

Bisnis Digital

Nama : Nurta Wulandari

NPM : 2113046009

Tugas pribadi :

Ringkas Pisan Yang Ingin disampaikan dari video diatas.

Iwan Setiawan

Memahami Digital Marketing Secara Sederhana

Secara umum :

Content Marketing $\Rightarrow$ Membuat, mengkurasi, mendistribusikan, mengamplifikasi ^{content} content

E-Commerce $\Rightarrow$ Proses jual beli / memfasilitasi transaksi di ^{proses jual beli} kanal digital.

• Content Marketing

Sebuah proses dalam memanfaatkan sebuah pesan atau konten untuk mempromosikan / mengomunikasikan produk dan layanan yang kita miliki.

Platform :

1. Search $\rightarrow$ Google : Ciri $\rightarrow$ menjawab pertanyaan audiens
 $\rightarrow$ Yt $\rightarrow$ bersifat user driven
 $\rightarrow$ durasi lebih panjang (ditari)
2. Sosial Media $\rightarrow$ fb (Meta) : Ciri $\rightarrow$ meningkatkan emotion
 $\rightarrow$ 19 $\rightarrow$ atribut brand driven
 $\rightarrow$ durasi pendek $\rightarrow$ 5 detik - 1 menit
 $\rightarrow$ Tik-Tok



☐ E-Commerc (Aspek Transaksi) komunikasi

☐ Pesan komunikasi tidak hanya membangun merek /
☐ membuat branding, namun akhirnya bertujuan penjualan.

☐ Pengelompokan E-commerce

☐ 1. Market Place → B2C : brand? besar menarget Consumer

☐ jadi bisnis to Consumer

☐ → C2C : Consumer to Consumer

☐ brand? (UKM) menarget audiens consumer

☐ Pendekatan:

☐ 2. Direct-to-Consumer : brand? besar yang tidak mau

☐ mau masuk ke dalam Market Place.

☐ penjualan produk yg dimiliki

☐ perusahaan mereka di kanal website

☐ sendiri. Secara langsung kepada konsumen

☐ • focus on the online shops

☐ 3. Sosial Commerce : Berjualan melalui Sosial Media

☐ • Conversational Commerce : Berjualan melalui aplikasi chat

☐ 4. Livestream Commers : Berjualan secara Online dengan

☐ menunjukkan karakteristik dari produknya

☐ pada saat live, sehingga konsumen

☐ yg melihat secara langsung atau live

☐ bisa langsung membeli produk

☐ tsb dari seller.

☐ • focus on the Interactions

☐ Tantangan : Contrasting stats

☐ 1. Internet user 202 juta penduduk Indonesia / pengguna internet

☐ 87 % dari 202 juta sudah berjualan online shopper

☐ 2. E-Commerce 5-10 % hari ini karena masih banyak berjualan

☐ secara konvensional.

☐ Mencari informasi atau standing marketing

☐ Televisi sekitar 60%

☐ Digital Marketing spending 20-25%

☐ Tantangan lainnya :

☐ 1. Too Many distraction Online

☐ 2. $\rightarrow$ Yang diingat diskon / promosi (perception attached to discount).

☐ Hal ini berdampak pada digital Marketing / E-Commers

☐ Yang dianggap pembelian pada saat diskon / promo saja.

☐ 3. Logistic Costs (Mahal di Ind)