengan tutup botol yang sedikit pipih  
untuk memudahkan genggam dan menuangkan minuman.

# Why “Fruittea Ekstra Gokil”?

## **target kita adalah anak muda yang:**

suka bergaul dan berkumpul dengan clik atau teman kelompoknya atau gank nya sering melakukan kegiatan bersama-sama  
rasa memiliki yang tinggi dengan kelompoknya  
punya banyak kegiatan dan terus mengeksplorasi bakat dan minatnya  
duit jajan gak banyak-banyak amat. (makanya lebih suka es-the!)

## **yes they need:**

minuman yang bisa mendukung kegiatan mereka yang banyak  
minuman kemasan yang bisa dibagi, dishare dan dibeli patungan!  
harga yang relatif murah dengan isi yang banyak.  
Seru!

## **our competitor:**

punya produk dengan ukuran 250-500 ml dengan pricing yang lebih tinggi dibanding fruittea.

## **we give them:**

fruittea ekstra gokil kemasan 1 liter dengan harga di pasaran Rp 6000.  
we give more value and make it still affordable cost.  
lebih seru dengan bercandaan atau tebak-tebakan gokil di tutup botolnya.

**we give them extra reason to buy fruittea.**

**the communication strategy**

# The tools

**interactive program on web**

**TV Commercials**

**intergrated social media campaign**

**digital marketing**

**activation program**

**radio program & commercials**

**mobile ads**

**print Ads**

**unconventional media**

**schools and cafetaria relationship**

**vending machine as a POP**

*\*and yes, the whole intergrated campaign focus on Fruitea Ekstra Gokil.*

# interactive program on web

[www.fruiteaekstragokil.com](http://www.fruiteaekstragokil.com)

## what

sebuah program interactive di web untuk membangun hipe dan awareness tentang varian baru Fruitea Ekstra Gokil 1 liter di kalangan siswa-siswi sekolah.

para siswa / ekskul diminta untuk membuat sebuah karya atau berinovasi sesuai bidang ekskulnya dengan tema "cara gokilku".

program ini akan terpusat pada web : [www.fruiteaekstragokil.com](http://www.fruiteaekstragokil.com)

## who

lebih khusus, kita akan mengajak ekstrakurikuler maupun klub yang ada di tiap-tiap sekolah di indonesia.

bekerjasama dengan pihak sekolah maupun OSIS sekolah tersebut dalam penyelenggaraan maupun koordinasinya.

## how

setiap ekskul yang ingin mengikuti program ini diminta untuk mendaftarkan ekskul mereka di web dengan memberikan penjelasan tentang ekskul mereka.

setiap ekskul yang mendaftar harus memasukkan kode registrasi yang terdapat di balik tutup botol fruitea ekstra gokil.

## why

ekstrakurikuler adalah sebuah sarana atau wadah yang menampung minat dan bakat mereka.

sence of belonging antar anggota maupun anggota pada klub tersebut sangatlah kuat. yes, they are the militant of their dream. they would try almost everything to make their club dreams come true.

## the appreciation

untuk karya terbaik dari seluruh ekskul di indonesia akan mendapat uang insentif dan hadiah program menarik yang berhubungan dengan bidang ekskul tersebut.

ada pula hadiah untuk ekskul terbaik dari masing-masing sekolah berupa uang insentif dan persediaan Fruitea ekstra gokil untuk menunjang kegiatan mereka.

## the goal

fruitea ekstra gokil sebagai produk maupun program otomatis akan terangkat awarenessnya.

fruitea mendapat nilai positif atas program yang mengedukatif namun tetap gokil ini.

dan sales pun meningkat juga dengan persyaratan membeli fruitea sebagai syarat mengikuti program.

“they would try almost anything to make their club dreams come true.”



Home Categories Single Page Twitter Subscribe

# fruit tea EKSTRA GOKIL

lebih seru buat seru-seruan !!

facebook

KASNE

bus gokil from artoon

This is a Sample Video Post

Category Posts

This is a Sample Non-Video Post

This is a Sample Non-Video Post

Sample

Copyright 2010 The TV Elements WordPress Theme - All Rights Reserved  
 Site Copyright © Pines73.com



halaman web  
 www.fruitteaekstragokil.com

**let them give  
their own  
meaning  
of gokil.**

## **The Tricky Registration**

Untuk registrasi, ekskul diminta untuk melampirkan data diri anggota ekskulnya mulai dari nama, email dan nomor telepon.

Yang nantinya dari seluruh ekskul yang mendaftar, fruittea akan mendapatkan database dari seluruh anggota ekskul dari sma-sma di Indonesia.

Yang setelah itu, fruittea dapat melakukan mobile advertising maupun social media campaign yang lebih tepat sasaran karena kita sudah mempunyai database target audiens utama kita.

## **Mobile Ad**

secara berkala, fruittea dapat memberikan update informasi tentang program di web, maupun offering-offering lain yang ditawarkan fruittea melalui mobile Ad via SMS.

# TV Commercial

TV Commercial

dibuat untuk mengkomunikasikan varian baru Fruitea Ekstra Gokil  
dan juga mengajak para anak SMA untuk log in dan ikut serta dalam program  
di [www.fruiteaekstragokil.com](http://www.fruiteaekstragokil.com)

# the tvc script

**1.**

[pertandingan basket 3on3.  
tim jago vs tim gokil.  
tim gokil hampir kalah dan kemudian  
menang dengan saling menggendong teman  
untuk memasukkan bola.  
menggambarkan kalo bersatu  
lebih seru dan menang.]  
diakhir iklan mengajak untuk log in ke web.

**2.**

[cheereleader yang mau melakukan  
lompat dan naik ke atas tubuh  
temannya namun gagal.  
Lalu punya ide untuk meminta anak cowok  
jadi pompom boys untuk melempar  
dan jadi tumpuan cheerleader  
yang berbadan kecil.  
Bersama-sama, lebih seru buat seru-seruan.]  
diakhir iklan mengajak untuk log in ke web.

[tvc yang menggambarkan kalau  
lebih gokil saat bisa mewujudkan  
mimpi bersama]

**3.**

# intergrated social media campaign

## facebook

akun fanpage di facebook. digunakan untuk memberi informasi tentang fruittea ekstra gokil juga berinteraksi secara langsung dengan audiens untuk menjawab pertanyaan serta update terus perkembangan program. semua aktivitas diarahkan untuk mengajak target audiens log in ke web [www.fruitteaekstragokil.com](http://www.fruitteaekstragokil.com)

Di FB dibikin kuis "Segokil apa sih lo?". Isinya pertanyaan2 lucu yang dengan pilihan jawaban yang gokil seperti pada tv2 fruittea sebelumnya.

## twitter

akun twitter di sini fungsinya hampir sama dengan facebook. namun twitter akan lebih secara khusus mengupdate info terbaru lebih aktual serta memberikan tema obrolan menarik yang berganti-ganti menggunakan hastag (#) di twitter.

## kaskus

di kaskus kita tidak perlu membuat akun sendiri. cukup dengan membuat seorang yang sudah berstatus tinggi "kaskus addict" untuk membuat thread tentang fruittea ekstra gokil dan web [www.fruitteaekstragokil.com](http://www.fruitteaekstragokil.com) dengan akunnya.

penyebaran lewat thread kaskus sangatlah efektif melihat lalu lintas pengunjung kaskus yang demikian banyak setiap harinya. issue mudah berkembang di sini dan aktivitas share juga sangat tinggi diantara sesama anggota.



Please confirm your account — a confirmation message was sent to [fruitteakstragokil@yahoo.com](mailto:fruitteakstragokil@yahoo.com)

Until you confirm, you will have limited access to certain features on Twitter. [Learn more](#)

[Resend confirmation](#) - [Change email address \(Settings\)](#)

What's happening?

140

Tweet



**fruitteakstra**

0 tweets

19

0

0

[following](#) · [followers](#) · [listed](#)

[Twitter-for-BlackBerry](#)

n. The Twitter branded app for BlackBerry.

Home



**simonpegg** And now for Vauxhauil. Running late though if I don't ace 3000 words today I will punch my balls off.

41 minutes ago via TweetDeck



**simonpegg** Aaahhh Camden. Where the streets are paved with hair extensions.

about 2 hours ago via TweetDeck



**snoopdogg** Chuuch RT @MTVJams: @snoopdogg still going all day tomorrow..just padded it with some early love

about 3 hours ago via Echofon



**snoopdogg** RT @MTVJams: @snoopdogg yeah we early since a version showed up on the web...you know we have to be fresh when it comes to Big Snoop Dogg!

about 3 hours ago via Echofon



**snoopdogg** who watchn MTV Jams right now?!?!? people telln me that tree just premiered.. that true??

about 4 hours ago via web



**online** Live at American Idol: Who Needs Simon? We Have the

Home

[@fruitteakstra](#)

[Direct Messages](#)

0

[Favorites](#)

[Retweets](#)

Search



Lists

Lists are timelines you build yourself, consisting of friends, family, co-workers, sports teams, you name it.

[New list](#)

Trending Topics

[#NowPlaying](#)

[#youknowursexgood](#)

[#ihatequotes](#)

[#theresnothinglike](#)

**BARU**  
**Kemasan**

FACEBOOK

The screenshot shows a Facebook profile for 'Fruittea Elstragkil'. The profile picture is a bottle of 'Fruit Tea' with the text 'BARU! Khasiat Baru! Manfaat Kesehatan'. The profile information includes: Sex: Male, Current City: Semarang, Indonesia, Birthday: April 13, 1988, Hometown: Semarang, Indonesia, Interested In: Women, Men, Looking For: Friendship & Relationship, Networking, and Email: fruitteaelstragkil@yahoo.com. The right sidebar contains advertisements for 'Gather, Treasure Hunters', 'WAR on Facebook', and 'Say Hi to Barbie'. At the bottom, there is a privacy notice: 'Basic information, such as your Name and Friend List, is always available to everyone, including Applications. That other profile info is visible to everyone, but sensitive info is only visible to friends. Learn more'.

KASKUS THREAD

The screenshot shows a forum thread on Kaskus. At the top, there are statistics: 'TOTAL POSTS: 126,686,846' and 'TOTAL MEMBERS: 4,586,008'. The thread title is 'Ayo dukung Kaskus sebagai Greatest Brand of the Decade dari The Marketeers'. The post content includes the text 'Ayo dukung Kaskus sebagai Greatest Brand of the Decade dari The Marketeers' and a 'GREATEST BRAND AT THE ENCLAVE 2010' award logo. The thread is on page 1 of 101, with a timestamp of '12-04-2010 09:47 PM' and a user ID of '978070'.



# Digital Marketing

## **banner**

digital marketing di sini yang pertama dimaksudkan untuk memasang banner fruittea ekstra gokil yang bertautan dengan web [www.fruitteaekstragokil.com](http://www.fruitteaekstragokil.com) jika ada yang mengkliknya. Banner akan di pasang di web social media : facebook, kaskus dan beberapa web atau blog terkenal lain seperti : blog radityadika, indowebster.

## **viral video**

untuk menciptakan atmosfer ekstra gokil di dunia maya terlebih dahulu dibuat viral video yang disebar di youtube dan kaskus. video ini akan terdiri dari beberapa video (yang terlihat amatir) yang berisi anak-anak ekskul sma yang mencoba berinovasi dengan gaya "gokil" mereka sendiri. video ini untuk memacu anak-anak sma lain untuk ikut di fruittea ekstra gokil sekaligus memberikan gambaran pada mereka video seperti apa yang harus mereka buat untuk program ini. vido ini juga akan di upload di web sebagai pancingan.

## **Ads on twit**

bekerja sama dengan artis tang aktif di twitter dan mempunyai banyak follower untuk mentwit tentang Fruittea Ekstra Gokil dan mengajak mereka untuk mengunjungi web dan ikutan programnya.  
artist : radityadika , sherina munaf.

# Activation Program

## Fruitea After School extra!!

adalah sebuah program activation dan event yang bertujuan mengajak secara langsung ekstrakurikuler yang ada di sekolah itu untuk mengikuti program Fruitea Ekstra Gokil. dinamakan After School Extra, karena event ini berlangsung setelah kegiatan sekolah usai atau weekend, dengan format pensi sma.

## who

bekerja sama dengan radio lokal (Prambors Network) dan pengurus OSIS dari sma tersebut. kita mewadahi ekskul-ekskul dari sma-sma tersebut untuk unjuk kebolehan mereka di sini. dengan acara penutup adalah local artis yang terkenal di masing-masing kota semisal : the trees and the wild (jakarta), Endah N Resha (Bandung), Wiwiek N Friend (Semarang).

Saat activation, band maupun performers yang tampil diberikan minum fruittea ekstra gokil dipanggung dan diminta untuk meminum fruittea tersebut di sela2 perform mereka dan memberi testimony positif setelah minum seperti "wiih, seger euy!" atau "Aaaahh, minum fruittea jadi seger lagi.. siap buat seru-seruan lagi??!!" .

## where

diadakan di 5 kota besar indonesia dan masing-masing kota di selenggarakan 4 kali di sekolah-sekolah yang terbaik di kotanya.

## **sales**

event ini seluruhnya dibiayai oleh fruittea sehingga tidak ada minuman produk lain yang masuk dalam event ini. dengan branding dan Direct Selling on event, maka penjualan fruittea ekstra gokil pun akan naik di masing-masing event.

# Running Event

dimulai dari bulan Juli s/d November.

setiap bulana, ctivation akan berlangsung di satu kota.

## Surabaya

minggu 1 : sma n 5  
minggu 2 : sma n 1  
minggu 3 : sma n 11  
minggu 4 : sma DU 2

## Bandung

minggu 1 : sma taruna bakti  
minggu 2 : krida nusantara  
minggu 3 : sma n 3  
minggu 4 : sma n 5

## Jogja

minggu 1 : sma n 1  
minngu 2 : sma n 3  
minggu 3 : sma n 8  
minggu 4 : sma n 6

## Jakarta

minggu 1 : sma 82  
minggu 2 : sma 8  
minggu 3 : sma 34  
minggu 4 : sma 28

## Semarang

minggu 1 : sma n 3  
minggu 2 : sma n 1  
minggu 3 : sma n 5  
minggu 4 : sma loyola

Budget:

alokasi budget untuk tiap kota  
/ 4 sma adalah 200 jt.

total budget activation do 5 kota:  
Rp 1 milyar.

# Awarding night for Ekskul tergokil

setelah terpilih juara dari masing-masing sekolah, maka akan dipilih ekstra paling gokil versi fruittea.

ini menjadi acara puncak dimana seluruh juara dari masing-masing sekolah dikumpulkan dalam satu acara dan yang terbaik dari mereka dianugerahi penghargaan.

**when**

pada bulan desember.

**why**

ikatan emosional antar target dengan fruittea akan menjadi lebih kuat.

direct selling di acara pun juga sangat mendukung.

setelah itu tvc pun berganti menjadi seri yang tanpa mengajak untuk masuk ke web.

# radio commercial

iklan di radio dalam bentuk spot radio dan adlips.

## **spot radio**

dimulai sejak launching tvc fruittea ekstra gokil untuk mengkomunikasikan varian baru fruittea dengan kemasan 1 L.

## **adlips**

pesan-pesan yang disampaikan langsung oleh penyiar radio dalam programnya. bertujuan untuk mengkomunikasikan program di web [www.fruitteaekstragokil.com](http://www.fruitteaekstragokil.com) dan activation event Fruittea After School Extra untuk mengajak pendengar radio mengikuti program-program tersebut.

## **when**

spot maupun adlips dipasang pada jam-jam efektif target serta acara dengan rating tertinggi.

# Radio program

## fruittea ekstra gokil radio program

sebuah program radio yang mengajak teman-teman perwakilan ekstra kurikuler dari sekolah-sekolah ternama di kota tersebut untuk bercerita dan sharing tentang kegiatan dan prestasi mereka.

dari sini juga diundang salah satu ekskul yang sudah mengikuti dan register di program [fruitteaekstragokil.com](http://fruitteaekstragokil.com) dan bercerita cita-citanya untuk memenangkan program ini dan membawa ekskul atau clubnya menjadi lebih baik.

program ini juga sebagai awal atau bagian dari activation event yang di selenggarakan di masing-masing sekolah agar animo dan atmosfer Fruittea ekstra gokil di masing-masing sekolah semakin terasa.

# print Ads

iklan cetak atau printAds, berfungsi juga untuk mengkomunikasikan 2 hal :  
launch Fruittea Ekstra Gokil 1 L dan [www.fruitteaekstragokil.com](http://www.fruitteaekstragokil.com)

sesuai dengan behaviour target dalam mengkonsumsi media  
maka printAds akan fokus tayang di  
majalah remaja & hobi, koran edisi muda  
dan sebagai poster di masing-masing kota khususnya sekolah.

## **media-media cetak:**

Go Girl

Hai

Cinemagz

Chord

Rollingstone

kompas muda

Cosmo Girl

Olga

Suave

suara merdeka muda









**BARU !!**

**Kemasan 1 Liter**

**EKSTRA  
GOKIL**

**lebih seru  
buat seru-seruan**

**print Ads**

# unconventional media

diperlukan juga media-media yang berinteraksi langsung  
dan juga senyawa dengan value Fruittea ekstra gokil  
agar awareness dan keterikatan brand dengan target audience semakin erat.

## meja kursi payung fruittea



media ini mendukung dan memfasilitasi anak-anak sma untuk berkumpul, ngobrol, dan melakukan kegiatan apa pun yang mereka sukai. dengan begini, fruittea akan menjadi top of mind minuman pada target saat mereka melakukan kegiatan2 tersebut.



# sofa fruittea



meletakkan sofa berbentuk kaleng fruittea di bioskop-bioskop yang sering mereka kunjungi. sembari mereka menunggu antrian tiket, mereka dapat membeli fruittea dari vending machine fruittea dan duduk ngobrol seru di sofa ini. kita memfasilitasi kebersamaan, karena fruittea ekstra gokil memangporsi untuk dibagi.

# Schools and cafeteria relationship

## Paket Ekstra Gokil

Paket Ekstra Gokil merupakan salah satu program yang diusung oleh team marketing Fruittea untuk menjalin kerjasama secara berkesinambungan dengan kantin-kantin di SMU. Bentuk kerjasamanya adalah dengan menciptakan paket makan siang yang dikawinkan dengan varian Fruittea kemasan botol.

Kita tahu kantin di sekolah, khususnya bagi anak SMU tidak hanya dijadikan tempat makan ketika waktu istirahat. Namun kantin sudah dijadikan tempat nongkrong dan ajang bersosialisasi yang lebih mendalam ( tempat curhat ). Oleh karena itu untuk lebih mendekatkan diri dengan target audiensnya, maka Fruittea juga melakukan kerjasama dengan kantin sekolah dengan menciptakan " Paket Ekstra Gokil ", yang merupakan paket makan siang dengan Fruittea didalamnya. Contohnya: Nasi rames & Fruittea : Rp. 5.000,- namun harga tersebut ditentukan antara kesepakatan pihak kantin dan Fruittea.

Menu yang ditawarkan tergantung kantin sekolah tersebut menyediakan menu makan siang. Dengan harga terjangkau menyesuaikan kantong anak-anak SMU di sekolah tersebut \*menyesuaikan purchasing habit \*, program " Paket Ekstra" ini dijadikan menu andalan dari kantin tersebut dan tidak ada menu yang terpisah selain " Paket Ekstra Gokil ".

## **Paket Ekstra Gokil**

Keuntungan bagi pihak Fruittea adalah apabila program ini diterapkan di SMA-SMU di seluruh Indonesia, maka penjualan Fruittea akan mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut dikarenakan mau tidak mau, murid-murid SMU dipaksa untuk membeli Fruittea dengan paket makan siang favoritnya.

Keuntungan bagi penjual khususnya kantin sekolah pun ada disini. Logikanya, dibandingkan menjual es teh dalam gelas, menjual Fruittea tentunya bisa memberikan keuntungan yang lebih besar. Karena satu gelas es teh hanya bisa dijual Rp. 1000,- namun dengan menjual Fruittea bisa mencapai angka Rp.2000,- keatas dengan harga pokok Fruittea yang ada di dibawah angka Rp.1000,-. Keuntungan lain yang bisa didapatkan adalah dengan memfasilitasi kantin sekolah dengan pembagian taplak meja, tempat sendok garpu, tempat tissue, dll yang dibranding oleh Fruittea.

# Vending Machine as a POP



Setelah semua kegiatan komunikasi, diperlukan juga effort di point of purchasing. di lapangan, fruittea selalu berhadapan dengan banyak kompetitor dan audiens tentu mempunyai lebih banyak pilihan yang bisa jadi akhirnya tidak membeli fruittea.

dengan membuat vending machine khusus fruittea, maka pilihan audiens di tempat tersebut tinggal lah membeli produk fruittea saja.



# Vending Machine as a POP

## placement

sekolah

di sini lah tempat TA utama kita.

kantin sekolah yang sering ramai membuat murid-murid harus mengantre untuk membeli minuman. dengan menaruh vending machine sendiri, murid-murid yang malas mengantre bisa lebih bebas membeli fruittea.

mall and movie theater

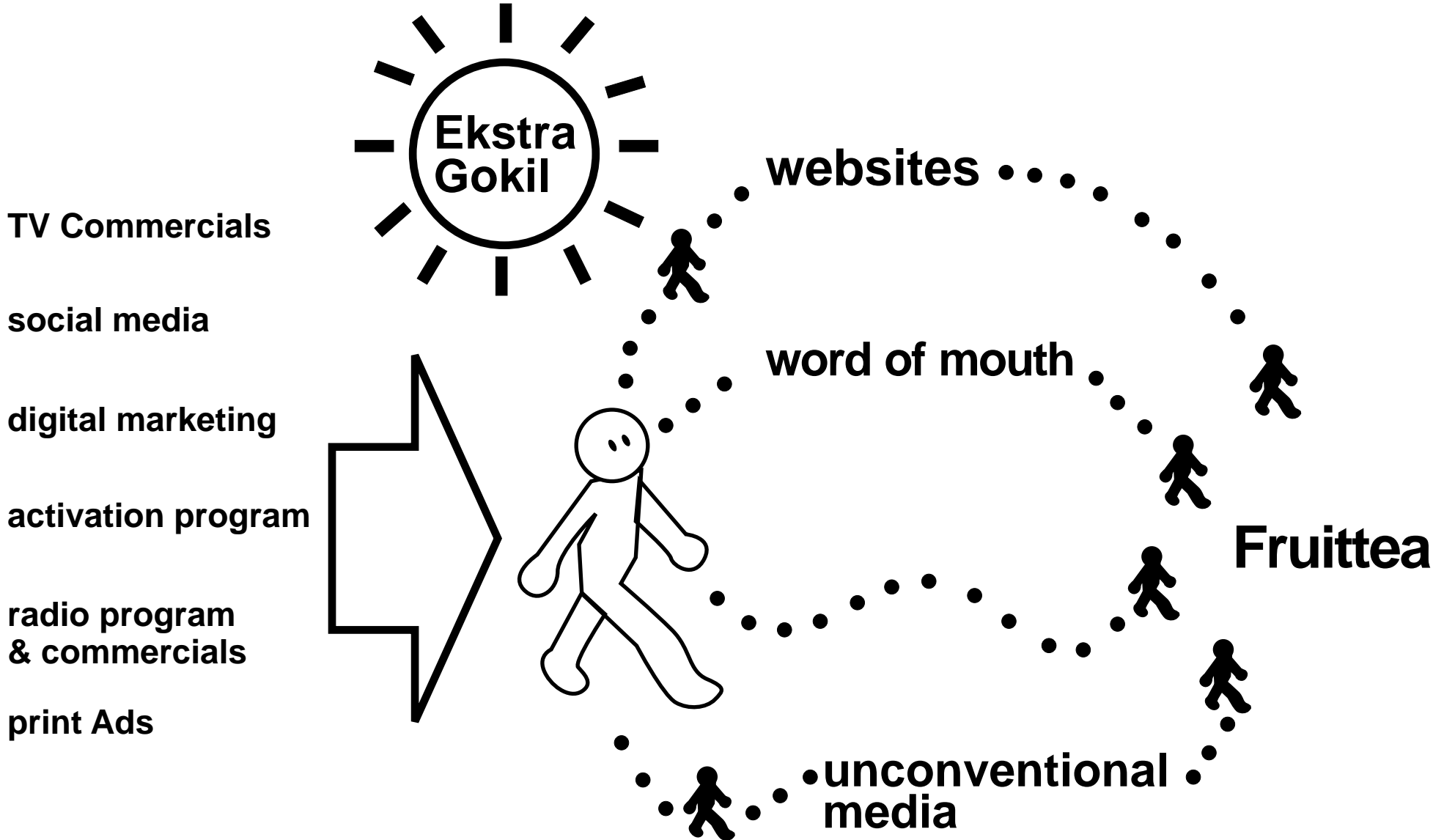
ini adalah tempat favorit mereka saat weekend.

dan di sini pula tidak hanya Remaja tapi seluruh orang berpotensi untuk lebih mudah membeli fruittea.

Shelter Bus (BRT and Busway)

beberapa dari mereka sangat sering menggunakan alat transportasi satu ini. saat menunggu bus adalah saat yang tepat untuk menyodorkan fruittea kepada mereka.

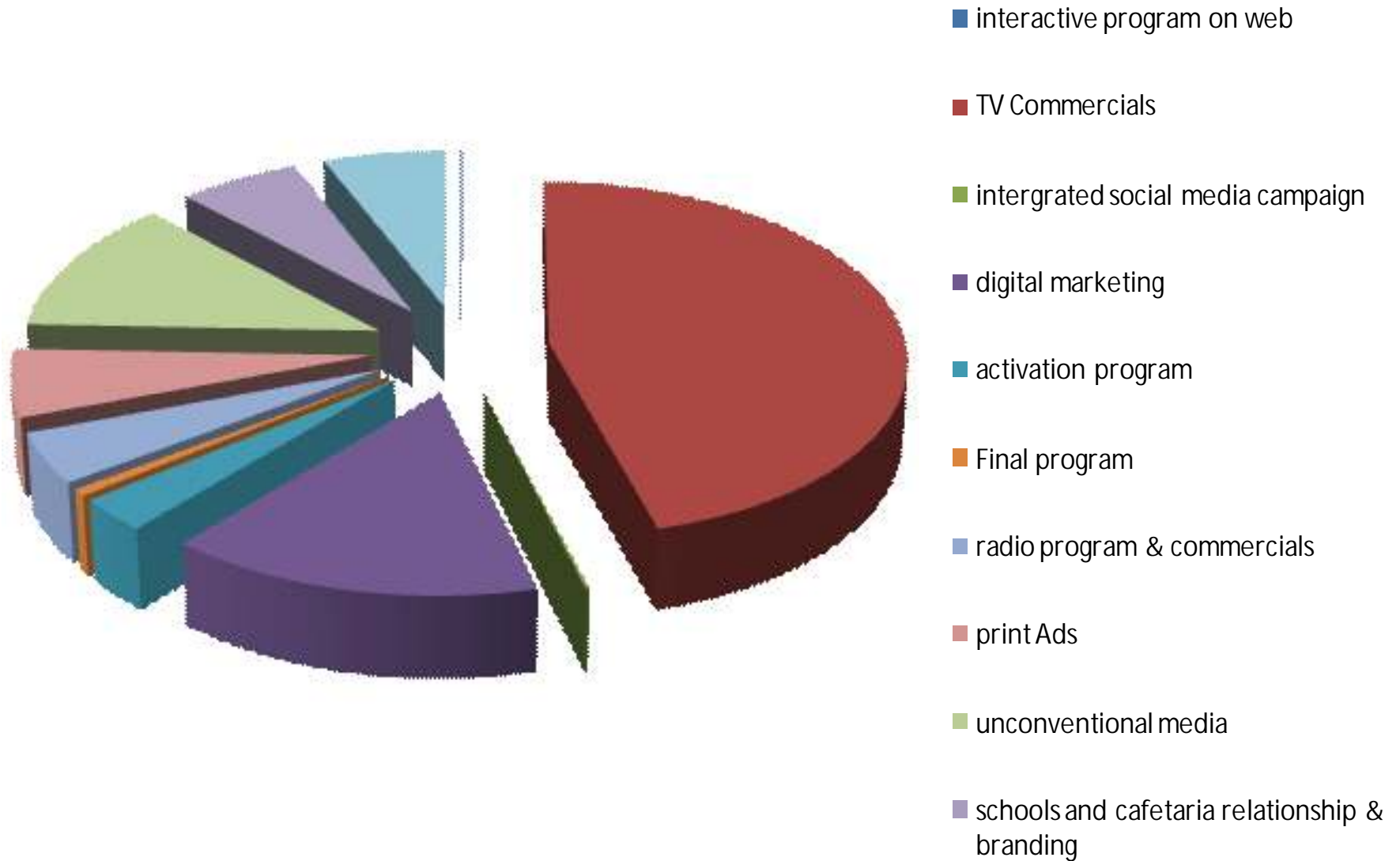
# The Scenario for moving the target



# TIMELINE CAMPAIGN

strategy	april	mei	juni	juli	agust	sept	okto	nove	des	janua	febr
Websites	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Social media	●	●	●	●	●	●	●	●	●		
Digital marketing		●	●	●	●	●	●	●			
TVC 1,2			●	●	●	●	●	●			
radio spot			●	●	●	●	●	●			
print Ads			●	●	●	●	●	●			
unconventiona / outdoor			●	●	●	●	●	●	●	●	●
vending machine				●	●	●	●	●	●	●	●
activation program				●	●	●	●	●			
adlips radio				●	●	●	●	●			
radio program				●	●	●	●	●			
paket ekstra gokil				●	●	●	●	●	●	●	●
Final ekstra gokil program									●		
TVC 3									●	●	●

# Budgeting



spend media terbanyak masih di tvc yang lebih dari 40 %

# Spend dalam rupiah (ribuan)

interactive program on web	25,000
TV Commercials	15,000,000
intergrated social media campaign	50,000
digital marketing	5,000,000
activation program	1,000,000
Final program	200,000
radio program & commercials	1,500,000
print Ads	2,000,000
unconventional media	4,000,000
schools and cafetaria relationship & branding	2,000,000
vending machine as a POP	2,000,000
	32,775,000

\*asumsi kasar dalam budgeting media

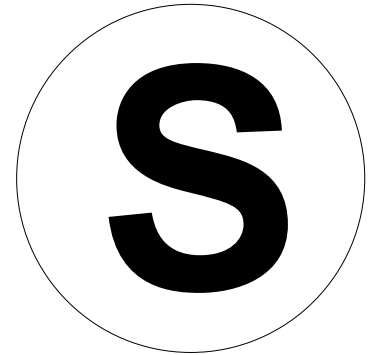
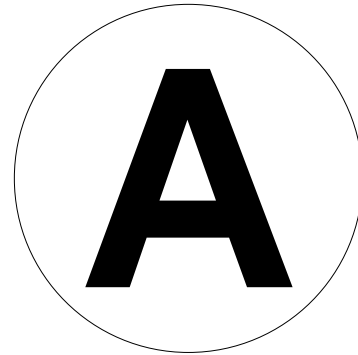
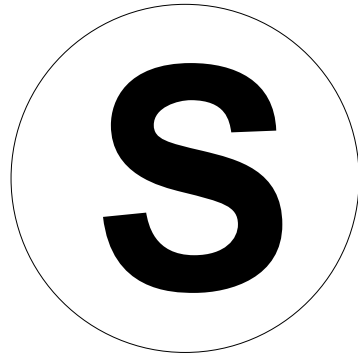
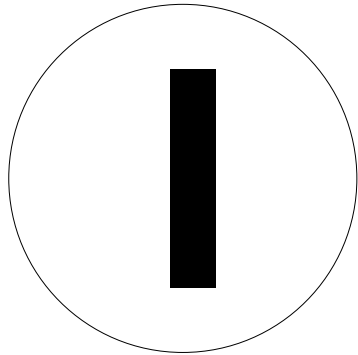
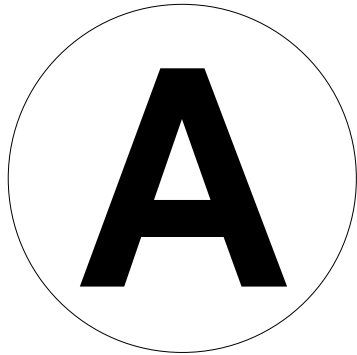
**Attention**

**Interest**

**search**

**action**

**share**



**TVC**

**websites**

**facebook**

**facebook**

**social media**

**digital marketing**

**kaskus**

**vending machine**

**social media**

**activation**

**twitter**

**activation**

**kaskus**

**radio**

**schools and  
cafeteria relationship**

**mobile ads**

**print Ads**

**twitter**

**unconventional**

**websites**

**now it's time to imagine**

**imagine how the students  
work hard for their dream...  
with fruittea...**



**imagine that the first thing that  
the ekskul remember  
when they reach their goal...  
is fruittea...**

**Imagine all the people..  
sharing their Fruittea..  
happily.**



since we are number two, we try harder.