

Pedoman Observasi Manajemen Pemasaran dengan Konsep 7P

1. Produk (Product)

- a. Bagaimana sekolah mengelola dan mengembangkan program pendidikan untuk peserta didik?
- b. Apakah terdapat inovasi atau peningkatan dalam penyediaan layanan pendidikan di SD MUMTAZ?

2. Harga (Price)

- a. Bagaimana sekolah menentukan biaya pendidikan dan kegiatan ekstrakurikuler?
- b. Apakah terdapat kebijakan diskon atau beasiswa untuk meningkatkan aksesibilitas?

3. Tempat (Place)

- a. Bagaimana infrastruktur fisik dan online mendukung kehadiran sekolah di masyarakat?

4. Promosi (Promotion)

- a. Apa saja strategi promosi yang digunakan sekolah untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap layanan dan programnya?
- b. Bagaimana sekolah memanfaatkan media konvensional dan digital dalam promosi?

5. Orang (People)

- a. Bagaimana interaksi antara staf, guru, siswa, dan orangtua memengaruhi citra sekolah?
- b. Apakah terdapat pelatihan atau orientasi khusus untuk staf dan guru dalam memahami dan mendukung strategi pemasaran sekolah?

6. Proses (Process)

- a. Bagaimana proses pengembangan peserta didik dan implementasinya?
- b. Apakah ada evaluasi dan penyesuaian terhadap proses pemasaran sekolah berdasarkan umpan balik dan perkembangan tren?

7. Bukti Fisik (Physical Evidence)

- a. Bagaimana sekolah menciptakan bukti fisik atau visual yang mendukung citra dan identitas merek sekolah?
- b. Apakah infrastruktur sekolah dan lingkungan fisiknya memberikan kesan positif kepada calon siswa dan orangtua?

8. Apa saja faktor pendukung dalam menentukan Strategi Marketing SD MUMTAZ

9. Apa saja faktor penghambat dalam menentukan Strategi Marketing SD MUMTAZ