

ISU PEMASARAN YANG SEDANG TREN

(2024)

Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD
UKRIDA

Slide 2: Pengantar

- . Era digital menyebabkan perubahan cepat dalam pemasaran.
- . Buku ini membahas tren pemasaran terkini, strategi praktis, dan studi kasus.

Slide 3: Daftar Isi

1. Pemasaran Digital dan Kecerdasan Buatan
2. Personalisasi
3. Penggunaan Influencer
4. Pemasaran Konten Interaktif
5. Video dan Live Streaming
6. E-commerce dan Sosial Media
7. Kepedulian terhadap Lingkungan dan Sosial
8. Privasi Data dan Regulasi

Slide 3a:

Daftar Isi

- 9. Voice Search Optimization**
- 10. Pengalaman Pelanggan dengan AR/VR**
- 11. Pemasaran Berbasis Data**
- 12. Penggunaan Blockchain dalam Pemasaran**
- 13. Automasi Pemasaran**
- 14. Konten Generasi AI**
- 15. Sustainability Marketing**

Slide 4: Pemasaran Digital dan Kecerdasan Buatan

- . AI digunakan untuk analisis data pelanggan, personalisasi, dan optimasi kampanye.
- . Contoh: Chatbot AI, algoritma pembelajaran mesin untuk penargetan iklan.

Slide 5: Personalisasi

- . Personalisasi meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan.
- . Menggunakan data untuk menciptakan pesan yang sesuai dengan kebutuhan individu.
- . Contoh: Rekomendasi produk Amazon dan personalisasi email.

Slide 6: Penggunaan Influencer

- Influencer marketing populer di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.
- Tantangan: keaslian dan transparansi.
- Strategi: Pemilihan influencer yang tepat, membangun hubungan autentik.

Slide 7: Pemasaran Konten Interaktif

- . Konten interaktif seperti kuis, survei, dan video interaktif meningkatkan keterlibatan.
- . Mengumpulkan data berharga dari interaksi pengguna.
- . Contoh: Kuis BuzzFeed yang sering dibagikan di media sosial.

Slide 8: Video dan Live Streaming

- . Video tetap menjadi format konten dominan.
- . Platform seperti TikTok dan Instagram Reels.
- . Live streaming untuk interaksi real-time, seperti webinar dan sesi tanya jawab.

Slide 9: E-commerce dan Sosial Media

- . Integrasi antara e-commerce dan media sosial.
- . Fitur belanja langsung di Instagram dan Facebook.
- . Meningkatkan konversi penjualan dengan pengalaman belanja yang mulus.

Slide 10: Kepedulian terhadap Lingkungan dan Sosial

- . Konsumen peduli terhadap isu lingkungan dan sosial.
- . Merek yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan mendapatkan lebih banyak perhatian.

Slide 11: Privasi Data dan Regulasi

- . Pentingnya kepatuhan terhadap regulasi seperti GDPR dan CCPA.
- . Konsumen semakin sadar akan penggunaan data mereka.
- . Perusahaan harus menjaga transparansi dalam pengelolaan data.

Slide 12: Voice Search Optimization

- . Meningkatnya penggunaan asisten suara seperti Alexa dan Google Assistant.
- . Optimasi konten untuk pencarian suara.
- . Menggunakan kata kunci yang lebih alami dan percakapan dalam strategi SEO.

Slide 13: Pengalaman Pelanggan dengan AR/VR

- . AR dan VR menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih imersif.
- . Contoh: IKEA menggunakan AR untuk pratinjau produk.

Slide 14: Pemasaran Berbasis Data

- . Menggunakan analisis data untuk keputusan pemasaran yang lebih tepat.
- . Personalisasi yang lebih akurat dan kampanye yang lebih terarah.

Slide 15: Penggunaan Blockchain dalam Pemasaran

- . Blockchain menawarkan transparansi dan keamanan lebih tinggi dalam transaksi digital.**
- . Melacak dan memverifikasi asal usul produk, memastikan keaslian data.**

Slide 16: Automasi Pemasaran

- . Automasi memungkinkan kampanye yang lebih efisien.
- . Alat seperti email marketing automation dan CRM mengotomatisasi tugas rutin.

Slide 17: Konten Generasi AI

- . Penggunaan AI dalam pembuatan konten.
- . Alat seperti GPT-4 untuk menghasilkan teks, artikel, dan konten media sosial.

Slide 18: Sustainability Marketing

- . Pemasaran yang menekankan keberlanjutan semakin penting.
- . Konsumen memilih produk dan merek yang bertanggung jawab secara lingkungan.

Slide 19: Penutup

- . Tren pemasaran terus berkembang seiring dengan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.
- . Pentingnya adaptasi dan inovasi dalam strategi pemasaran.

Algoritma: Serangkaian instruksi atau aturan yang digunakan oleh komputer untuk menyelesaikan masalah atau menjalankan tugas tertentu secara otomatis.

AI (Artificial Intelligence): Teknologi yang memungkinkan mesin untuk meniru kecerdasan manusia, termasuk pembelajaran, penalaran, dan pemecahan masalah.

A/B Testing: Metode pengujian di mana dua versi halaman web atau elemen kampanye pemasaran (A dan B) dibandingkan untuk melihat mana yang lebih efektif dalam mencapai tujuan tertentu.

Alexa: Asisten suara yang dikembangkan oleh Amazon, yang dapat melakukan berbagai tugas berdasarkan perintah suara, seperti memutar musik, menjawab pertanyaan, dan mengontrol perangkat pintar.

Amazon: Perusahaan e-commerce dan teknologi multinasional yang menawarkan berbagai layanan, termasuk penjualan ritel online, komputasi awan, dan perangkat keras elektronik.

Analitik: Proses menganalisis data untuk mendapatkan wawasan yang dapat digunakan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik.

Analisis Prediktif: Penggunaan data, algoritma statistik, dan teknik machine learning untuk mengidentifikasi kemungkinan hasil di masa depan berdasarkan data historis.

Analisis Sentimen: Proses menggunakan pemrosesan bahasa alami (NLP) untuk menentukan sikap, opini, atau emosi dari teks, sering digunakan dalam analisis media sosial untuk memahami sentimen pelanggan.

API (Application Programming Interface): Sekumpulan definisi dan protokol yang memungkinkan perangkat lunak untuk berkomunikasi satu sama lain.

AR (Augmented Reality): Teknologi yang mengoverlay elemen digital seperti gambar, suara, atau teks ke dunia nyata, meningkatkan pengalaman pengguna.

Big Data: Kumpulan data yang sangat besar dan kompleks yang sulit untuk diproses menggunakan teknik dan alat tradisional. Big data digunakan untuk menganalisis tren dan pola untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik.

CCPA (California Consumer Privacy Act): Undang-undang privasi data di California yang memberi konsumen hak untuk mengetahui, mengontrol, dan menghapus data pribadi yang dikumpulkan oleh perusahaan.

Churn Rate: Tingkat pelanggan yang berhenti menggunakan produk atau layanan dalam periode tertentu.

Chatbot: Program komputer yang dirancang untuk mensimulasikan percakapan manusia melalui teks atau suara. Chatbot sering digunakan dalam layanan pelanggan untuk memberikan dukungan otomatis kepada pengguna.

CLV (Customer Lifetime Value): Perkiraan total nilai yang dihasilkan oleh seorang pelanggan sepanjang hubungan mereka dengan perusahaan.

Cloud Computing: Model penyediaan layanan komputasi seperti server, penyimpanan, database, jaringan, perangkat lunak, dan analitik melalui internet (cloud) untuk menawarkan fleksibilitas, skalabilitas, dan penghematan biaya.

CRM (Customer Relationship Management): Sistem atau strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola interaksi dengan pelanggan saat ini dan calon pelanggan, dengan tujuan meningkatkan hubungan bisnis, menjaga loyalitas pelanggan, dan meningkatkan penjualan.

Cross-selling: Teknik pemasaran yang mendorong pelanggan untuk membeli produk atau layanan tambahan yang berhubungan dengan produk atau layanan utama yang sedang dibeli.

CTA (Call to Action): Elemen dalam pemasaran yang mendorong audiens untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk, mendaftar, atau mengunduh sesuatu.

Customer Journey Mapping: Proses visualisasi langkah-langkah yang diambil pelanggan dari awal hingga akhir interaksi mereka dengan perusahaan, untuk memahami pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dashboard: Antarmuka visual yang menampilkan data dan indikator kinerja kunci (KPI) secara real-time, memungkinkan pengguna untuk memonitor kinerja dan membuat keputusan berdasarkan data.

E-commerce: Proses membeli dan menjual barang atau jasa melalui internet.

Einstein Analytics: Alat analitik yang ditawarkan oleh Salesforce yang menggunakan kecerdasan buatan untuk menyediakan wawasan yang dapat ditindaklanjuti berdasarkan data yang dianalisis.

Enkripsi Data: Proses mengubah data menjadi format yang tidak dapat dibaca tanpa kunci dekripsi, dengan tujuan melindungi informasi sensitif dari akses yang tidak sah.

Enkripsi Homomorfik: Teknik enkripsi yang memungkinkan perhitungan dilakukan pada data terenkripsi tanpa mendekripsi data tersebut terlebih dahulu.

ERP (Enterprise Resource Planning): Sistem perangkat lunak yang mengintegrasikan berbagai fungsi bisnis seperti keuangan, sumber daya manusia, produksi, dan layanan untuk meningkatkan efisiensi dan aliran informasi dalam organisasi.

FTC (Federal Trade Commission): Lembaga pemerintah Amerika Serikat yang bertugas melindungi konsumen dan memastikan praktik bisnis yang adil.

Gamifikasi: Penerapan elemen permainan seperti poin, level, dan tantangan dalam konteks non-permainan untuk meningkatkan keterlibatan dan motivasi pengguna.

GDPR (General Data Protection Regulation): Regulasi perlindungan data di Uni Eropa yang memberikan hak kepada individu untuk mengontrol data pribadi mereka dan mewajibkan perusahaan untuk melindungi data tersebut.

Google Ads: Platform periklanan online dari Google yang memungkinkan bisnis menampilkan iklan mereka di halaman hasil pencarian Google dan jaringan iklan Google.

Google Assistant: Asisten virtual berbasis AI yang dikembangkan oleh Google, yang dapat melakukan berbagai tugas berdasarkan perintah suara.

GPT (Generative Pre-trained Transformer): Model bahasa AI yang dikembangkan oleh OpenAI, mampu menghasilkan teks yang mendekati kemampuan manusia.

HubSpot CRM: Platform CRM berbasis cloud yang membantu perusahaan mengelola hubungan pelanggan, penjualan, pemasaran, dan layanan pelanggan dengan lebih efisien.

Influencer: Individu yang memiliki pengaruh signifikan di media sosial atau platform digital lainnya, sering digunakan dalam strategi pemasaran untuk mempromosikan produk atau layanan.

IoT (Internet of Things): Jaringan perangkat fisik yang terhubung melalui internet, yang dapat mengumpulkan dan berbagi data. IoT digunakan untuk meningkatkan otomatisasi dan efisiensi dalam berbagai aplikasi industri dan konsumen.

KPI (Key Performance Indicator): Ukuran kinerja yang digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan organisasi atau individu dalam mencapai tujuan tertentu.

Kata Kunci Long-Tail: Frasa kata kunci yang lebih panjang dan spesifik, yang biasanya memiliki volume pencarian lebih rendah tetapi tingkat konversi yang lebih tinggi.

Live Streaming: Transmisi konten video secara langsung melalui internet, memungkinkan interaksi real-time antara penyiar dan penonton.

Machine Learning: Subset kecerdasan buatan yang memungkinkan sistem komputer untuk belajar dan meningkatkan kinerja dari pengalaman tanpa harus diprogram secara eksplisit.

Marketing Cloud: Platform pemasaran berbasis cloud dari Salesforce yang menyediakan alat untuk otomatisasi pemasaran, analisis data, dan personalisasi kampanye pemasaran.

Microsoft Dynamics 365: Platform manajemen bisnis yang mengintegrasikan aplikasi CRM dan ERP, memungkinkan perusahaan untuk mengelola berbagai aspek bisnis seperti penjualan, layanan pelanggan, keuangan, dan operasi.

Mikro dan Nano Influencer: Influencer dengan jumlah pengikut yang lebih kecil tetapi sering memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dan hubungan yang lebih erat dengan audiens mereka.

MPC (Multi-Party Computation): Teknik kriptografi yang memungkinkan beberapa pihak untuk bekerja sama dalam menghitung fungsi pada input pribadi mereka tanpa mengungkapkan input tersebut satu sama lain.

Niche: Segmen pasar yang spesifik dan terkonsentrasi, seringkali dengan kebutuhan dan preferensi unik yang dapat dilayani oleh produk atau layanan tertentu.

NLP (Natural Language Processing): Bidang kecerdasan buatan yang berfokus pada interaksi antara komputer dan bahasa manusia, termasuk pemahaman, interpretasi, dan menghasilkan bahasa alami.

NPS (Net Promoter Score): Ukuran kesetiaan pelanggan berdasarkan seberapa besar kemungkinan mereka merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

Pipeline Penjualan: Proses atau alur kerja yang menggambarkan langkah-langkah yang harus diambil oleh tim penjualan untuk mengubah prospek menjadi pelanggan.

PIA (Privacy Impact Assessment): Proses untuk mengidentifikasi dan mengurangi risiko privasi yang terkait dengan pengumpulan, penyimpanan, dan penggunaan data pribadi.

POS (Point of Sale): Sistem tempat transaksi penjualan dilakukan, yang mencakup perangkat keras dan perangkat lunak untuk memproses pembayaran dan mencatat transaksi.

Privacy by Design: Pendekatan untuk merancang sistem dan proses dengan mempertimbangkan privasi sejak awal, memastikan bahwa perlindungan data terintegrasi ke dalam setiap tahap pengembangan.

Real-Time: Data atau informasi yang tersedia segera setelah dikumpulkan atau dibuat, memungkinkan respons dan analisis yang cepat.

Rich Snippets: Informasi tambahan yang ditampilkan oleh mesin pencari di hasil pencarian, seperti ulasan, rating, atau detail produk, yang meningkatkan visibilitas dan klik.

ROI (Return on Investment): Ukuran kinerja yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi atau profitabilitas dari suatu investasi.

Sales Cloud: Produk Salesforce yang dirancang untuk mengelola proses penjualan, termasuk manajemen prospek, otomatisasi alur kerja, dan pelaporan kinerja.

Salesforce: Penyedia layanan perangkat lunak berbasis cloud yang terkenal dengan platform CRM-nya, yang membantu perusahaan mengelola hubungan pelanggan dan operasi bisnis.

SAP: Perusahaan perangkat lunak yang menyediakan solusi ERP, CRM, dan SCM untuk membantu perusahaan mengelola berbagai aspek bisnis mereka dengan lebih efisien.

Force Automation): Teknologi yang mengotomatiskan tugas-tugas penjualan rutin seperti manajemen kontak, pelacakan penjualan, dan penjadwalan janji temu, dengan tujuan meningkatkan efisiensi tim penjualan.

Cloud: Produk Salesforce yang dirancang untuk mengelola layanan pelanggan, termasuk manajemen pelanggan, manajemen kasus, dan pelaporan kinerja layanan.

Search Engine Optimization): Proses mengoptimalkan situs web atau konten untuk meningkatkan visibilitas di hasil pencarian mesin pencari.

Scalability: Kemampuan sistem atau jaringan untuk menangani peningkatan beban kerja secara efisien dengan menambahkan sumber daya tambahan.

Force Automation): Teknologi yang mengotomatiskan tugas-tugas penjualan rutin seperti manajemen kontak, pelacakan penjualan, dan penjadwalan janji temu, dengan tujuan meningkatkan efisiensi penjualan.

Siri: Asisten virtual yang dikembangkan oleh Apple, yang dapat melakukan berbagai tugas berdasarkan perintah suara, seperti mengirim pesan, **membuat pengingat**, dan **mencari informasi**.

SFA (Sales Force Automation): Teknologi yang mengotomatiskan tugas-tugas penjualan rutin seperti manajemen kontak, pelacakan penjualan, dan penjadwalan janji temu, dengan tujuan meningkatkan efisiensi tim penjualan.

Trivia: Fakta-fakta menarik atau informasi ringan yang sering digunakan dalam konten pemasaran untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan.

Up-selling: Teknik pemasaran yang mendorong pelanggan untuk membeli versi yang lebih mahal atau fitur tambahan dari produk atau layanan yang sedang dibeli.

VR (Virtual Reality): Teknologi yang menciptakan lingkungan digital yang sepenuhnya imersif di mana pengguna dapat berinteraksi dengan dunia virtual menggunakan perangkat seperti headset VR.

