

## 5 Tantangan Digital Marketing Transformation yang perlu dicermati



Transformasi digital marketing bisa menjadi pisau bermata dua. Artinya, dia bisa sangat bermanfaat bagi perusahaan yang mampu menyesuaikan diri. Di sisi lain, transformasi digital marketing dapat menjadi malapetaka bagi perusahaan yang tak bisa beradaptasi.

Ada pendapat bahwa digital marketing transformation bukan lagi tentang melakukan pemasaran digital, akan tetapi lebih kepada bagaimana memasarkan secara efektif di dunia digital. Faktanya, 27% eksekutif senior percaya bahwa transformasi digital adalah masalah bertahan hidup. Sedangkan, 33% perusahaan melihat transformasi digital sebagai tantangan nyata. Senyata apakah tantangan yang harus dihadapi dalam digital marketing transformation ini?

### Manajemen big data

Istilah "big data" mengacu pada himpunan informasi yang begitu besar sehingga sangat sulit untuk diproses menggunakan software database biasa. Perusahaan besar mengumpulkan dan bekerja dengan sejumlah besar data, yang merupakan tantangan untuk dikelola dan diproses **secara efisien**.

Perusahaan seperti Facebook, Airbnb, Uber, dan Amazon meraih kesuksesan karena mereka memanfaatkan semua data pelanggan. Facebook bahkan memiliki tim sains data khusus untuk menganalisis kebiasaan dan perilaku jutaan orang. Intinya, manajemen big data yang efisien merupakan salah satu kunci kesuksesan perusahaan digital.



Solusinya? Kumpulkan dan pusatkan big data ke dalam satu platform. Jika data disimpan di satu tempat, semua anggota staf dapat mengaksesnya kapan pun mereka membutuhkan. Sehingga, manajemen dan pemrosesan data akan berjalan lebih baik. Ada berbagai tool yang bisa Anda manfaatkan, misalnya solusi big data Microsoft, Google Cloud Platform, atau Oracle Big Data Solutions.

Semuanya memiliki beberapa fitur umum, seperti:

- Memungkinkan mengatur dan mengelola big data pada sistem cloud

- Mampu memberikan keandalan, fleksibilitas, dan skalabilitas yang lebih cepat di seluruh lingkungan
- Mampu melindungi investasi dan data perusahaan

### **Mencari tim yang tepat**

Digital marketing transformation membutuhkan orang-orang dengan keahlian khusus di bidang digital untuk memimpin dan mengelola perubahan organisasi. Modifikasi ini dapat mencakup adopsi kecerdasan buatan, virtual reality, augmented reality, hingga Internet of Things.

Sekitar 52% CMO menganggap hambatan utama dalam transformasi pemasaran digital yakni kurangnya keakraban dengan teknologi. Menurut survei, 19% perusahaan berencana untuk menunjuk seorang kepala bagian digital, seperti:

- Kepala Pemasaran Digital
- Pengoptimal Digital
- Kepala Data/Informasi

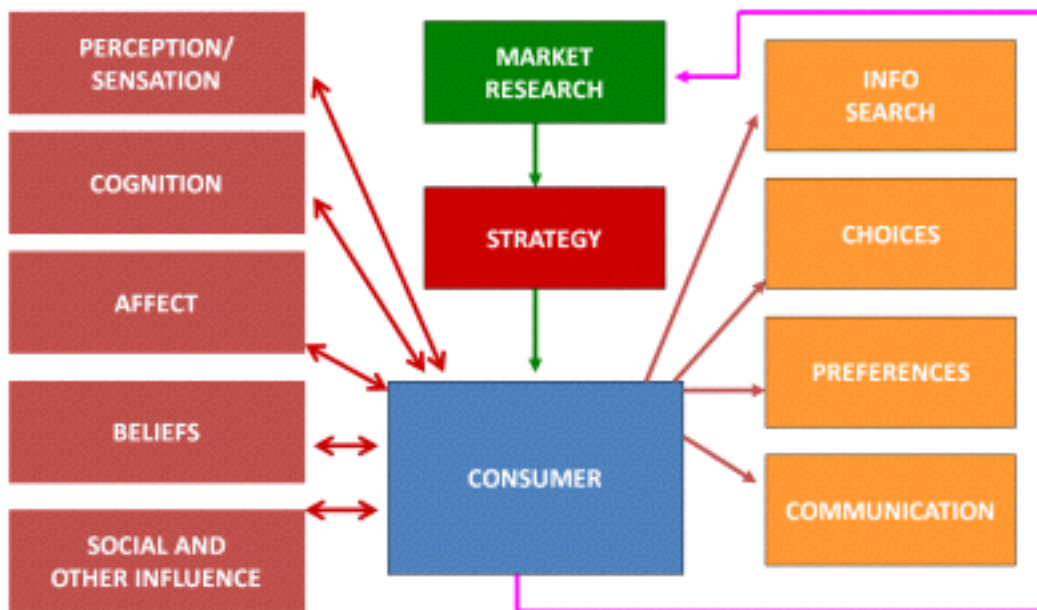
Intinya, mempekerjakan orang yang tepat dengan pengetahuan yang benar merupakan faktor penting dalam melaksanakan transformasi pemasaran digital. Keahlian staf secara langsung memengaruhi kemampuan perusahaan untuk menggabungkan teknologi baru untuk beradaptasi dengan tuntutan bisnis yang terus berubah.

### **Memahami perilaku konsumen digital**

Konsumen digital saat ini mengharapkan pengalaman luar biasa dari perusahaan. Ekspektasi tinggi ini memaksa perusahaan manapun untuk memunculkan inovasi baru. Demi kesuksesan transformasi pemasaran digital, pelanggan harus menjadi titik sentral untuk semua perubahan. Mulai dari strategi, energi, hingga anggaran.

Tantangannya yakni untuk memahami kebutuhan spesifik dari konsumen digital serta menguraikan seluruh perjalanan mereka.

## INFLUENCES ON AND OF CONSUMER BEHAVIOR



Menurut penelitian oleh Altimeter Group:

- Teknologi bukanlah faktor terpenting dalam transformasi pemasaran digital, melainkan harapan dan pengalaman pelanggan
- 55% dari eksekutif berpikir bahwa “perilaku dan preferensi pelanggan yang terus berubah” merupakan faktor penting untuk perubahan
- Namun, 71% pemasar menyatakan bahwa tantangan terbesarnya yaitu memahami perilaku pelanggan dan dampaknya

**Mengatasi paradox digital marketing: Transformasi penting, tapi tidak mendesak**  
Intinya, selama pendapatan perusahaan cukup tinggi, dan manajemen senior puas, para eksekutif cenderung berpikir bahwa tidak ada urgensi untuk proses ini. Namun bukan berarti tak penting sama sekali, perusahaan tetap perlu memberikan fokus pada digital marketing transformation, karena:

- 87% organisasi berpikir bahwa transformasi pemasaran digital memberikan keunggulan kompetitif.
- 78% eksekutif senior menganggap transformasi pemasaran digital sebagai bagian penting dari pertumbuhan perusahaan

- 51% dari CMO percaya bahwa sangat penting untuk memasukkan perbaikan digital ke dalam proses bisnis dalam 12 bulan ke depan



### Pergeseran ke perangkat mobile

Perjalanan pelanggan dipengaruhi oleh teknologi seluler. Jadi, memenuhi kebutuhan seluler pelanggan digital adalah tantangan nyata bagi banyak perusahaan. Google telah mengumumkan akan beralih pada sistem mobile-first indexing, yang berarti bahwa halaman hasil mesin pencari akan didasarkan pada konten seluler, dan akan memberikan preferensi ke situs web mobile-friendly.

Menurut prediksi eMarketer, 65% dari populasi AS akan menjadi pengguna seluler pada 2019. Jika tidak segera beradaptasi, ini akan berdampak serius pada perkembangan bisnis Anda.

Source:

<https://medium.com/digital-vault/the-five-challenges-of-digital-marketing-transformation-fdad29b218c3>

<https://www.clearavenue.com/Big-Data-and-Analytics.html>

[https://www.consumerpsychologist.com/intro\\_Consumer\\_Behavior.html](https://www.consumerpsychologist.com/intro_Consumer_Behavior.html)

<https://www.enterpriseirregulars.com/102542/six-steps-transforming-marketing-strategic-asset/>

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

