

Risty Ayu Amellya
2113046038

No.:

Date.:

Digital Marketing dibagi menjadi 2 bagian besar yaitu content marketing (Pesan yang disampaikan) dan E-commerce (Proses jual beli).

Content marketing terdiri dari membuat, menguasai, mendistribusikan dan mengaplikasikan. Sedangkan E-commerce Proses jual beli atau proses memfasilitasi transaksi di kanal digital.

Content Marketing adalah sebuah proses kerja dalam memanfaatkan sebuah pesan atau konten untuk mempromosikan atau mengomunikasikan produk dan layanan yang kita miliki. Dua Platform besar yang digunakan content marketing yaitu Platform Search (Google dan Youtube), dan Platform Social (Facebook, Instagram, TikTok).

Karakter dua Platform tersebut tujuannya menjawab pertanyaan yang muncul dibenak audiens.

Perbedaan kedua Platform tersebut terdapat pada sifat Platform tersebut.

Platform Search berisi konten lebih detail dan timeless
Sedangkan Sosial kontennya lebih pendek (byte size).
Itu berkisar 5 detik - 1 menit. dan mengikuti trend

E-commerce

1. Market Place, Sifatnya B2C

Sebuah Platform kemudian brand-brand besar menarget konsumen jadi bisnis to Consumer

No.:

Date.:

Marketplace, Great C2C. (Business to Consumer)

Pendekatan dalam ~~market~~ place E-commerce

- ★ A. Direct to consumer (Platform sendiri)
- B. Social Commerce (Instagram, TikTok)
- C. Conversation Commerce (Wa, Line)
- D. Livestream Commerce (live display)

2 tantangan ketika ingin melakukan Content Marketing dan E-commerce.

- dua jenis statistik yang sangat kontradiktif
- a. E-commerce 5-10% to total retail.
 - b. digital marketing spending 20-25%
- Internet user
Online Shopper

Hurdles

Too many distraction online (banyak konten yang menjangkau)

Perception attached to discount (Pembelian diskon, promo)

Logistic costs still very high (logistic cost masih sangat mahal)