

The background features a large blue circle on the right side. To its left is a purple circle. Further left is an orange square. In the top left corner, there are two vertical teal lines. In the top right corner, there is a teal circle. In the bottom left corner, there are several teal lines of varying lengths and orientations. An orange line starts from the top center and extends diagonally towards the top right corner.

Digital Branding Tools



Intro

Digital Branding →

proses membangun, mengelola, dan memperkuat **identitas serta citra merek** menggunakan berbagai **platform dan alat digital** untuk menciptakan hubungan yang bermakna dengan konsumen

→ Branding tradisional + Teknologi digital + Interaksi dua arah dengan konsumen.

→ Inti proses: CRM, yang meliputi aktivitas dasar

Customer Acquisition (Akuisisi Pelanggan) + **Customer Retention** (Retensi Pelanggan)

Akuisisi Pelanggan (Customer Acquisition)

Salah satu proses penting dalam memperkenalkan produk dan merek Perusahaan adalah kegiatan PROMOSI

Proses promosi banyak ragam dan jenisnya □ promosi lewat internet dinamakan **DIGITAL MARKETING**



From Traditional to Digital Marketing

Traditional Media

- Face-to-face sales calls
- Trade fairs
- Leaflets, posters, brochures
- Billboards
- Newspapers and magazines
- Direct mail and catalogs
- Telephone
- Radio
- TV
- Film
- Sponsorships
- Street level promotion and festivals
- Product placement

Digital Media

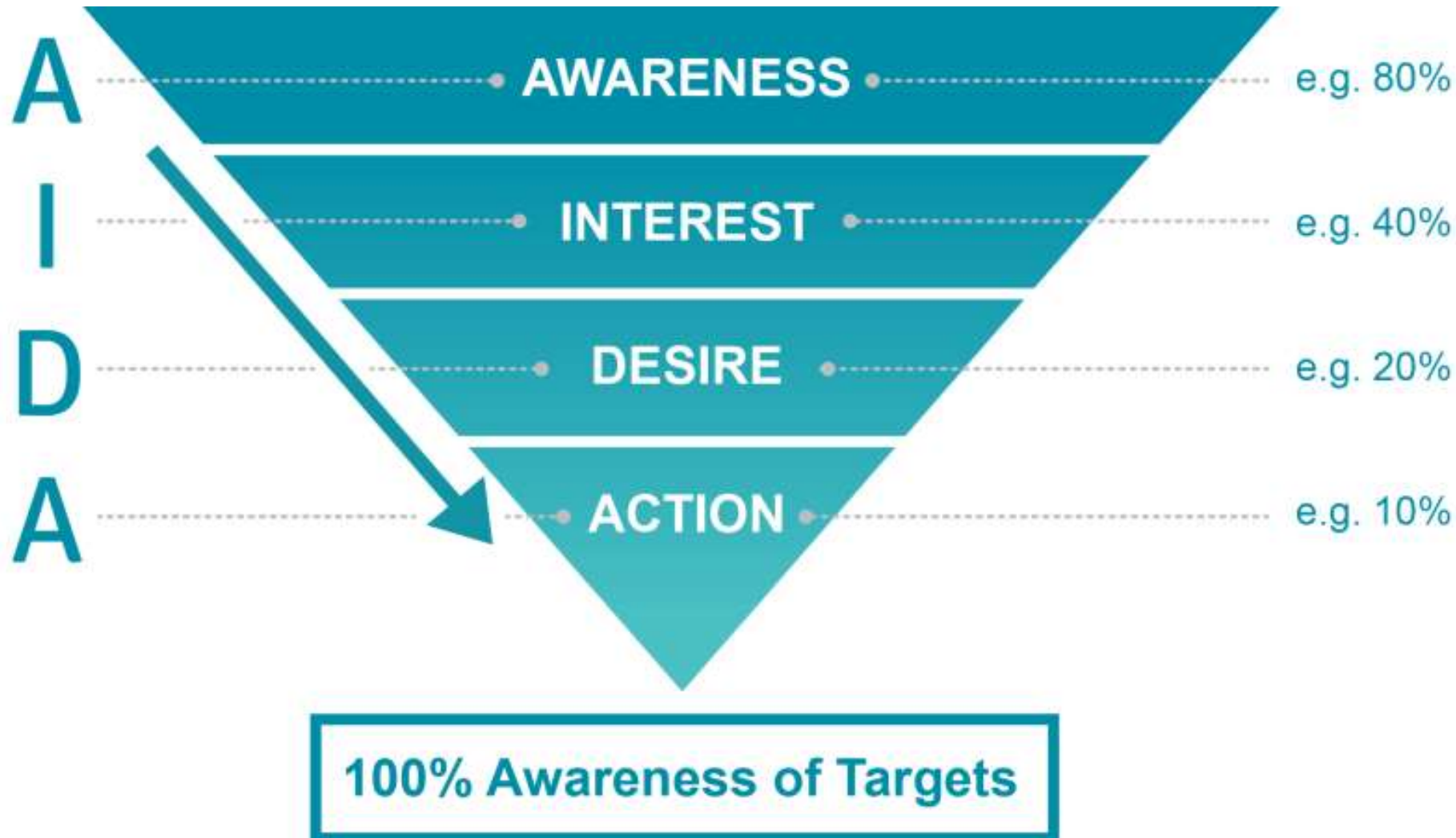
- Websites
- Email
- Banners and pop-ups
- Podcasts
- Webcasts
- Videocasts
- Expressive social media (Blogs, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube)
- Collaborative social media (Wikipedia, Rotten Tomatoes, Craigslist)
- Mobile marketing

Strategi dasar Promosi → A I D A



- **Awareness** → menarik perhatian konsumen
- **Interest** → pembeli *tertarik* dengan apa yang diperhatikan
- **Desire** → pembeli pada tahapan *mempertimbangkan* untuk beli
- **Action** → terjadi pembelian

Dari 100 calon konsumen → ± 10 jadi beli



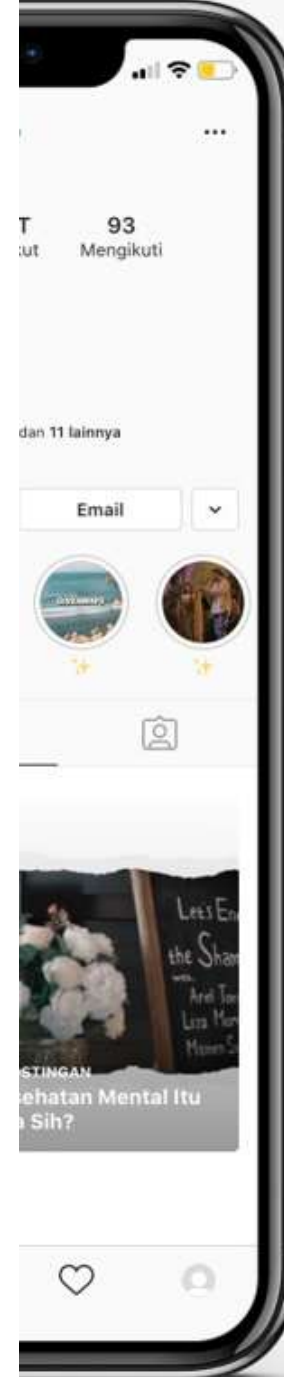
dari
AWARENESS
ke
INTEREST

- Gunakan banyak gambar pada website / toko Anda
- Orang Indonesia TIDAK SUKA BACA, mereka lebih suka gambar, kalau bisa disertai video
- Jangan lupa tonjolkan MEREK Anda. Juga LOGO MEREK jika itu eksklusif milik Anda



dari
INTEREST
ke
DESIRE

- Pancing mereka bertanya (sediakan no contact W A dll)
- Tampilan review & testimonial yang positif
- Tampilkan fitur2 dan cara kerja (tidak sekedar gambar)





dari
DESIRE
ke
ACTION

- Beri DISKON (beli 2 gratis 1, diskon 20%, cashback, point dll)
- Beri konsumen GARANSI dan FREE ONGKIR (sesuaikan produknya)



**GRATIS
ONGKIR**

Perilaku Konsumen ONLINE

- Konsumen biasanya suka searching sebelum membeli produk / jasa, dan mereka biasa chatting dengan penjual. Penjual harus meladeni chatting calon pembeli (tumbuhkan desire mereka)
- Pertimbangkan adanya fasilitas Free Ongkir
- Lakukan kebijakan DISKON secara teratur

Retensi Pelanggan (Customer Retention)

Prinsip: jaga hubungan dengan pelanggan agar dia tidak pindah ke merek lain

Retensi → menahan pelanggan

Aktivitas:

Layanan pelanggan yang cepat dan responsif.

Program loyalitas dan penghargaan (loyalty program, membership).

Personalization dan rekomendasi berbasis data.

Komunikasi dua arah (newsletter, media sosial, chat).



Contoh-contoh:

Starbucks Rewards App:

mengumpulkan data transaksi pelanggan → menawarkan promo personal.

Tokopedia CRM System:

merekomendasikan produk berdasarkan riwayat pencarian dan pembelian.

Bank BCA:

menggunakan CRM untuk segmentasi nasabah prioritas dan pengembangan layanan personal banking.

Nike:

menggunakan kampanye *#JustDoIt* di media sosial untuk mendorong partisipasi pengguna dan memperkuat nilai merek.





Komponen Utama Digital Branding Tools

Website – pusat informasi dan identitas digital merek.

Media Sosial (Instagram, TikTok, X, Facebook, LinkedIn) – tempat membangun engagement dan komunikasi dua arah.

Search Engine Optimization (SEO) – membantu merek mudah ditemukan di mesin pencari.

Content Marketing – menciptakan konten bernilai (artikel, video, podcast) yang memperkuat citra merek.

Email Marketing – menjaga hubungan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Influencer & Online Community – memperluas jangkauan dan membangun kredibilitas melalui figur terpercaya.

Digital Advertising – promosi berbayar yang menargetkan segmen spesifik audiens.