

PARTNERSHIP VALUE WITH DIGITAL MARKETING

Aulya Mustaqimah
Digital Marketer UT



KENALAN DENGAN DIGITAL MARKETING



VS



Traditional Marketing

Digital marketing adalah cara baru untuk melakukan promosi atau penjualan produk/services melalui online.

Digital Marketing mulai populer di Indonesia sejak e-commerce tumbuh di tahun 2013.

KENAPA

DIGITAL MARKETING PENTING?

Digital Marketing vs

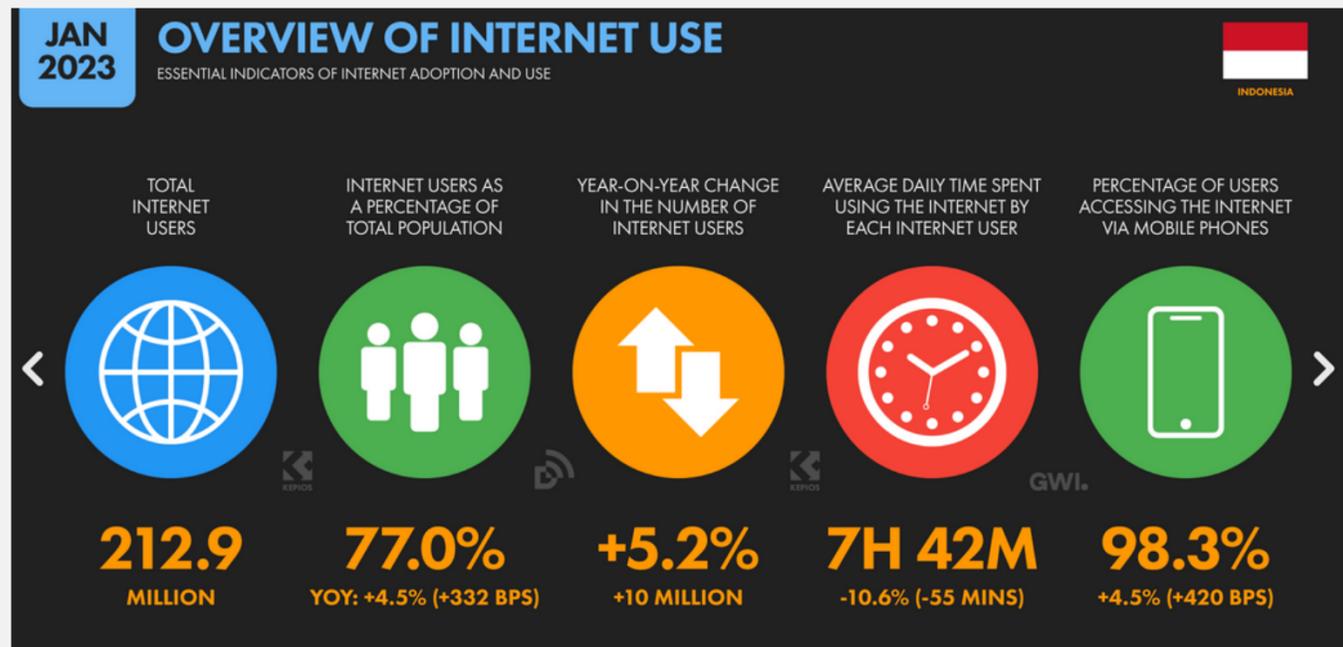
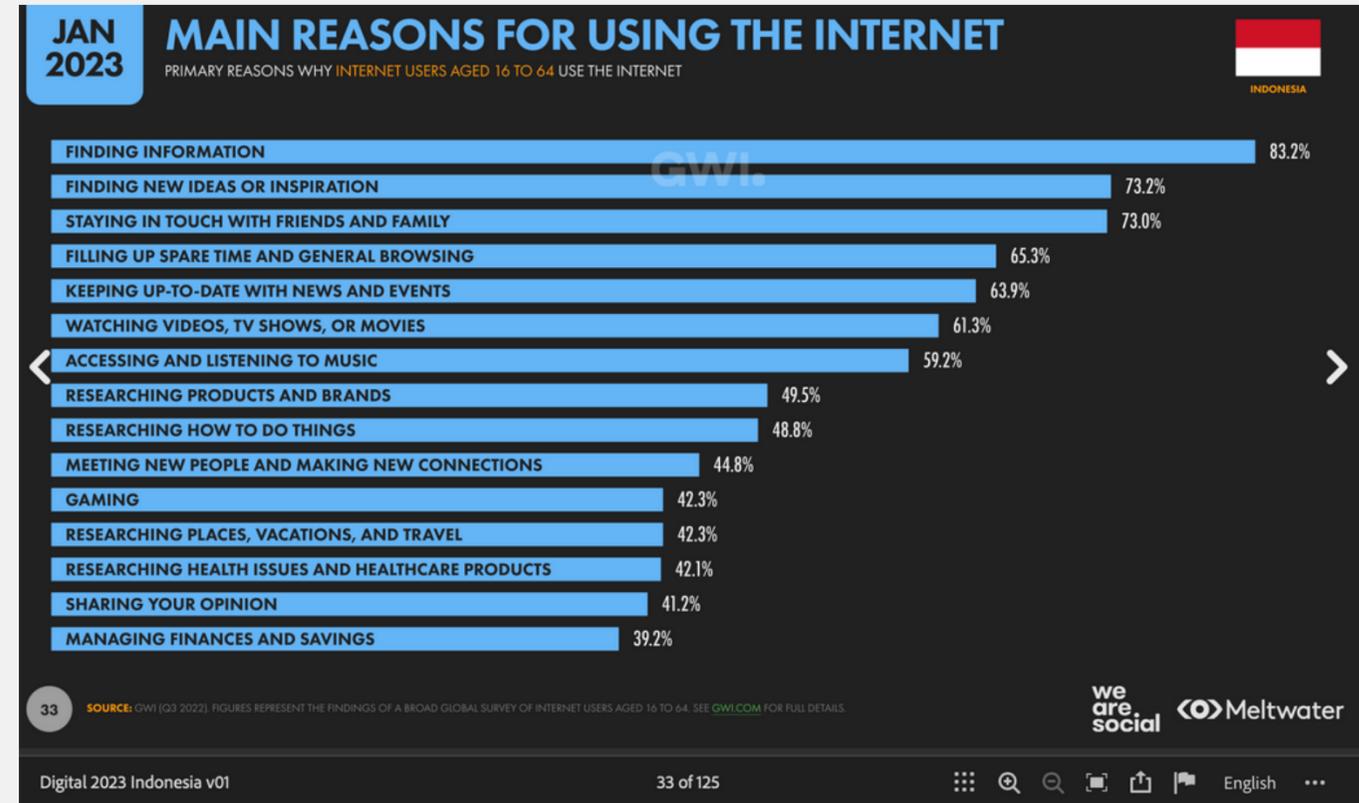
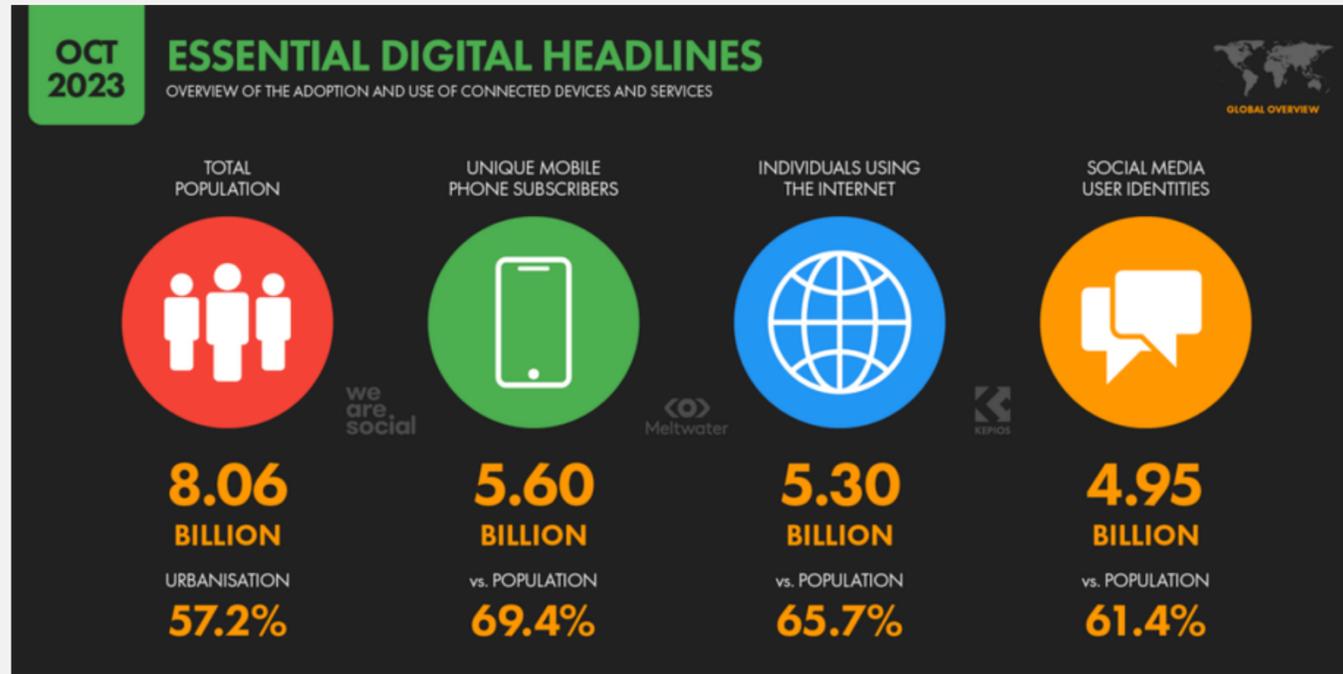
- cost-effective
- jangkauan yang luas
- sesuai target audiens
- dapat terukur
- interaktif

Traditional Marketing

- expensive
- jangkauan terbatas
- global marketing
- tidak dapat terukur
- komunikasi satu arah

KENAPA

DIGITAL MARKETING PENTING?



Pengguna smartphone dan internet meningkat terus setiap tahunnya. Hal ini tentu akan mempengaruhi perubahan perilaku.

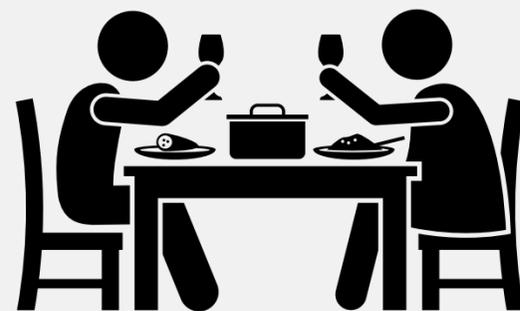
KENAPA

DIGITAL MARKETING PENTING?

Pandemi Covid-19 telah mengubah perilaku konsumen. Banyak perubahan terjadi yang berdampak pada penurunan transaksi offline karena konsumen banyak menghabiskan waktu di online dan lebih memilih berbelanja online juga.

-80%

pengurangan transaksi
makan di tempat



40%

peningkatan penggunaan
media sosial

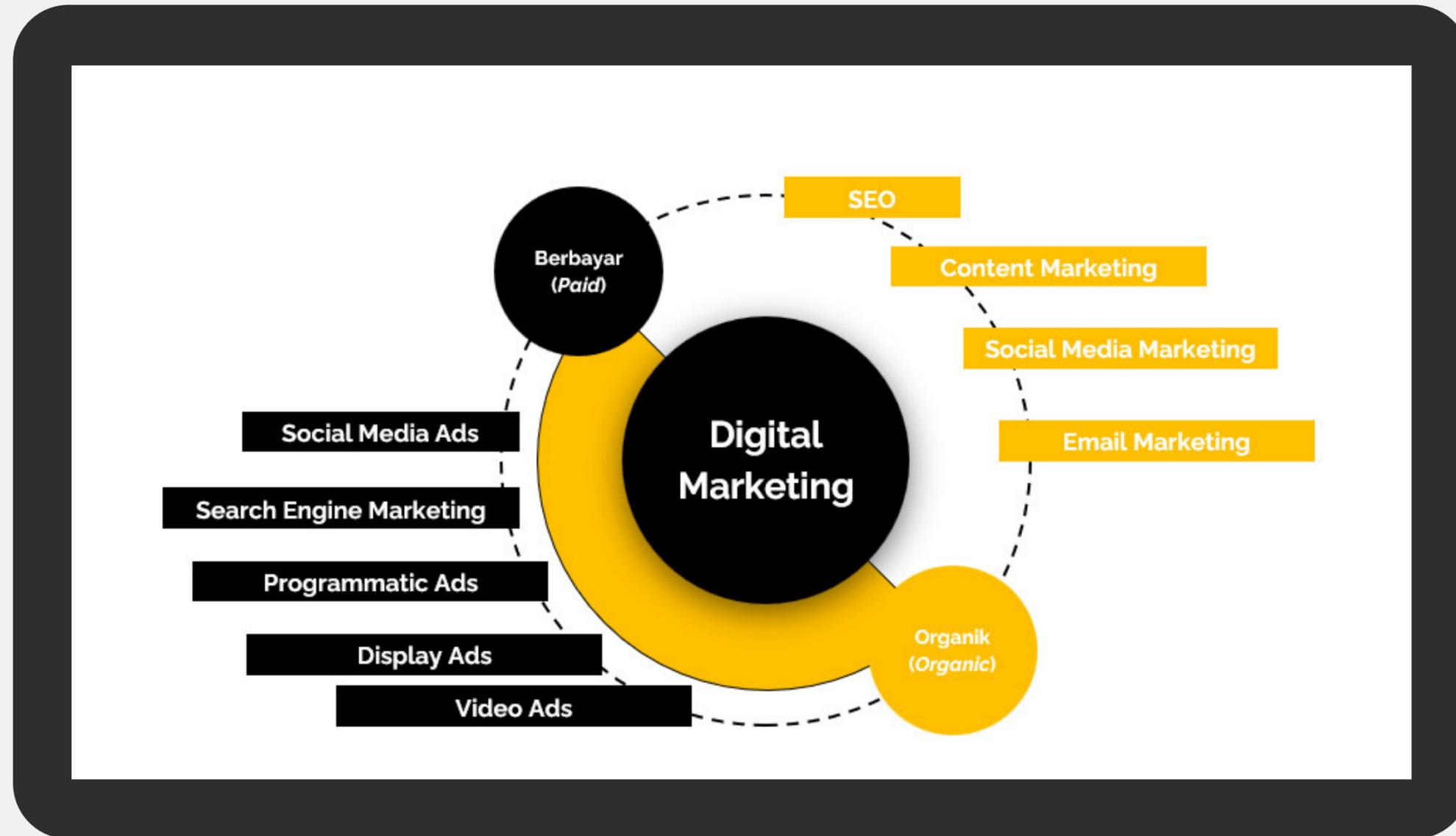


JADI...PAHAM KAN KENAPA

DIGITAL MARKETING PENTING?

untuk meningkatkan **awareness**
mengambil lebih banyak **demands**
mengambil lebih banyak **sales**

GIMANA CARA MELAKUKAN DIGITAL MARKETING?

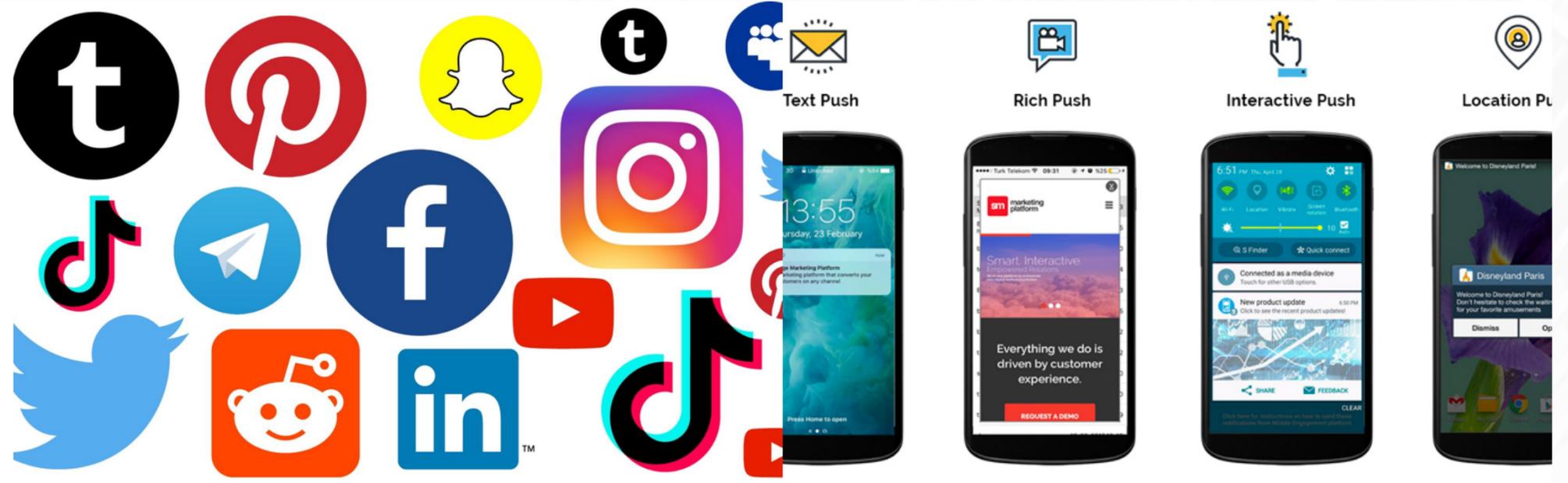
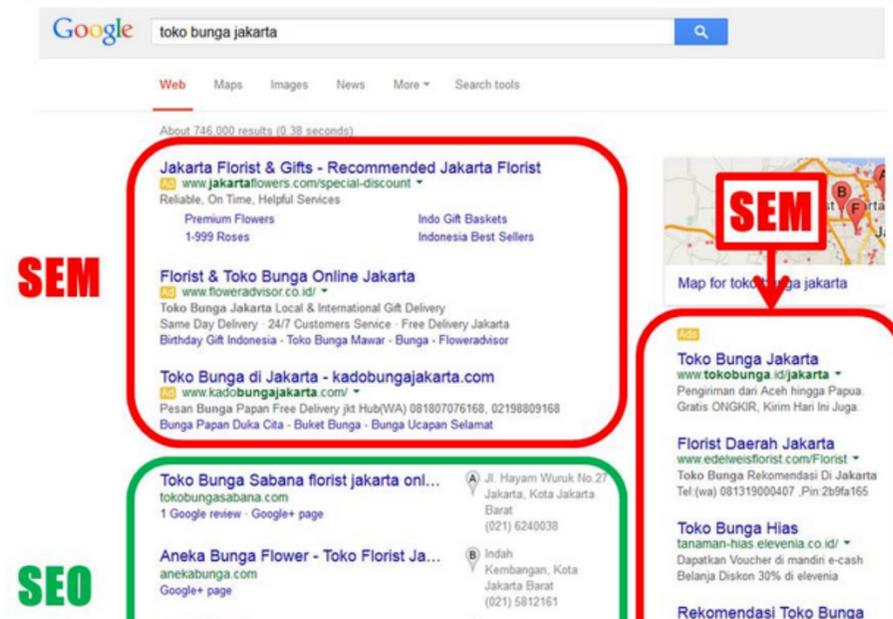


Semua kampanye atau cara pemasarannya melalui digital channel.

- Bisa berbayar -> paid marketing
- Bisa gratis -> organic marketing

Semua digital channel dapat membantu dalam proses pemasaran jika sesuai dengan target audiens•• yang kita tuju.

PILIH CHANNEL YANG SESUAI



Google SEO & SEM

SEO (Search Engine Optimization)

proses peningkatan kualitas dan kuantitas traffic situs web ke halaman web dari mesin pencari.

SEM (Search Engine Marketing)

suatu bentuk pemasaran Internet yang melibatkan promosi situs web dengan meningkatkan visibilitasnya di halaman hasil mesin pencari terutama melalui iklan berbayar

Media Sosial

jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022 - meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya.

Setiap media sosial memiliki fitur ads untuk memberikan fasilitas bagi user yang mau menggunakan paid ads.

CRM Tools

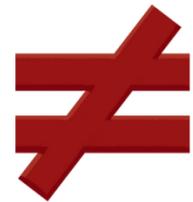
Customer Relation Management tools biasanya digunakan di aplikasi atau website untuk meningkatkan engagement atau revenue dari app atau web tersebut.

Pilihan channelnya lebih banyak dan terintegrasi dengan backend yang ada di app atau web.
Contoh channel: push notif, pop up, email, web push, dll.

and many more.....

PERTAMA KALI

MEMBANGUN DIGITAL MARKETING DI UT



AstraDigital



**Digital marketing itu ilmu yang sangat dinamis,
antara satu perusahaan dengan yang lain
formulanya berbeda**

MAU MULAI

DIGITAL MARKETING DARIMANA?



Terjemahkan Masalah
Menjadi Tujuan dan Bentuk
Kampanye



Rancang Strategi dan
Media Plan



Jalankan, Monitor, dan
Optimisasi kampanye yang
dilakukan



Laporan dan Pembelajaran

RANCANG

STRATEGI & MEDIA PLAN

Targeting

Tentukan target audiensnya, walaupun targetnya luas, bisa dipilah menjadi mikro segment

creative

Main message dari campaign. Perhatikan konten.
Content is a king!

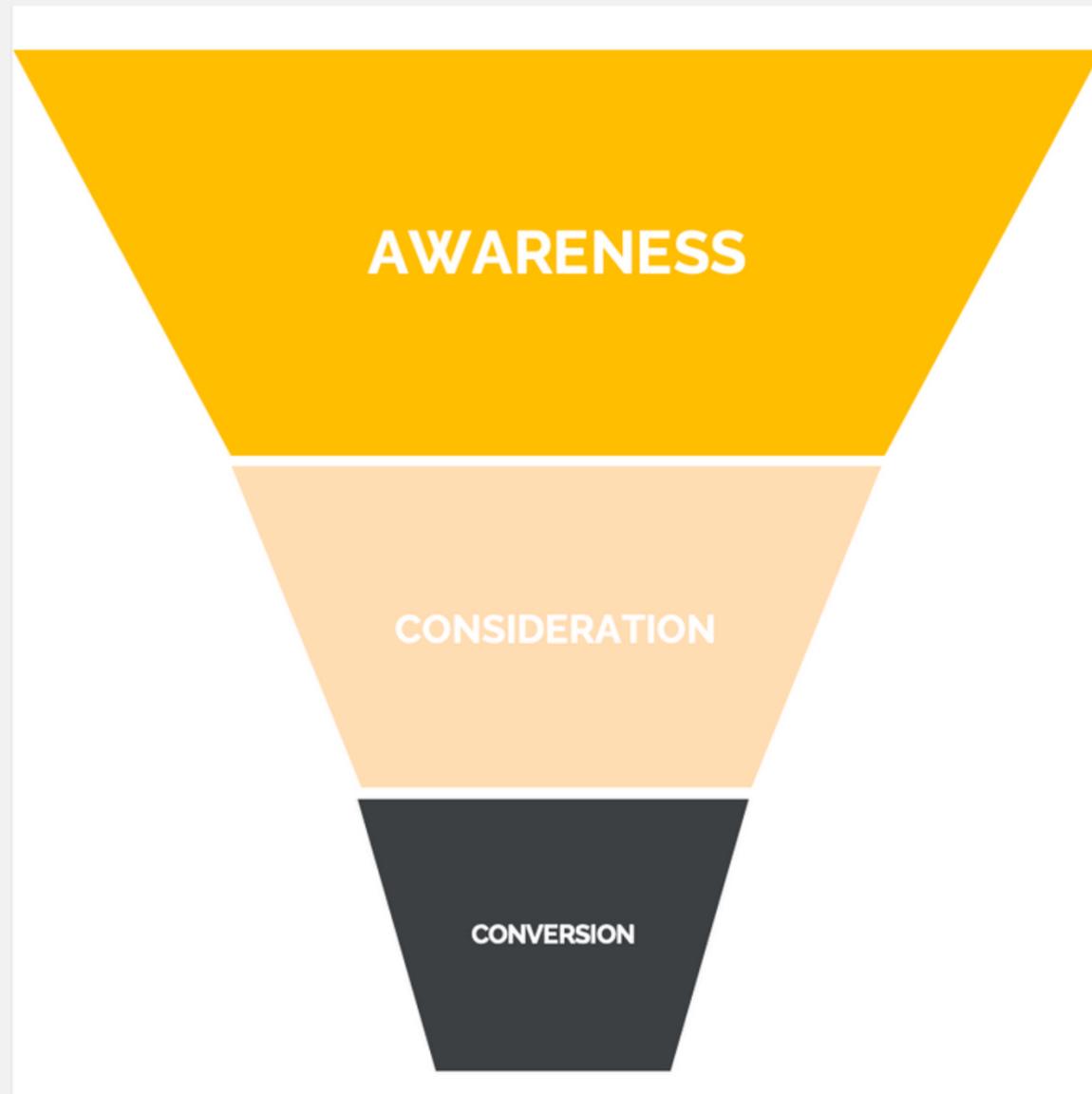
budgeting

tentukan budget untuk setiap campaign

Tracking

lacak dan evaluasi hasil setiap campaign

TARGETING & MARKETING FUNNEL



- orang yang berada di sekitar tempat usaha
- orang yang follow/visit/beli di kompetitor
- orang yang punya interest di produk sejenis

Tapi tidak pernah visit/follow

- orang yang pernah terpapar iklan saya
- orang yang follow/visit
- orang yang mirip dengan customersaya

Tapi tidak pernah beli

- regular customer
yang harus dijaga agar tetap beli

SOCIAL MEDIA

ENHANCEMENT

60% dari total populasi di Indonesia memiliki social media dengan dominasi umur 18-34 tahun.

Bukankah audiens yang kamu cari ada disini?

SOCIAL MEDIA ENHANCEMENT

"Content is a king,
data is a queen"

- pesan yang tepat di waktu yang tepat
- relevansi pesan iklan dengan halaman / page yang dituju



KUNCI

DIGITAL MARKETING

**TIDAK ADA TEKNIK YANG PATEN DALAM DUNIA DIGITAL MARKETING,
YANG PASTI HARUS DILAKUKAN ADALAH**

KYC

KNOW YOUR CUSTOMER

MEMBANGUN DIGITAL MARKETING

DI YKBUT

- ✔ **A/B TESTING**
- ✔ **MEMBUAT LIBRARY DAN ANALISA**
- ✔ **TEMUKAN FORMULA YANG TEPAT**

THE BEAUTY OF DIGITAL MARKETING IS MEASUREMENT

✔ ORGANIC - EMAIL MARKETING

$$\text{Email Click-Through Rate} = \frac{\text{Number of Clicks}}{\text{Number of Delivered Emails}} \times 100$$

$$\text{Email Open Rate} = \frac{\text{Emails Opened}}{\text{Emails Sent} - \text{Bounced Emails}} \times 100$$


✔ ORGANIC - CRM TOOLS

Click, impression, viewed, session, etc.

✔ ORGANIC - SOCIAL MEDIA

Click, share, retweet, comment, likes, subscribe, etc.

THE BEAUTY OF DIGITAL MARKETING IS MEASUREMENT



PAID - ADS

Basic metrics

- reach : jumlah user yang terpapar iklan
- impression : berapa kali iklan tersebut dilihat
- views : pengukuran khusus untuk video
- click : jumlah klik link yang ditampilkan

Buying type ads

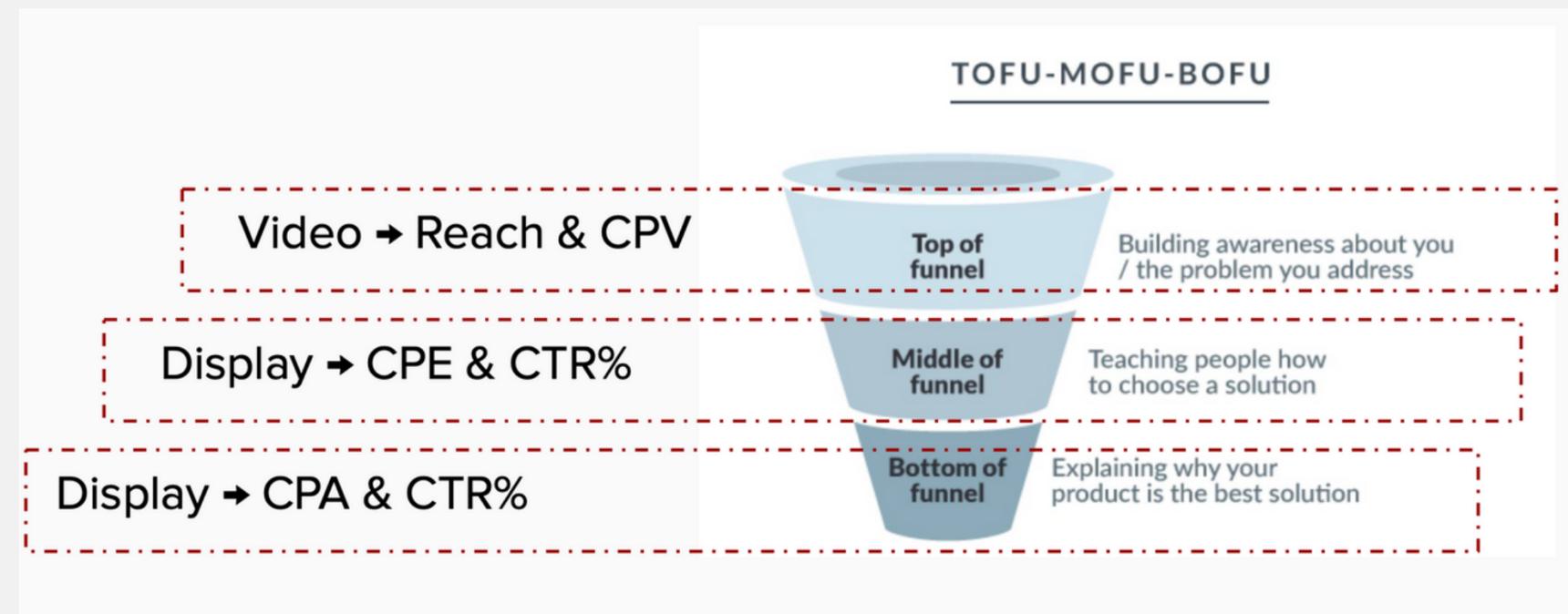
CPC (Cost per click) : jumlah biaya dibagi jumlah klik

Creative Performance

CTR % : jumlah klik dibagi dengan jumlah impression

Other Metrics Performance

- CPA (Cost per acquisition) : membayar tindakan tertentu dari user
- CPV (Cost per View) : total biaya dibagi dengan total view (3 detik)
- CPE (cost per engagement) : membayar saat ada interaksi user dengan iklan



THE BEAUTY OF DIGITAL MARKETING IS **MEASUREMENT**

✔ **PEMBELAJARAN**

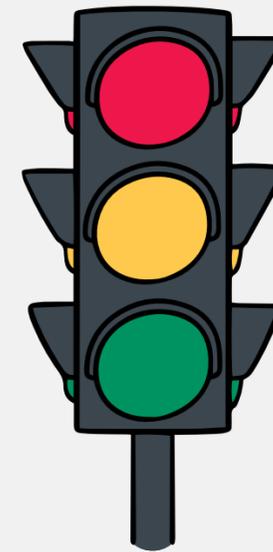
apa yang dipelajari dari setiap kampanye yang dijalankan? Yang mana yang berhasil dan yang gagal?

✔ **INSIGHT**

Hasil evaluasi dari masing-masing targeting & creative, optimal range budget, peningkatan bisnis

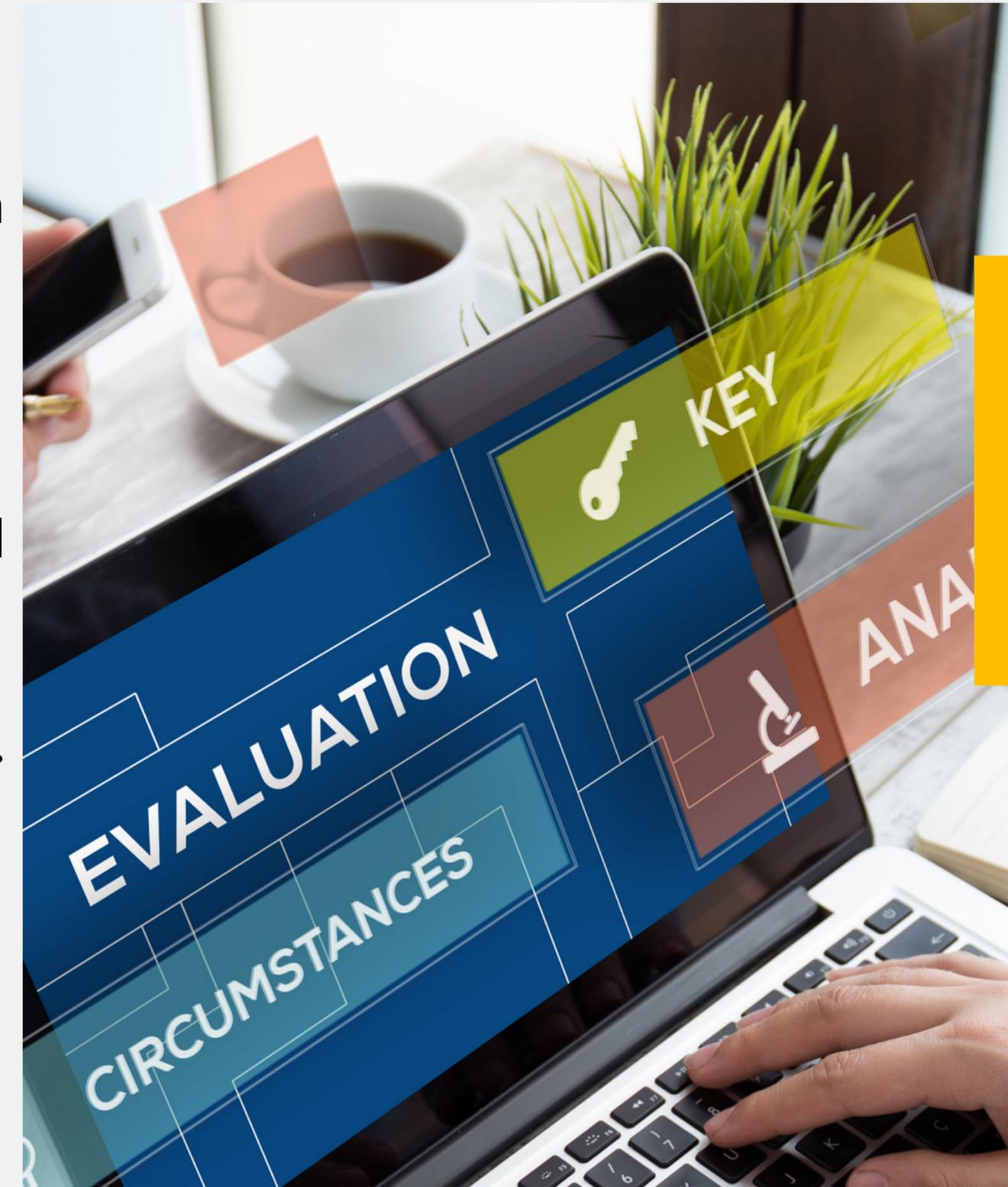
✔ **IMPLIKASI**

Perencanaan campaign selanjutnya, lakukan a/b testing secara berulang, misal : coba interest targeting lain, coba menampilkan konten dengan bahasa yang informal, coba menampilkan gambar produk saja



PADA AKHIRNYA KAMU HARUS INGAT

- ✔ Apa objektif dari campaign yang kamu lakukan melalui digital marketing?
- ✔ Metrics apa yang sesuai dengan objektif tersebut?
- ✔ Bagaimana hasilnya? Apakah ada yang berhasil dan gagal? Kenapa itu terjadi?
- ✔ Jika gagal, evaluasi dan lakukan pembelajaran. Jika berhasil, lanjutkan.





**THANK
YOU!**

