

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi yang layak untuk meningkatkan kesadaran merek dan target pasar serta menghasilkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif melalui media sosial untuk membantu meluncurkan layanan pertama mereka di Belanda. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan meningkatkan traffic sosial media CatSwoppr. Untuk menghasilkan strategi yang yang sesuai dan efektif, diperlukan informasi yang lengkap dan komprehensif. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek dan meningkatkan traffic sosial media CatSwoppr. Untuk menghasilkan strategi yang yang sesuai dan efektif, diperlukan informasi yang lengkap dan komprehensif. Penulis juga mengumpulkan hasil penelitian dan jurnal dari berbagai sumber yang sudah tersedia sebelumnya, yang meliputi mengenai kucing di Eropa dan sosial media di Belanda.

Berdasarkan hasil analisis, sebagian besar audience atau target market CatSwoppr saat ini berada di Belanda khususnya yang berada di Amsterdam, Utrecht, Haarlem, Rotterdam, dan The Hague dengan usia rata-rata antara 25-34 tahun, diikuti oleh berbagai negara Eropa lainnya dan negara di asia.

Selain itu, penelitian ini juga menghasilkan strategi pemasaran yang diharapkan efektif dengan mencoba berkomunikasi dengan target pasar melalui media sosial dan website. Pada bagian rekomendasi, penulis juga memaparkan strategi dan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh CatSwoppr untuk memaksimalkan penggunaan media sosial dan website sebagai platform untuk pemasaran.

Kata Kunci: media sosial, strategi, pemasaran, kesadaran merek, platform