

Perencanaan digital marketing 2018: bujet dan taktik terbaru

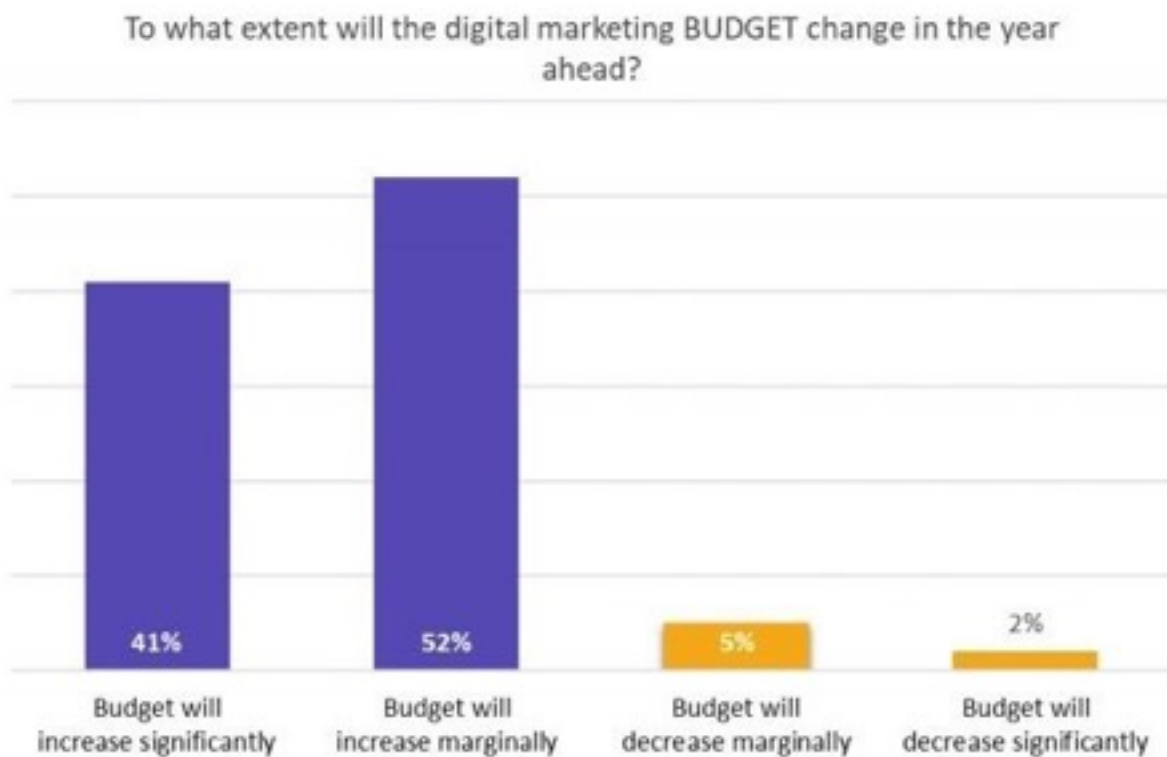


Tanpa taktik dan perencanaan keuangan yang matang, digital marketing bisa jadi berbahaya. Mengingat semakin ketatnya persaingan para marketer dari waktu ke waktu. Menurut penelitian terbaru dari Ascend2, sekitar 93% perusahaan merencana untuk meningkatkan pengeluaran mereka pada pemasaran digital pada tahun 2018.

Laporan ini didasarkan pada data dari survei yang dilakukan pada bulan Desember 2017. Di mana survei ini melibatkan setidaknya 217 influencer pemasaran yang terdiri atas:

- 43% bekerja untuk perusahaan B2B
- 35% untuk perusahaan B2C
- 22% untuk perusahaan hibrida

Hasilnya:



Ascend2

2018 Digital Marketing Plan Survey
Ascend2 and Research Partners, December 2017

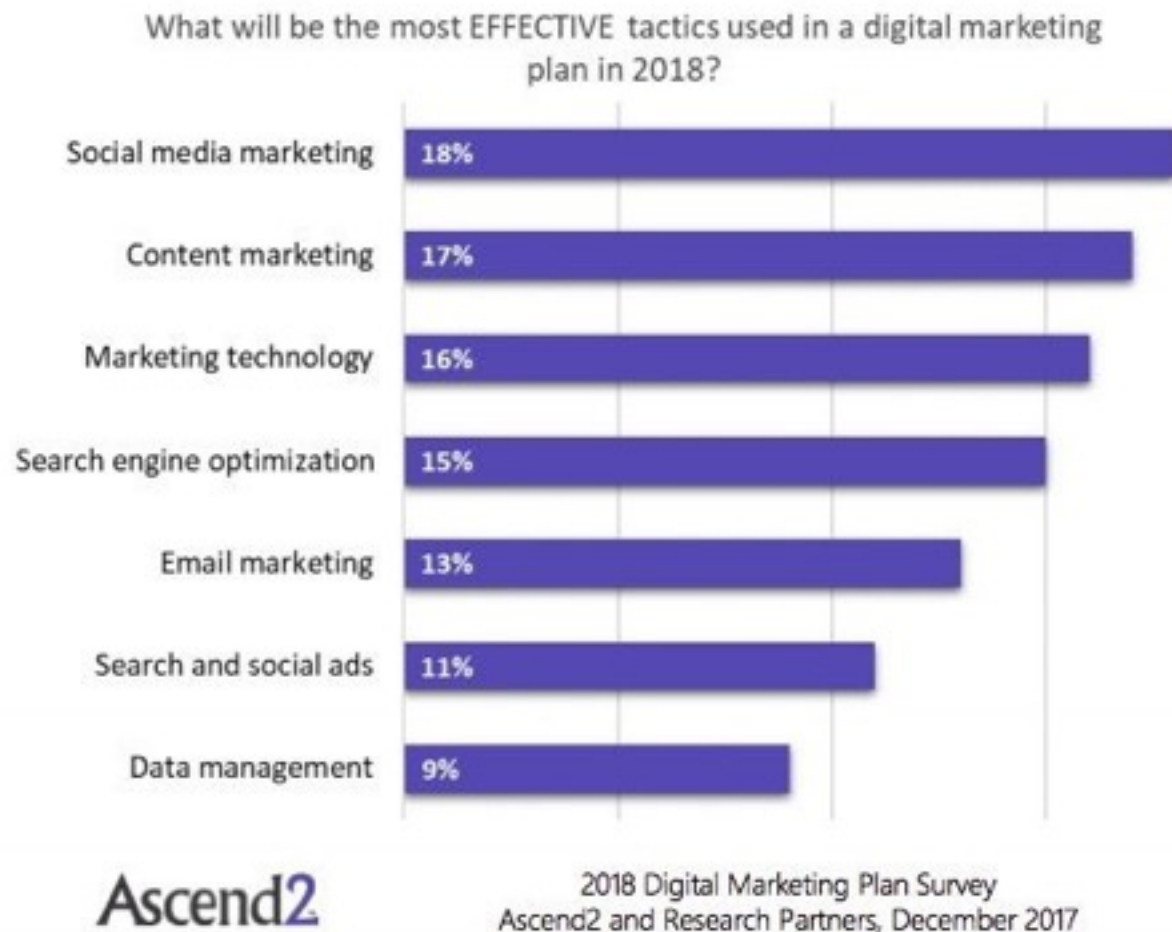
- Sekitar 52% responden mengatakan mereka mengharapkan sedikit peningkatan anggaran pemasaran digital di tahun depan
- 41% mengharapkan anggaran pemasaran digital mereka meningkat secara signifikan
- Hanya 7% responden yang mengharapkan untuk mengurangi pengeluaran pemasaran digital mereka pada tahun 2018

Sementara itu, hanya 2% responden yang ingin mengurangi anggaran digital marketing-nya di tahun ini. Hasil survei ini mengindikasikan bahwa jika tak pandai merancang strategi keuangan, maka kompetitor akan sangat siap untuk mengalahkan Anda.

Di sisi lain, mengalokasikan dana berlimpah tanpa strategi pemasaran yang jitu juga tak akan memberikan hasil sesuai harapan. Bisa-bisa malah akan membuang banyak sumber daya dan akhirnya mengalami kerugian. Untuk itu, Anda perlu tahu titik-titik di mana harus mengalokasikan dana.

Taktik digital marketing terefektif 2018

Melanjutkan survei di atas, responden juga menyatakan terdapat beberapa “area” yang diprediksi akan mampu memberikan hasil terbaik dalam digital marketing. Coba lihat statistik ini:



Social media marketing masih menjadi fokus utama pemasaran, setidaknya bagi sekitar 18% responden. Masuk akal jika melihat perkembangan media sosial dalam beberapa waktu terakhir. Selain itu, maraknya influencer pada beberapa media sosial seperti Instagram atau YouTube juga menambah ketat persaingan.

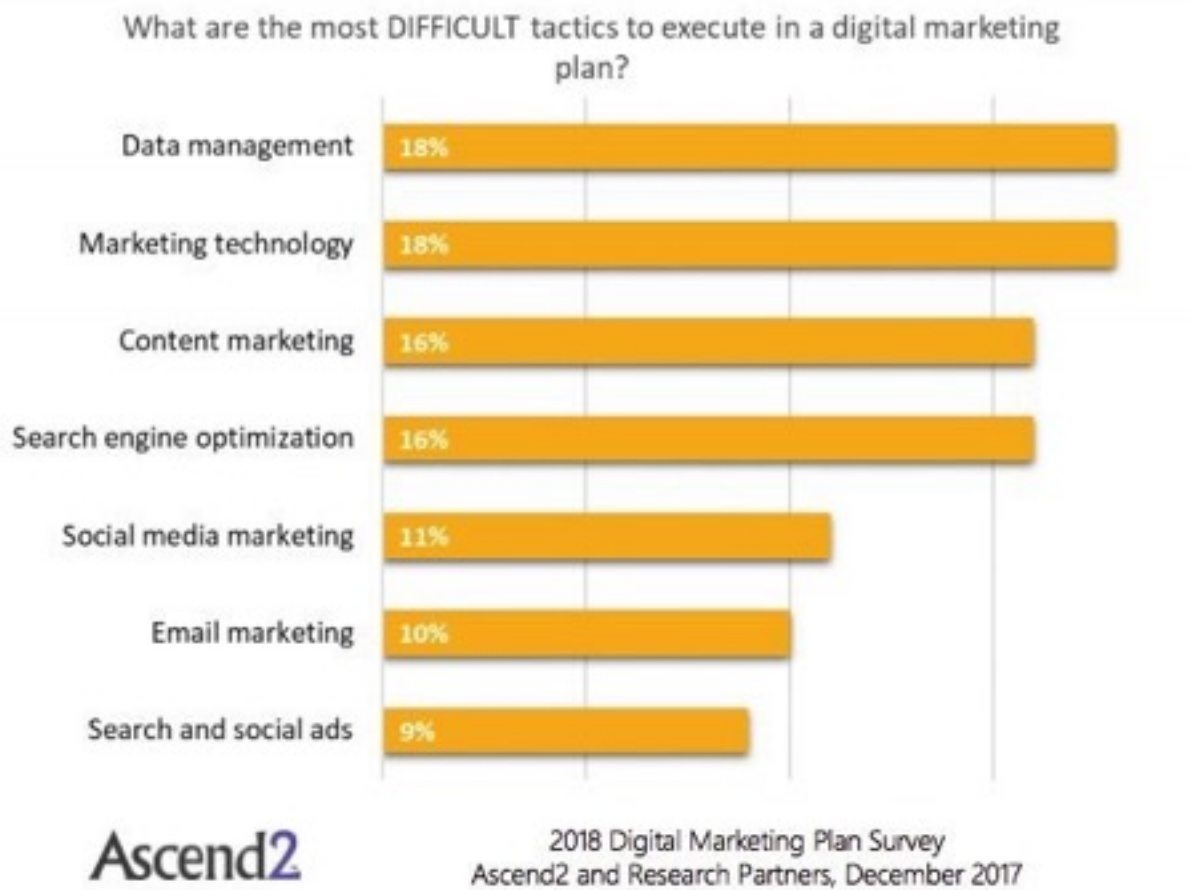
Selain media sosial, masalah content marketing itu sendiri juga perlu dialokasikan dana lebih besar. Demikian pendapat sekitar 17% responden. Alasan paling sederhananya yakni untuk mendukung upaya social media marketing. Konten yang berkualitas adalah salah satu modal utama dalam social media marketing.

Marketing technology dan SEO menempati urutan berikutnya dengan masing-masing 16% dan 15% suara responden. Kedua aspek ini memang saling terkait dalam upaya pemasaran. Selanjutnya, email marketing juga perlu difokuskan dalam upaya digital marketing di 2018. Setidaknya itulah prediksi sekitar 13% pelaku bisnis yang terlibat dalam survei. Perlu diingat bahwa email merupakan salah satu media paling efektif untuk mendorong konversi. Efektivitasnya bahkan melebihi Instagram atau Facebook Messenger.

Dua titik lain yang perlu diberikan alokasi dana lebih di 2018 yakni search and social ads (11%) serta data management (9%). Lalu, apa saja hambatan yang mungkin dihadapi para marketer tahun ini?

Tantangan tersulit digital marketing 2018

Setelah mengidentifikasi titik-titik yang perlu dimaksimalkan dalam digital marketing 2018, para marketer kemungkinan juga akan mengalami hambatan di beberapa area. Kira-kira, apa saja taktik digital marketing yang paling sulit dieksekusi? Mari kita lihat statistik berikut:



Ternyata, data management masih menjadi tantangan tersulit bagi perusahaan. Buktinya, 18% responden menyatakan demikian. Di peringkat kedua yakni marketing technology dengan jumlah yang sama (18%). Hal ini masuk akal jika mengingat teknologi tak pernah berhenti pada satu titik. Setiap waktu selalu muncul teknologi baru, tugas para marketer untuk mengikuti perkembangan arus ini pun diprediksi akan semakin sulit.

Kendala selanjutnya yakni terkait masalah content marketing dan SEO (masing-masing 16%). Kedua aspek ini memang saling memengaruhi satu sama lain, dan merupakan ujung tombak dalam digital marketing. Kendala terakhir yakni masalah email marketing (10%). Kemudian masalah search dan digital ads (9%).

Peluang dan hambatan digital marketing 2018 telah diidentifikasi lewat survei di atas. Kini saatnya Anda menyusun strategi jitu, agar tak terpeleset dan dapat terus melaju.

Source:

<https://www.marketingprofs.com/charts/2017/33316/2018-digital-marketing-plans-budget-and-tactic-trends>

<https://unsplash.com/>