



Pengembangan Marketing Dengan Akses Internet

Oleh :
Agus Muhajir

Apa itu Internet Marketing

Internet Marketing atau Pemasaran Elektronik sendiri adalah sebuah pemasaran elektronik yang dilakukan oleh seseorang baik itu seorang webmaster, praktisi, pemilik website atau siapa saja yang memasarkan barang atau jasa di internet dengan target tertentu yang ia miliki.

Elemen Aktifitas Marketing

ISTILAH	MARKETING TRADISIONAL	MARKETING INTERNET
Publisher atau yang memiliki media	Percetakan yang menyediakan media cetak seperti brosur, pamflet, surat edaran, dan koran. Media elektronik seperti televisi dan radio.	Penyedia jasa email, situs web desktop dan mobile (baik berupa situs web mesin pencari, situs web iklan, dan social media).
Advertiser atau pengiklan yaitu orang yang mengiklankan produk atau jasanya (pemilik barang atau penyedia jasa)	Orang yang mengiklankan produk atau jasanya via marketing tradisional.	Orang yang mengiklankan produk atau jasanya via internet marketing.
Consumer	Konsumen yang melakukan konversi setelah melihat informasi iklan dari produk atau jasa tertentu di media cetak atau media elektronik.	Konsumen yang melakukan konversi setelah melihat informasi iklan dari produk atau jasa tertentu via email atau situs web/mobile.
Ads (Iklan) dan promotion (promosi)	Kolom-kolom iklan/promosi produk/jasa di media cetak dan slot-slot iklan di media elektronik.	Kolom-kolom iklan/promosi produk/jasa di situs web, informasi produk atau jasa di email, dan ads feed di social media.
Advertising agency atau agen periklanan (membantu advertiser atau pengiklan untuk mengiklankan produk atau jasa di media publisher)	Agen iklan surat kabar.	Agen iklan AdWords (PPC).

Ciri – Ciri Marketing Internet #01

Tipe marketing: terpecah-pecah, tersebar, tidak jelas, tidak baku.

Contohnya promosi bisa saja menggunakan update status, kampanye iklan, artikel blog, postingan di komunitas, komentar-komentar, pesan-pesan Twitter, dan lain-lain.

Arah komunikasi: banyak arah (many to many). Baik pihak perusahaan dan calon konsumen sama-sama berbicara dan sama-sama saling mendengar (keduanya aktif).

Jadwal marketing: spontan, tidak ada jadwal jangka panjang. Kampanye iklan biasanya tidak direncanakan secara detail, tapi cepat bereaksi terhadap komentar dan permintaan informasi produk atau layanan.

Ciri – Ciri Marketing Internet #02

Komunikasi dengan konsumen: cepat dan terbuka (public). Reaksi dan respon terhadap komentar dan permintaan informasi dari calon konsumen bisa segera diberikan dalam jangka waktu kurang dari 24 jam.

Ruang lingkup: umum. Tersedia untuk siapa saja, di mana saja, kapan saja (optimal untuk umum).

Kaya akan pengalaman: alternatif, inovatif. Kebutuhan teknis yang berubah, konsep marketing yang inovatif, namun posisi hukum komersial kurang terjamin.

Ciri – Ciri Marketing Internet #03

Supervisi: menjaga konsumen dan platform teknologi yang digunakan.

Aktifitas marketing diselenggarakan oleh otoritas yang terkait dengan penjaminan hak-hak konsumen, kompetitor, dan teknologi yang digunakan baik oleh operator dan pengguna.

Bahasa: alami, langsung. Tidak ada kalimat-kalimat yang sudah disiapkan sebelumnya, tapi respon-respon personal dan jawaban-jawaban singkat saja.

Mereka yang terlibat: media baru di departemen marketing. Departemen social media, departemen public relations, semua karyawan dan pengguna, seluruh manajemen, dan seterusnya.

Bagaimana Kondisinya

- Waktu yang tidak terbatas. (24 jam nonstop)
- Jangkauan pasar luas. (Kita bisa menjangkau dunia)
- Hemat biaya. (Kita bisa menghemat hingga 80% biaya pemasaran)
- Jalin hubungan langsung dengan konsumen. (Bisa chat, email)
- Minim Resiko. (Toko Kita enggak bakal terjadi kebakaran, kemalingan, atau segala hal yang terjadi di real)
- Saingan (Banyak kategori bisnis terutama di Indonesia yang masih minim pesaing melalui pemasaran internet).
- Dan masih banyak manfaat lain yang Kita dapatkan.

Seperti Apa Lingkungannya

- Sosial media (facebook, twitter, google plus, dll)
- Mesin pencari (Google, Bing, Yahoo, Yandex, dll)
- Marketplace (bukalapak, tokopedia, lazada, dll)
- Email Marketing
- Meme Marketing
- Video Marketing. (youtube, vidio.com, dll)
- Forum jual beli.
- Dan banyak lagi.


Aset

- Website
- Postingan blog
- Akun media sosial
- Identitas brand (logo, company profile)
- Jejak online (review/feedback dari pelanggan dll.)

Waspadalah... dan Kendalikan...

- Bagian Pemasaran
- Bagian Produksi
- Bagian Manajemen

Mistic Marketing, Asalkan...

- Jangan asal main penglaris.. wkkkk... 
- Ketahui Kualitas Produk
- Pendidikan Konsumen
- Testimoni
- Selalu Pelajari Hal Baru
- Pelajari Pesaing dan Kelemahan Pesaing
- Jangka Panjang itu Perlu
- The Power Mulut ke Mulut
- ATM : Amati, Tiru, Modifikasi
- Perhatikan juga, Teknik Anti Marketing



Sekian...

Monggo... kita tanya jawab