BRAND DEVELOPMENT

Align

Produk Anda Bagus, Kompetitor Juga. Jadi Apa Pembeda Anda?

Apa alasan konsumen harus memilih dan loyal Anda?

MARKET INSIGHT / POSITIONING / BRAND SYSTEM / GO-TO-MARKET



alignthebrand.id

Clarity Before Creativity. Alignment Before Growth.

BUSINESS TENSION

Di tengah ramainya kompetisi, harga jadi paling mudah dibandingkan.

Produk bagus belum tentu dipilih. Brand harus punya positioning kuat agar konsumen memilihnya, bukan sekadar karena harga.

PROMO & DISKON

Mudah memicu transaksi. Belum tentu menjadi pilihan utama.

KOMPETITOR

Pembeli membandingkan banyak alternatif serupa dalam hitungan detik.

MARGIN

Value yang tidak jelas membuat perang harga semakin dominan,

DIAGNOSIS / ROOT CAUSE

Temukan akar masalah Anda, baru pilih solusinya.

Diagnosis lebih dulu. Hindari mengubah hal yang sudah berjalan baik.

PRODUK Kualitas, fitur, product-market fit

BIAYA COGS, komisi, logistik, pajak

BRAND Pembeda, positioning, pesan, klaim

CHANNEL Stok, distribusi, ketersediaan

PERTANYAAN UTAMA

Keputusan yang harus disepakati.

01

SIAPA?

Pembeli utama dan situasi kebutuhannya.

02

LAWAN SIAPA?

Alternatif yang benar-benar dipertimbangkan.

03

KENAPA KITA?

Nilai yang relevan, berbeda, dan nyata.

04

BUKTINYA?

Klaim yang bisa diperiksa dan dipercaya.

METHODOLOGY / 5 STAGES

5 tahap menuju keputusan yang sejalan.

Setiap tahap akan memiliki output guideline yang jelas.

01	02	03	04	05
UNDERSTAND	**DIFFERENTIATE**	**ALIGN**	**ACTIVATE**	**EVALUATE**
Masalah & peluang	Alasan dipilih	Arah bersama	Terapkan	Uji hasil

INPUTS / EVIDENCE

Bahan riset untuk pengambilan keputusan.

Data belum lengkap? Manfaatkan informasi publik sebagai bahan riset.

CUSTOMER	Interview, feedback, kebutuhan, hambatan
PRODUCT	Fitur, kualitas, manfaat, bukti klaim
CATEGORY	Ukuran peluang, tren, perilaku dan konteks
BUSINESS	Tujuan, SKU, harga, channel, sales feedback
COMPETITOR	Pilihan alternatif, pesan, harga, value

CONTOH POSITIONING

Menyelaraskan dan menjalankan Positioning adalah wajib. Bukan slogan.

CONTOH PESAN GENERIK

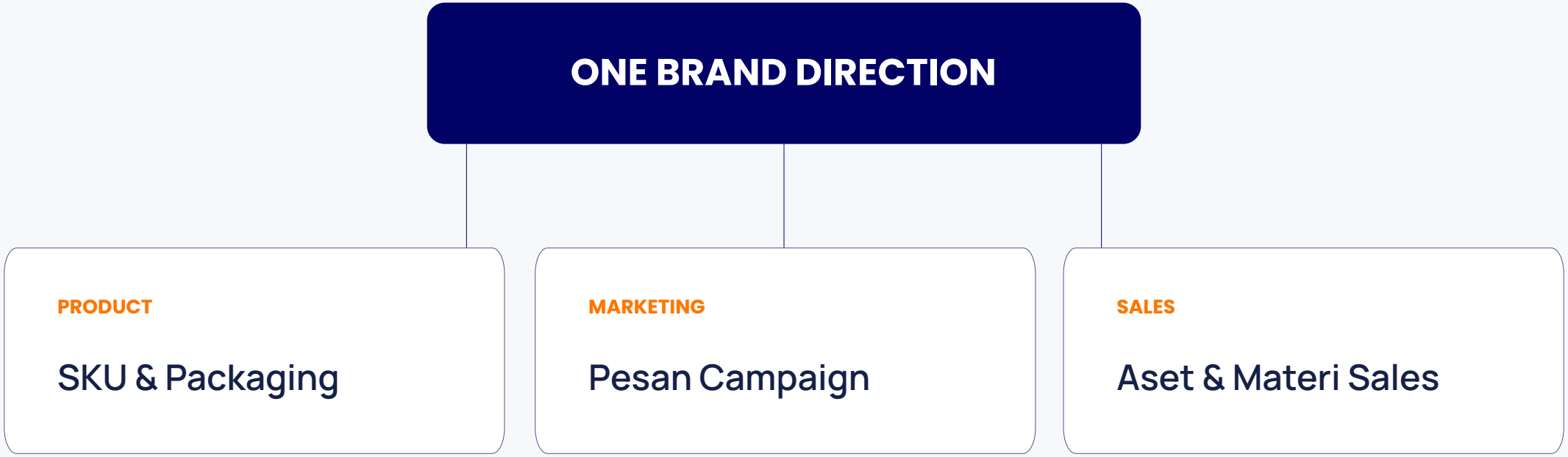
"Vitamin mata terbaik untuk semua!"

CONTOH POSITIONING

"Vitamin mata praktis untuk generasi era digital!"

THE BRAND INTEGRATED SYSTEM

Satu arah untuk seluruh tim.



ALIGNMENT

Brand governance tetap bisa memberikan kebebasan kreatif.

Yang bisa fleksibel

Storytelling, format sosmed, bahasa, hook, durasi medium kreator, kebutuhan komersial.

Yang harus konsisten

Positioning, key messages, manfaat, bukti, aset brand, aturan klaim dan creative guideline.

DELIVERABLES

Output yang bisa dihasilkan.

01	Customer & Competitor Map
02	Positioning & Value Proposition
03	Brand DNA / Architecture
04	Messaging & Claimed Matrix
05	Brandbook & Packaging Direction
06	GTM & Creative Guideline

SERVICE FIT

Kapan Brand Development dibutuhkan?

Brand / SKU baru

Belum ada arah pasar, target, dan janji produk yang disepakati.

Sulit dibedakan dengan kompetitor

Value ada, tetapi alasan memilih dan buktinya belum kuat.

Scale / repositioning

Perubahan pasar, portofolio, target, atau penawaran mengaburkan posisi.

BRAND DEVELOPMENT

Align

Brand baru? Produk baru? Atau perlu arah yang lebih jelas?

Mulai dari sini!



alignthebrand.id

Clarity Before Creativity. Alignment Before Growth.