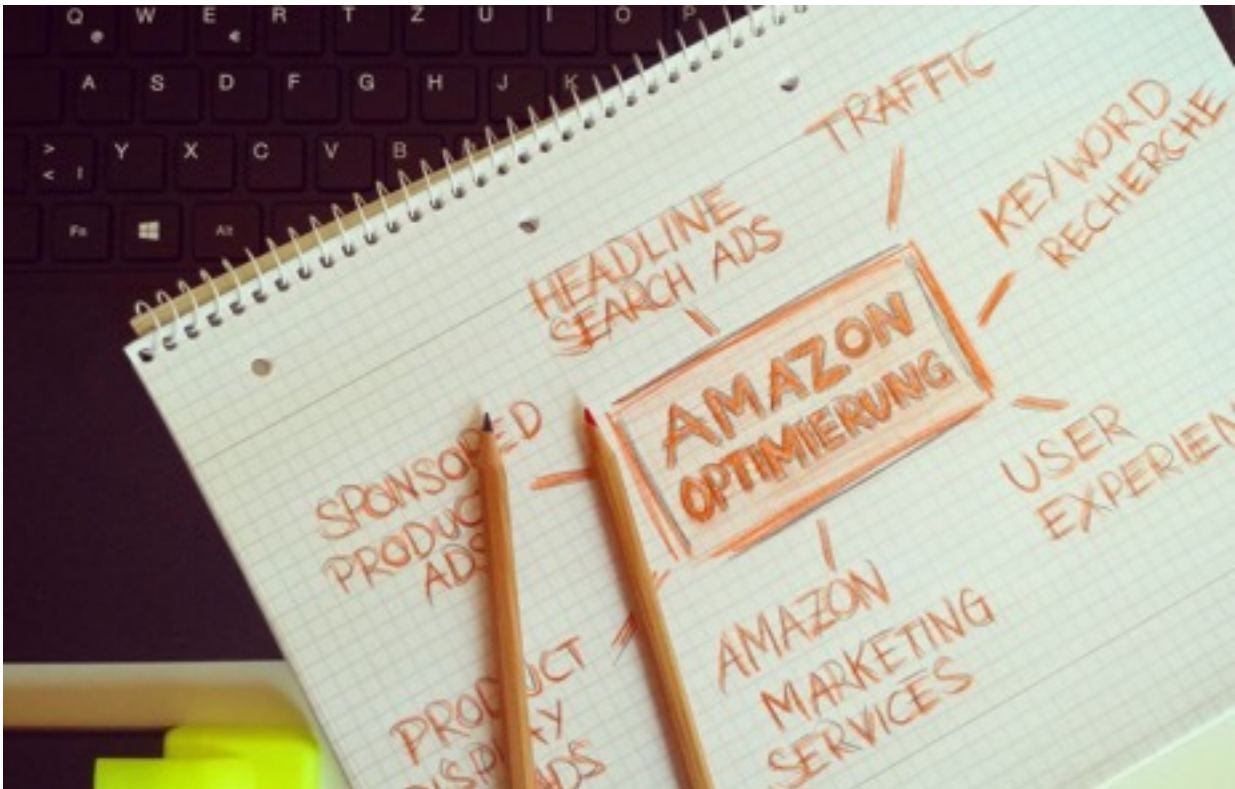


## [Study case] analisa Amazon.com paling komprehensif 2018



Siapa yang tak kenal Amazon? Setiap pelaku bisnis digital (terutama di bidang retail) pasti mengenal perusahaan satu ini. Baik perusahaan kecil maupun besar, banyak yang belajar dari strategi bisnis Amazon. Mulai dari fokus mereka pada pelanggan, menguji peluang pasar yang disediakan oleh teknologi digital, hingga fokus mereka pada pengujian dan analisis untuk meningkatkan hasil.

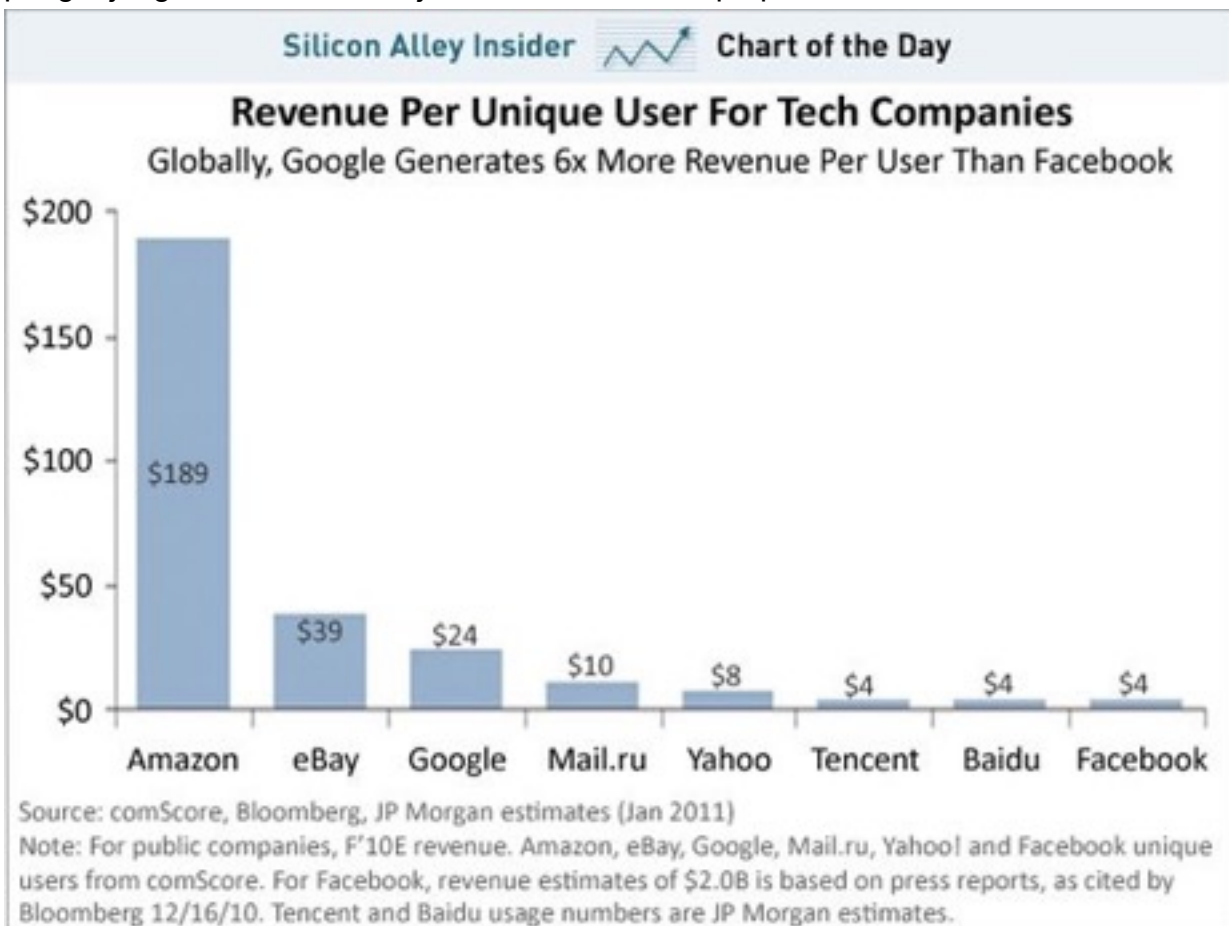
### Pendekatan Amazon dalam digital marketing

Kita juga dapat belajar dari pendekatan Amazon terhadap pemasaran digital karena mereka menggunakan pemasaran digital secara efisien di semua titik komunikasi pelanggan dalam kerangka perencanaan pemasaran yang disebut **RACE**:

- **Reach (jangkauan)**: Pertumbuhan bisnis awal Amazon berdasarkan pendekatan terperinci untuk masalah SEO dan AdWords yang menargetkan jutaan keyword.
- **Act (tindakan)**: Menciptakan pengalaman yang jelas dan sederhana melalui pengujian dan pembelajaran.
- **Convert (konversi)**: Menggunakan personalisasi untuk membuat rekomendasi yang relevan dan proses pemeriksaan yang jelas.
- **Engage (melibatkan)**: Fokus pada pengalaman pelanggan, "Customer Obsesion" yang ditunjukkan dengan cara secara konsisten mengungguli

retailer lain dalam rating kepuasan pelanggan ACSI. Amazon juga memiliki platform eksperimen internal disebut "Weblab" yang digunakan untuk mengevaluasi peningkatan.

Berkat penerapan konsep ini secara konsisten sejak 1995, Amazon berhasil mengembangkan bisnisnya dengan turnover sebesar \$ 135 miliar. Pendapatan per pengunjung Amazon bahkan jauh melebihi beberapa perusahaan raksasa ternama:



### **Pentingnya teknologi dan peningkatan fokus pada Artificial Intelligence dan Machine Learning**

Menurut pendiri sekaligus CEO-nya, Jeff Bezos, teknologi sangat penting untuk mendukung fokus pada pelanggan. Berikut pernyataan selengkapnya:

"Look inside a current textbook on software architecture, and you'll find few patterns that we don't apply at Amazon. We use high-performance transactions systems, complex rendering and object caching, workflow and queuing systems, business intelligence and data analytics, [machine learning](#) and pattern recognition, neural networks and probabilistic decision making, and a wide variety of other techniques.

And while many of our systems are based on the latest in computer science research, this often hasn't been sufficient: our architects and engineers have had to advance research in directions that no academic had yet taken. Many of the problems we face have no textbook solutions, and so we — happily — invent new approaches"... All the effort we put into technology might not matter that much if we kept technology off to the side in some sort of R&D department, but we don't take that approach. Technology infuses all of our teams, all of our processes, our decision-making, and our approach to innovation in each of our businesses. It is deeply integrated into everything we do".

Kutipan tersebut menunjukkan bagaimana penerapan teknologi baru digunakan untuk memberi Amazon keunggulan kompetitif. Contoh terbaru misalnya menyediakan infrastruktur untuk memberikan pembaruan "Whispersync" Kindle kepada pembaca ebook. Amazon.com sekarang juga menjual lebih banyak buku Kindle daripada buku-buku paperback. Untuk setiap 100 buku paperback yang dijual Amazon, perusahaan menjual 115 buku Kindle. Aplikasi Kindle sekarang tersedia di Apple iOS, perangkat Android dan PC sebagai bagian dari proposisi "Buy Once, Read Anywhere" yang telah dikembangkan Amazon.

Beberapa aplikasi AI terbaru di Amazon juga sangat terlihat, misalnya, asisten dan teknologi Amazon Echo di Amazon Go convenience store yang menggunakan visi mesin untuk menghilangkan garis checkout.

## **Pelanggan Amazon**

Amazon juga mendefinisikan suatu konsep berupa tiga customer set, yaitu:

- Customers
- Seller customers
- Developer customers

Ada lebih dari 76 juta akun pelanggan, tetapi hanya sekitar 1,3 juta pelanggan penjual aktif di pasar Amazon, jumlah inilah yang mereka fokuskan untuk terus ditingkatkan. Khusus untuk developer customers, mereka diberi kemudahan untuk menggunakan Amazon Web Services. Layanan ini menyediakan akses ke infrastruktur teknologi seperti hosting yang dapat digunakan para developer untuk mengembangkan layanan web mereka sendiri.



Para anggota juga didorong untuk bergabung dengan program loyalitas, Amazon Prime, program keanggotaan fee-based di mana anggota menerima pengiriman ekspres gratis atau diskon, di Amerika Serikat, Inggris, Jerman dan Jepang.

### Kompetitor Amazon

Dalam laporan SEC 2017, Amazon mendeskripsikan lingkungan untuk produk dan layanan mereka dengan label “intensely competitive”. Hal ini dilihat dari para pesaing utama dan potensial mereka, setidaknya ada 7 kategori kompetitor Amazon:

- Rerailer (online, offline, dan multichannel), penerbit, vendor, distributor, produsen, dan produsen produk;
- Publisher, produsen, dan distributor media fisik, digital, dan interaktif dari semua jenis dan semua saluran distribusi;
- Web search engine, website perbandingan belanja, jejaring sosial, portal web, dan sarana berbasis online dan berbasis aplikasi lainnya untuk menemukan, menggunakan, atau memperoleh barang dan jasa, baik secara langsung atau bekerja sama dengan retailer lain;
- Perusahaan yang menyediakan layanan e-commerce, termasuk website development, iklan, fulfillment, layanan pelanggan, dan pemrosesan pembayaran;
- Perusahaan yang menyediakan layanan fulfillment dan logistik untuk mereka sendiri atau untuk pihak ketiga, baik online maupun offline;
- Perusahaan yang menyediakan layanan atau produk teknologi informasi, termasuk infrastruktur on-premise atau berbasis cloud dan layanan lainnya; dan
- Perusahaan yang mendesain, memproduksi, memasarkan, atau menjual konsumen elektronik, telekomunikasi, dan perangkat elektronik.

Beberapa faktor kompetitif utama dalam segmen pasarnya meliputi:

- Pemilihan
- Harga
- Ketersediaan
- Kenyamanan
- Informasi
- Penemuan
- Pengenalan merek
- Layanan yang dipersonalisasi
- Aksesibilitas
- Layanan pelanggan
- Keandalan
- Kecepatan pemenuhan
- Kemudahan penggunaan
- Kemampuan untuk beradaptasi dengan mengubah kondisi, pengalaman keseluruhan pelanggan, dan kepercayaan dalam transaksi yang difasilitasi oleh perusahaan atas nama penjual pihak ketiga

Dari studi kasus ini dapat disimpulkan bahwa untuk mengembangkan suatu bisnis, terutama dalam bidang digital dan retail, butuh strategi khusus dan mendetail agar tidak kalah dalam persaingan. Sudah siap menerapkannya dalam bisnis Anda?

Source:

<https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/online-business-revenue-models/amazon-case-study/>

<https://www.operationroi.com/2017/04/amazon/comparing-benefits-amazon-seller-central-vs-vendor-central>

<https://www.pexels.com/>