

Nama : Meli Safira
Npm : 2113046043
Materi : Pemasaran Digital
Kelas : SA

LIKA LIKU DIGITAL TRANSFORMATION

- Digitalisasi suatu yang kompleks atau necessary evil. yang dimaksud dengan necessary evil adalah kita mempunyai pilihan yaitu pilihan pertama kita rugi dan pilihan kedua pun kita rugi. namun, pilihan pertama kerugiannya lebih sedikit. hal tersebut yang disebut necessary evil yaitu kita akan memiliki kerugian yang paling sedikit.
- Digitalisasi di retail dan finance
Indonesia e-commerce represents ~ 5-10% berbeda di China ~ 20-25%. hal ini disebabkan karakteristiknya. misalnya di Indonesia lebih banyak membeli online bila ada diskon dan di Indonesia lebih banyak mereview sales dari pada produk yang dibeli. Dapat disimpulkan dari retail dan finance sudah mulai masuk ke kanal digitalisasi namun masih enggan untuk sepenuhnya hati mengeluarkan budget besar di kanal digitalisasi dari pada tradisional.
- Telco → menekan pendapatan sendiri
 - menjual data voice dan sms → profit besar
 - menjual data → profit kecil walaupun menjual data melimpah. hal ini disebabkan belum ada model

Yang menguntungkan untuk perusahaan dan ~~terpangkal~~ dipasar. Perusahaan juga tidak memiliki kapasitas untuk meluaskan pangkalun ketempat terpencil. (penggambaran bahwa digitalisasi seringkali menimbulkan kerugian di keuangan)

- Tech → susah untuk untung diawal tahun berdirinya:
 - Sudah mulai konsolidasi antara dua merger ^{to occur} contoh antara gojek dan tolo pedia menjadi goto.
 - Sedangkan perusahaan kecil banyak yang mengalami ~~tergerus~~ tergerus Pandemi.

• Endgame adalah Omni atau end game dari pemasaran itu adalah kombinasi pemasaran konvensional dengan pemasaran digital.

• Mudah didistribusi oleh digitalisasi

- 1) Consumer banking
- 2) Retail
- 3) Short-distance
- 4) Transportation
- 5) Retail dan ISP

• Sudah didistribusi oleh digitalisasi

- 1) Hospitality
- 2) Hotel