

The age of assistance: kemajuan yang sangat perlu dioptimalkan



Sepertinya, kita harus setuju bahwa bisnis perlu beradaptasi terhadap kemajuan teknologi. Kenapa demikian? Karena konsumen juga terus menyesuaikan diri pada perkembangan iptek dari waktu ke waktu. Jadi, jika tidak ingin kehilangan konsumen maka pebisnis harus mengikuti arus yang ada. Flashback saja mulai dari awal kemunculan web, perkembangan smartphone, hingga penerapan AI dan machine learning saat ini.

Brand perlu berkembang untuk memenuhi ekspektasi yang kian meningkat dari konsumen. Dengan minimnya waktu yang dimiliki brand untuk bertransformasi, maka Anda perlu “the age of assistance”. Beberapa penjelasan berikut akan membantu Anda memahami konsep ini lebih dalam.

Mengapa machine learning dalam digital marketing lebih penting daripada sebelumnya?

Dalam digital marketing di era modern, semua tentang efisiensi dan efektivitas. Pebisnis harus bisa menjangkau audiens yang tepat, pada saat yang tepat, dan

dengan pesan yang tepat. Tapi tingkat presisi ini tidak bisa dicapai hanya dengan mengandalkan kinerja manusia.

Data-driven businesses that use machine learning to serve more relevant experiences for their customers are better positioned to take share away from their competitors.

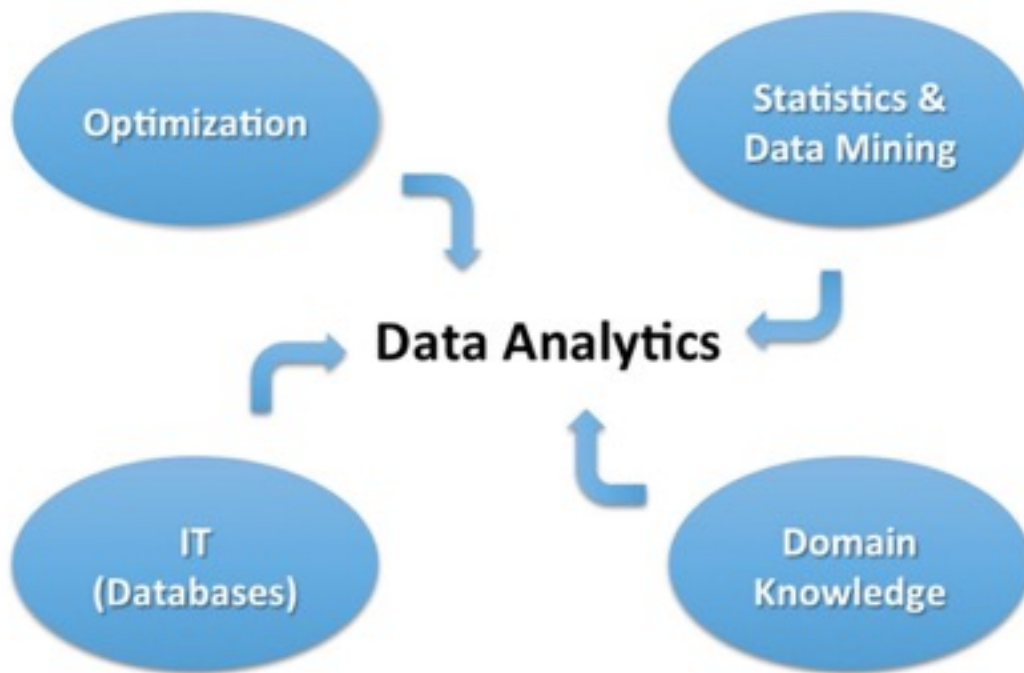
Teknologi machine learning memungkinkan pemasaran berjalan lebih cerdas dalam mendorong kedekatan pelanggan dalam skala besar. Sekarang, pemasar dapat mempelajari apa yang diinginkan pelanggan dan bereaksi terhadap perubahan pola perilaku mereka dari waktu ke waktu.

Misalnya, beberapa tahun lalu, agen call center didorong untuk meningkatkan pelanggan berdasarkan pembelian mereka sebelumnya. Sekarang, perusahaan mulai menggunakan machine learning untuk memahami tindakan terbaik berikutnya (NBA) dengan pelanggan.

Bagaimana bisnis menggunakan data sebagai keunggulan kompetitif?

Organisasi bisnis yang sukses selalu dimulai dengan sasaran bisnis kemudian didukung strategi data yang kuat. Organisasi bisnis terbaik mayoritas memiliki tim sains data yang dapat menerapkan big data (termasuk machine learning) untuk masalah bisnis.

Penelitian Bain menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan terkemuka memiliki kemungkinan 3,2 kali lebih besar untuk mempunyai tim analisis yang tepat dan tertanam dalam pemasaran.



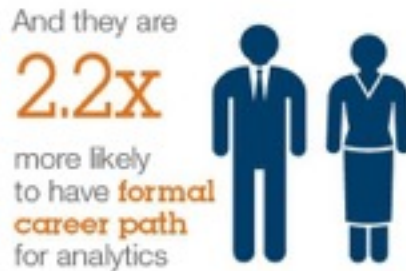
Contohnya Wayfair yang memiliki tujuan teknologi pemasaran berbeda serta didukung oleh tim analisis yang berbeda. Tim direct response yang berfokus pada akuisisi dan pemasaran ulang. Tim brand yang mendedikasikan analitik dan sumber daya ilmu data. Dengan dukungan teknik pemasaran canggih, memungkinkan mereka cepat bereksperimen dan mengalihkan fokus ke proyek-proyek baru.

Merencanakan pola pikir dan keahlian baru sesuai kemajuan teknologi

Organisasi bisnis yang paling efektif terdiri dari tim kecil yang “lincah” dalam mengeksekusi setiap pendekatan. Mereka menggabungkan talenta dan keahlian lintas fungsi untuk memenangkan kompetisi bisnis yang ada. Siapa yang paling cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dialah yang menang.

Capitalizing on Big Data:

Strategies outperforming companies are taking to deliver results



Join the conversation on Twitter at #ibmanalytics and follow @IBMIBV

Source: *Analytics: A blueprint for value - Converting big data and analytics insights into results*
IBM Institute for Business Value. © IBM 2013.

ibm.co/9lavers

IBM.

Domino adalah contoh kategori restoran yang sudah mulai “melabeli” perusahaannya sebagai perusahaan teknologi. Mereka mengembangkan tenaga kerja, menyertakan ilmuwan dan insinyur data yang berkolaborasi dengan tim marketing untuk mendorong pengalaman pelanggan. Selain peningkatan dalam pemesanan online, banyak perusahaan berhasil menggunakan data dan teknologi untuk merancang menu baru dengan cepat.

Teknologi machine learning mengubah peran pemasar

Ketika konsumen menjelajahi berbagai saluran, platform, dan media, tanpa sadar mereka meninggalkan berbagai tanda tentang maksud, konteks, serta identitasnya. Tugas marketer yakni mengolah data tersebut. Sayangnya, data yang mereka hadapi sangat kompleks. Machine learning adalah metode yang efektif untuk memproses semua kompleksitas tersebut sehingga mengurangi beban marketer.

Machine learning is an effective way to process complex data and surface insights that matter.

Misalnya, beberapa startup (misal Kuaizi Tech, Vizual.ai) menggunakan AI dan machine learning untuk memilih gambar atau video terbaik untuk meningkatkan penjualan. Manfaat machine learning bagi perusahaan yaitu untuk “melompati” proses kreatif dalam pemilihan solusi terbaik. Sehingga, perusahaan dapat meluncurkan lebih banyak campaign secara lebih cepat, atau menginvestasikan waktunya di area pemasaran baru.

Seperti itulah konsep “the age of assistance” yang bisa Anda terapkan untuk mempercepat perjalanan menuju SUKSES.

Source:

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/age-of-assistance-marketing-technology/>

<http://www.me.ugent.be/>

<http://www.ibmbigdatahub.com/blog/converting-big-data-and-analytics-insights-results-ibv-study-findings>

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