

## Fenomena data-driven marketing yang membuat kampanye online jadi lebih efektif



Jika Anda ingin sukses dalam bisnis (termasuk bisnis online), mengenali audiens adalah kunci yang harus dipegang. Kunci satu ini bisa dibilang abadi karena tetap berlaku dari dulu hingga sekarang.

Penelitian terbaru dari Bain & Company mengungkapkan cara mendapatkan jalur yang tepat untuk menumbuhkan pendapatan bisnis. Pemimpin bisnis perlu memprioritaskan platform teknologi terintegrasi untuk membantu membangun interaksi pelanggan yang tepat waktu. Lalu, di mana koneksi tepat waktu tersebut dimulai?

### Di dalam data.

Banyak marketer mengatakan bahwa meningkatkan pemahaman dan menjangkau pelanggan yang tepat adalah prioritas utama untuk mencapai sasaran pemasaran mereka dalam tiga tahun ke depan. Nah, untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang pelanggan, marketer harus terlebih dahulu melihat pola dan tren perilaku pelanggan. Kemudian:

- mengambil tindakan yang tepat
- untuk menjangkau orang yang tepat
- pada waktu yang tepat
- dan melalui platform yang tepat.

Coba lihat ini:



Marketing leaders are **1.6X** more likely than laggards to prioritize **integrating their technology.**

Visualisasi tersebut menjelaskan bahwa pemimpin pemasaran memiliki kemungkinan 1,6 kali lebih besar untuk menjadi pengguna teknologi mereka sendiri. Data yang terintegrasi dengan platform dan machine learning membantu membuka wawasan pengguna. Sehingga, memungkinkan pemasar tahu dengan pasti kapan harus meluncurkan strategi pemasaran yang relevan kepada pelanggan.

Secara garis besar, tiga konsep berikut ini perlu dimiliki oleh para pemimpin bisnis agar peluncuran campaign semakin sukses.

### **Pemimpin harus bisa “berpikir digital” terlebih dahulu**

Apa maksudnya? Mari kita pelajari lewat sebuah studi kasus. Di Amerika, Adidas telah melakukan upaya untuk bekerja lebih kolaboratif di seluruh platform digital.

Segmentasi konsumen membantu mereka melakukan pendekatan pemasaran kepada konsumen. Jika ingin benar-benar fokus pada konsumen, Anda harus berpikir digital terlebih dahulu. Dan, untuk melakukan itu, Anda harus menjadi “data-driven”. Kurang lebih begitulah pernyataan Chris Murphy, kepala pengalaman digital Adidas.

Adidas menggunakan informasi tentang konsumen untuk menyampaikan pesan merek dan e-commerce-nya. Tim internalnya menggunakan platform terintegrasi untuk:

- meluncurkan kampanye bersama-sama
- menyampaikan pesan dengan hati-hati
- lalu menguji dan menyesuaikan hasilnya

Tujuannya yakni untuk memberikan konsumen pengalaman yang lebih terhubung, pribadi, dan relevan di seluruh platform digital.

### **Pemimpin memiliki lebih banyak visibilitas dan kontrol**

Kontrol atas investasi dan saluran adalah manfaat utama pemasaran dan teknologi terintegrasi bagi para pemimpin.

- Bagaimana iklan dimunculkan?
- Apakah metode tersebut efektif?
- Mana yang menghasilkan profit terbesar?



Leaders were **1.4X** more likely than laggards to manage technology **within marketing.**

Rituals Cosmetics, perusahaan kosmetik global yang beroperasi di 27 negara, baru-baru ini membawa teknologi ke dalam sistem pemasarannya. Tim internalnya juga menggunakan dasbor dengan data realtime untuk membantu memandu keputusan digital.

Pelajaran terbesar yang diperoleh dari penerapan metode tersebut adalah: ketika mereka mulai mengelola teknologi iklan dan analitiknya, mereka mendapat penjelasan bagaimana hal itu memengaruhi saluran berbasis kinerja seperti email dan penelusuran berbayar. Semua itu bisa dilihat ketika Anda memiliki data.

### **Para pemimpin berbagi wawasan**

Jika Anda ingin seluruh organisasi menerapkan pola pikir berbasis data, mulailah dengan membuat insight yang dapat diakses oleh semua orang. Platform terintegrasi membuat pelaporan dan tindakan lebih mudah untuk semua orang. Pemimpin pemasaran memiliki kemungkinan lebih tinggi 1,7 kali untuk “menyegarkan” metrik dan dasbor pemasaran terpenting mereka setidaknya setiap minggu.



Marketing leaders are **1.7X** more likely to refresh their most critical marketing metrics and dashboards **at least weekly.**

- Hubungkan sistem Anda
- Dapatkan kontrol
- Bagikan wawasan

Itulah tiga ciri bagaimana pemasar terkemuka menggunakan teknologi terintegrasi untuk mendorong hasil maksimal. Menyampaikan pesan pada saat yang tepat, kapan pun konsumen membutuhkannya. Ketika Anda mengenal audiens, Anda juga tahu kapan saat yang tepat untuk menjangkau mereka. Dan itulah jalan baru menuju pertumbuhan bisnis.

Source:

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/data-measurement/bain-customer-connections/>

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