



BCA syariah

The LOCAL Enablers



belajarlagi

CLASS: 01

DIGITAL MARKETING LANDSCAPE

BY: M FAIZ GHIFARI



BCA syariah



belajarlagi

Faiz Ghifari

CEO & Founder of Belajarlagi

100K+ Followers on Twitter

Previous Experience: EIR at Antler Singapore, CEO Office at Kitabisa, Project Manager WargaBantuWarga. Education: Bachelor from Engineering Management, ITB

Featured in: Mata Najwa, Kick Andy, Kompas, BBC, CNN, Jawa Pos, Tempo, Tech in Asia, Jakarta Post and Voice of America

  @mfaizghifari

<https://www.linkedin.com/in/faizghifari/>

Belajarlagi Portfolio

Belajarlagi has also collaborated with numbers of well-known and top companies in Indonesia.

Corporate Training Program



Marketing Agency



About Us



belajarlagi

PT Belajar Sepanjang Hayat

also known as Belajarlagi is a company that provides training services & marketing agency.

10.000+
Alumni

The numbers of **alumni** are spread across various Indonesian **top companies** and will always grow.

40+
Corporate

The number of corporate that have been entrusted us to collaborate in **enhancing the upskilling and reskilling** of their employees.

80
NPS Score

Above the average NPS score in education & training industry (average NPS score in this industry is 71), means the participants of the training find this training in **impactful and beneficial** to them.



Semua orang udah tau kalo
**Pemasaran Digital / Digital
Marketing** itu ***wajib*** di jalanin tiap
bisnis

Tapi, Apa itu?

**BCA syariah***The LOCAL Creators***belajarlagi**

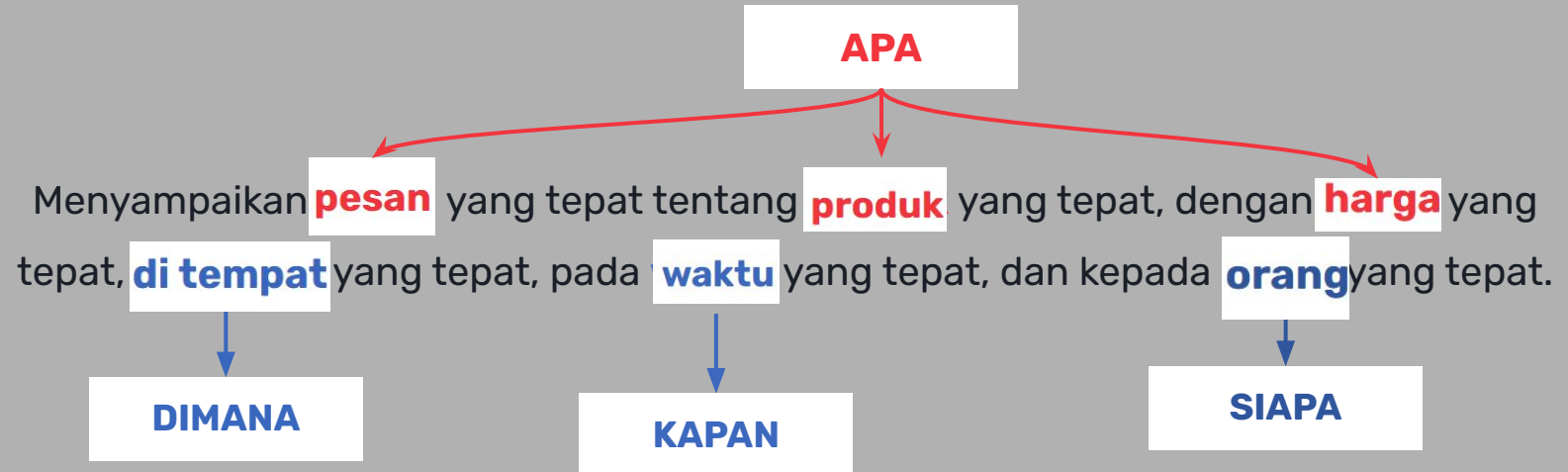


Marketing?

Menyampaikan **pesan** yang tepat tentang **produk** yang tepat, dengan **harga** yang tepat, **di tempat** yang tepat, pada **waktu** yang tepat, dan kepada **orang** yang tepat.



Marketing?





Marketing = Komunikasi



(Filosofi) Marketing



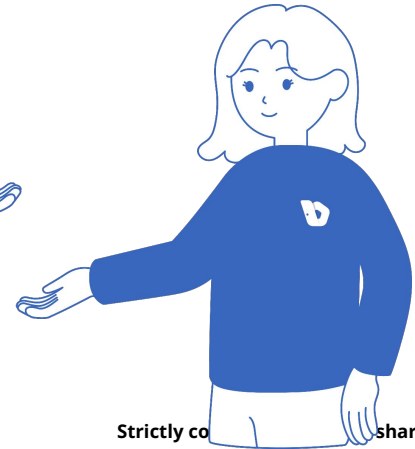
Proses untuk membangun hubungan baik dengan **target audience** kita, dengan menciptakan **hal yang bermanfaat sehingga kita kembali mendapatkan manfaat**



A



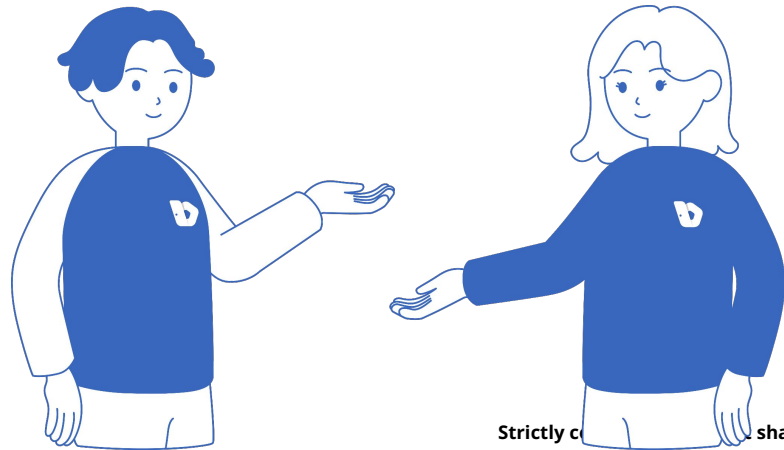
Beli mobil ini yuk,
harganya 100 juta aja





Eh aku mau share pengalaman aku beli mobil pertama dan kenapa beli mobil adalah keputusan terbaik aku tahun ini, mau dengerin ga?

Oh menarik!
Boleh dong share



BCA syariah

The LOCAL Creators



belajarlagi

B



Give, Give, Give...x7



Then Ask



Praktik ***Give, Give, Give, Then Ask*** oleh salah satu peserta kami



Lucy Agatha
@lucyxvlu

...

Nerapin ilmu dari [@MFaizGhifari](#) pas tadi malam di [@belajarlagiHQ](#) . Kaget banget sama responnya 🙏

[Translate Tweet](#)

hari ini aku buatin banyak. Seneng ya ada yang appreciate makanan buatan kita. Oh ya kebetulan aku sekalian buat resepnya, yg mau komen ya

[Translate Tweet](#)



CHEESECAKE SUGAR SEED

Recipe

A Thread



16.36 · 14/01/22 · Twitter for iPhone

5:37 PM · Jan 14, 2022 · Twitter for iPhone

24 Retweets 6 Quote Tweets 251 Likes

Praktik ***Give, Give, Give, Then Ask*** oleh salah satu peserta kami



Lucy Agatha
@lucyxvlu

Nerapin ilmu dari [@MFaizGhifari](#) pas tadi malam di [@belajarlagiHQ](#) . Kaget banget sama responnya 🤔

[Translate Tweet](#)

hari ini aku buat banyak. Seneng ya ada yang appreciate makanan buatan kita. Oh ya kebetulan aku sekalian buat resepnya, yg mau komen ya

[Translate Tweet](#)



CHEESECAKE "SUGAR SEED"

Recipe

A Thread



16.36 · 14/01/22 · Twitter for iPhone

5:37 PM · Jan 14, 2022 · Twitter for iPhone

24 Retweets 6 Quote Tweets 251 Likes



Lucy Agatha @lucyxvlu · Jan 14

NO BAKED STRAWBERRY CHEESECAKE "SUGAR SEED"

Recipe

A Thread



316

14.4K

64.2K



[Show this thread](#)

Praktik *Give, Give, Give, Then Ask* oleh salah satu peserta kami



Give
(Recipe)



Ask



BCA syariah



belajarlagi



01. Marketing Fundamental

- Definisi
- Konvensional vs Digital

02. RASI Frameworks

- Riset Market
- Analisis
- Strategi
- Iterasi



Konsep Dasar (Digital) Marketing



**Riset Pasar &
Pengumpulan
Informasi**

Analisis

**Strategi
Marketing**

**Kontrol
&
Iterasi**

Riset Pasar

Riset Kompetitor



**Riset Pasar &
Pengumpulan
Informasi**

Analisis

**Strategi
Marketing**

**Kontrol
&
Iterasi**

Riset Pasar

Segmentasi

Riset Kompetitor

Targeting

Positioning

Value Prop & USP



**Riset Pasar &
Pengumpulan
Informasi**

Analisis

**Strategi
Marketing**

**Kontrol
&
Iterasi**

Riset Pasar

Segmentasi

Marketing Goals & Objective

Riset Kompetitor

Targeting

Optional : 4P Marketing Mix

Positioning

Value Prop & USP



**Riset Pasar &
Pengumpulan
Informasi**

Analisis

**Strategi
Marketing**

**Kontrol
&
Iterasi**

Riset Pasar

Segmentasi

Marketing Goals & Objective

Riset Kompetitor

Targeting

Opsional : 4P Marketing Mix

Positioning

Value Prop & USP

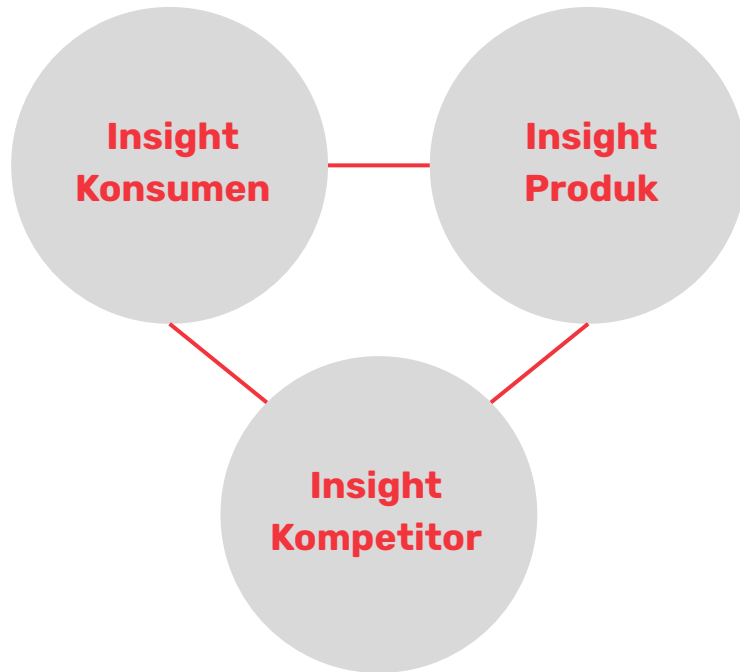
3 Insight utama yang harus Anda pertimbangkan:



BCA syariah



belajaragi



Insight Konsumen

Memahami siapa konsumen kita (apa yg mereka sukai/tidak sukai, trend yg mereka ikutin), perilaku, preferensi, dan kebutuhan mereka.

Insight Produk

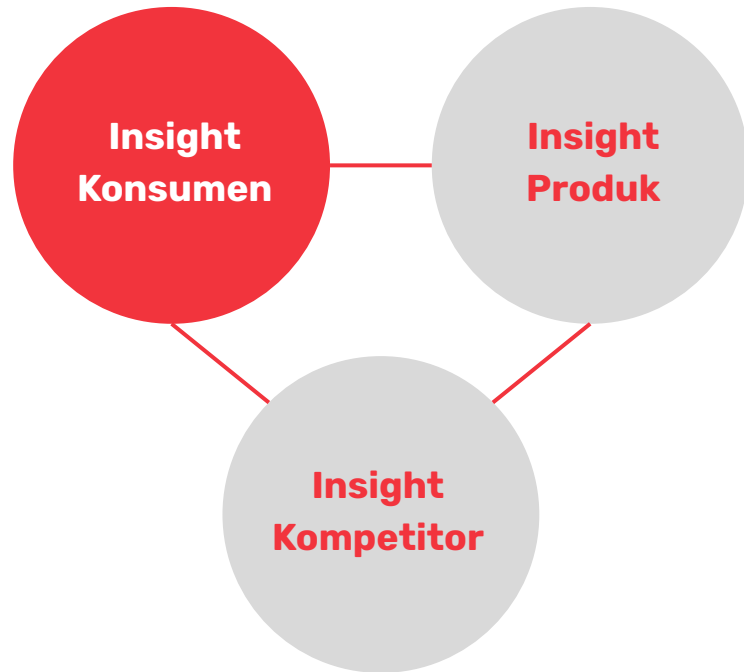
Pemahaman mendalam akan produk yang kita miliki dan kelebihan dari produk yang kita tawarkan.

Insight Kompetitor

Identifikasi keunggulan dan kelemahan kompetitor sebagai sarana memahami pilihan lain yang disajikan pada target market kamu.



3 Insight utama yang harus Anda pertimbangkan:



Insight Konsumen

Memahami siapa konsumen kita (apa yg mereka sukai/tidak sukai, trend yg mereka ikutin), perilaku, preferensi, dan kebutuhan mereka.

Insight Produk

Pemahaman mendalam akan produk yang kita miliki dan kelebihan dari produk yang kita tawarkan.

Insight Kompetitor

Identifikasi keunggulan dan kelemahan kompetitor sebagai sarana memahami pilihan lain yang disajikan pada target market kamu.

DUA TIPE RISET PASAR

Primer

Memberikan hasil yang spesifik terkait perusahaan Anda

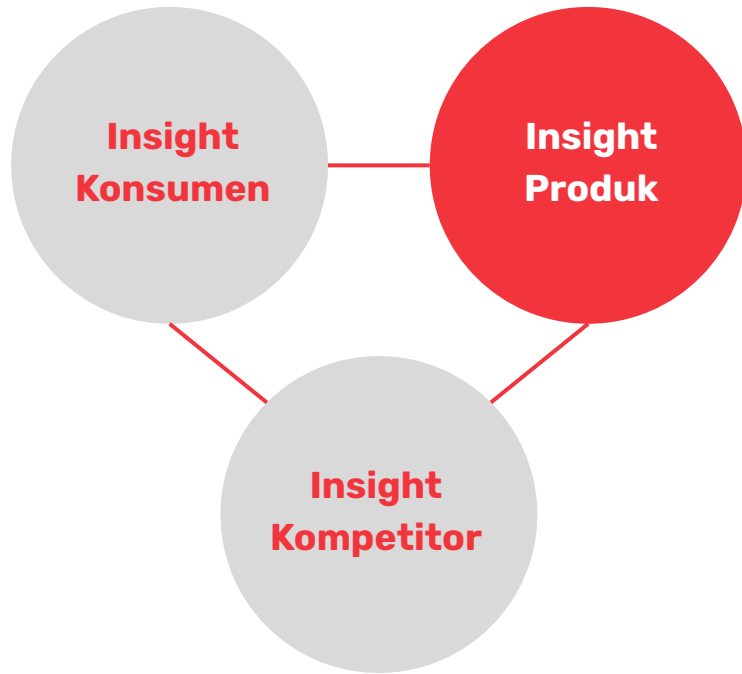


Sekunder

Melibatkan hasil studi yang telah selesai terhadap situasi Anda



3 Insight utama yang harus Anda pertimbangkan:



Insight Konsumen

Memahami siapa konsumen kita (apa yg mereka sukai/tidak sukai, trend yg mereka ikutin), perilaku, preferensi, dan kebutuhan mereka.

Insight Produk

Pemahaman mendalam akan produk yang kita miliki dan kelebihan dari produk yang kita tawarkan.

Insight Kompetitor

Identifikasi keunggulan dan kelemahan kompetitor sebagai sarana memahami pilihan lain yang disajikan pada target market kamu.



Insight Produk: S.W.O.T

S.W.O.T



BCA syariah



belajarlagi

STRENGTH
(kekuatan)

WEAKNESS
(kelemahan)

OPPORTUNITY
(kesempatan)

THREAT
(ancaman)

S.W.O.T

**BCA syariah****belajarlagi**



Misal, aku punya produk
Indomie

S.W.O.T



BCA syariah



belajarlagi

INTERNAL

STRENGTH

(Kekuatan dari brand kita)

- Varian rasa yang beragam
- Distribusi yang luas (domestik & internasional)
- Harga terjangkau

WEAKNESS

(Kelemahan dari brand kita)

- Kandungan gizi
- Ketergantungan pasar domestik

EKSTERNAL

OPPORTUNITY

(Kesempatan yang ada & menguntungkan)

- Ekspansi pasar (Eropa)
- Trend makanan instant

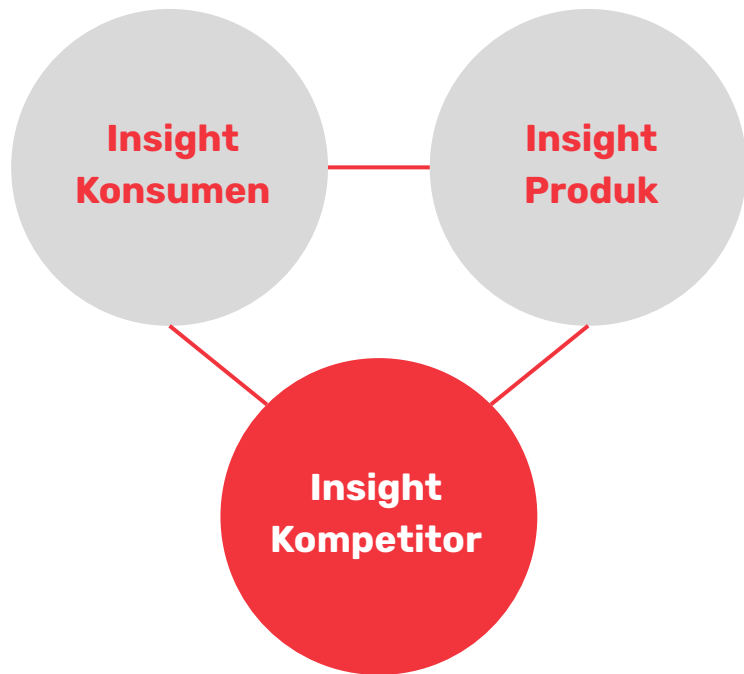
THREAT

(Ancaman terhadap brand kita)

- Banyak kompetitor yang berinovasi
- Perubahan kebiasaan konsumen
(Sentimen terhadap kandungan gizi)



3 Insight utama yang harus Anda pertimbangkan:



Insight Konsumen

Memahami siapa konsumen kita (apa yg mereka sukai/tidak sukai, trend yg mereka ikutin), perilaku, preferensi, dan kebutuhan mereka.

Insight Produk

Pemahaman mendalam akan produk yang kita miliki dan kelebihan dari produk yang kita tawarkan.

Insight Kompetitor

Identifikasi keunggulan dan kelemahan kompetitor sebagai sarana memahami pilihan lain yang disajikan pada target market kamu.



"Jika Anda mengenal musuh dan mengenal diri Anda sendiri, Anda tidak perlu takut akan hasil dari seratus pertempuran.

Jika Anda mengenal diri Anda sendiri tetapi tidak mengenal musuh, untuk setiap kemenangan yang diperoleh, Anda juga akan mengalami kekalahan.

Jika Anda tidak mengenal musuh maupun diri Anda sendiri, Anda akan menyerah dalam setiap pertempuran." - Sun Tzu



Jenis-jenis Kompetitor

1

DIRECT **(langsung)**

Kompetitor yang menawarkan **produk atau jasa yang sama** dengan perusahaanmu.

2

INDIRECT **(tidak langsung)**

Kompetitor yang menawarkan produk atau jasa yang memiliki **kategori sama** dengan perusahaanmu.

3

REPLACEMENT **(pengganti)**

Sering disebut phantom competitors. Kompetitor yang produk atau jasanya **berbeda** denganmu, tapi **kemungkinan dipilih** pelanggan.

Example:



BCA syariah



belajarlagi

Product kita adalah Big Mac di Mcdonald's



DIRECT

Kompetitor yang menawarkan produk atau jasa yang sama dengan perusahaanmu.



INDIRECT

Kompetitor yang menawarkan produk atau jasa yang memiliki kategori sama dengan perusahaanmu.

NETFLIX

REPLACEMENT

Sering disebut phantom competitors. Kompetitor yang produk atau jasanya berbeda denganmu, tapi kemungkinan dipilih pelanggan.

QUIZ



BCA syariah



belajarlagi

Makanan pendamping ASI (MPASI)

1

DIRECT
(langsung)

2

INDIRECT
(tidak langsung)

3

REPLACEMENT
(pengganti)

QUIZ



BCA syariah



belajarlagi

Makanan pendamping ASI (MPASI)

1

DIRECT
(langsung)

Catering makanan bayi

2

INDIRECT
(tidak langsung)

Makanan Instant

3

REPLACEMENT
(pengganti)

Ibu ibu yang memasak
di rumah

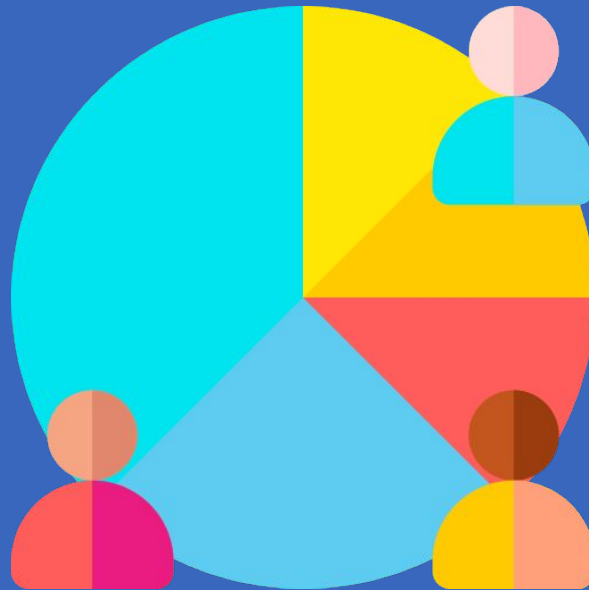


BCA syariah



belajarlagi

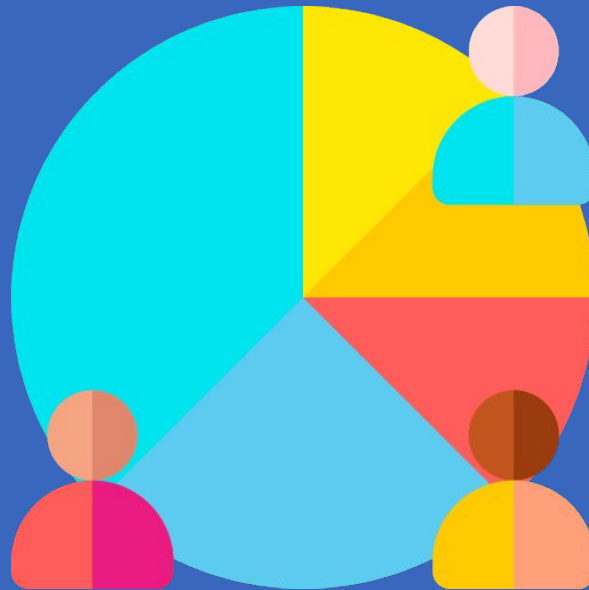
S.T.P





S.T.P

Segmenting, Targeting, Positioning



Marketing Mix

Adalah kumpulan variabel yang bisa digunakan untuk membantu kamu **mempromosikan value sebuah brand kepada konsumen**, sehingga konsumen akan memiliki persepsi yang kamu inginkan tentang brand kamu.



4P Marketing

Product (Produk)

- Dengan tau produk kita, kita bisa punya lebih banyak value yang bisa ditawarkan untuk audiens.

(Apa produk yang ada di bisnis kita?)

Price (Harga)

- Nilai atau harga yang diberikan konsumen untuk memperoleh produk/jasa
- **(Berapa harga product atau range harga?)**

Place (Tempat)

- Lokasi dimana kita akan menjual atau menawarkan produk

(Dimana lokasinya? Ada toko fisik? Atau ada di marketplace?)

Promotion (Promosi)

- Upaya kita untuk mengkomunikasikan atau menarik perhatian terhadap produk kita
- **(Apa media promosi nya? Banner, Baliho, Strategi Diskon dll)**

Studi Kasus

**Es Teh Indonesia
belum 5 tahun
punya 700+ outlet
di seluruh
Indonesia.**



Yuk bedah 4P mix marketing es teh indonesia



Hasil bedah 4p mix marketing es teh indonesia



BCA syariah



Product

- Produk Es Teh, dari kualitas enak, lihat aja rating di google, dan delivery food
- Variasi Produk, 22 varian rasa dengan topping yang berbeda-beda Pengemasan, simple tapi toppingnya bikin ngiler

Pricing

- Harga dari minuman, mulai dari Rp8.000 hingga Rp32.000 disesuaikan dengan toppingnya.
- Harga franchise Rp 130 juta, ya kalau sama lain-lain kurleb Rp 250 juta, untuk mitra Es Teh Indonesia juga tidak semua diterima, jadi cukup selektif.

Place

- Outlet Es Teh Indonesia, per Juni 2022, secara resmi telah beroperasi di 700+ kebun (sebutan outlet) yang tersebar di seluruh Indonesia.
- Posisi outlet yang mudah ditemukan, memudahkan konsumen yang ingin beli atau mau kirim-kirim pas pacar lagi badmood.
- Dekat sama tempat mahasiswa
- Gofood

Promotion

- Tiktok, tempat promosi utama dari Es Teh Indonesia akun Tiktok @estehindonesia punya 4 juta likes 214 follow
- Image minuman "recek" , mudah ditemukan, story perjalanan usaha dari nol ditemukan dari konten-kontennya Kalau awal launch ada bundle Penamaan

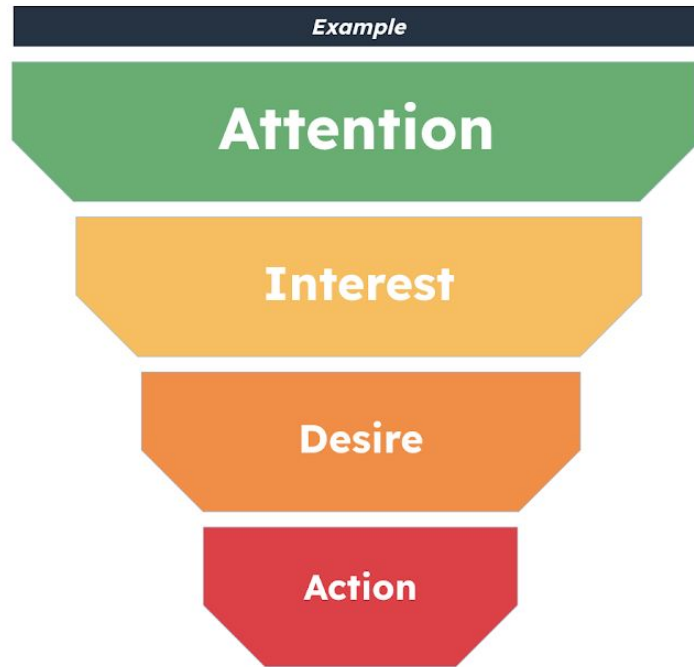


Alur Ekosistem **Pemasaran Digital**



Atau namanya adalah.....
Digital Marketing Funnel!

Tahapan audiens di AIDA



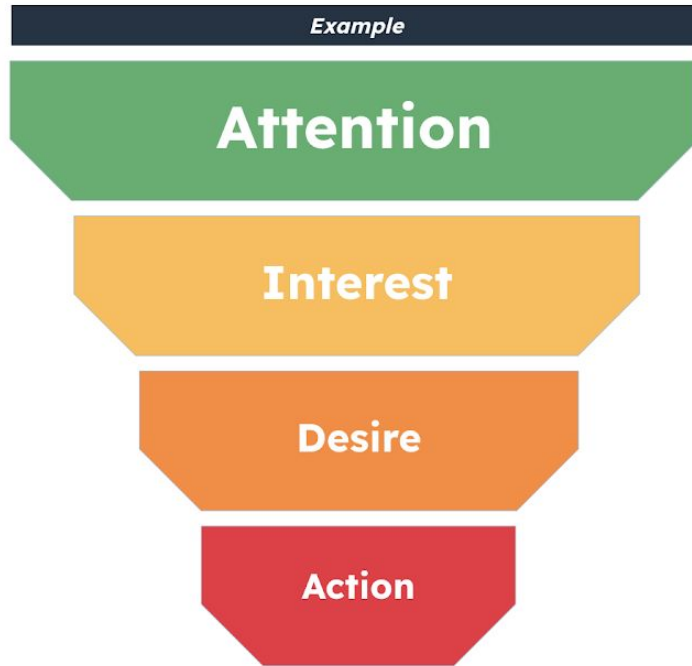
Tahap di mana konsumen pertama kali menyadari adanya produk kita

Tahap dimana orang mulai menunjukkan minat terhadap produk kita dan mencari informasi lebih lanjut.

Tahap di mana orang ada keinginan kuat untuk memiliki atau menggunakan produk kita

Tahap di mana konsumen mengambil tindakan untuk membeli atau menggunakan produk kita.

Yang dilakukan audiens pada setiap funnel



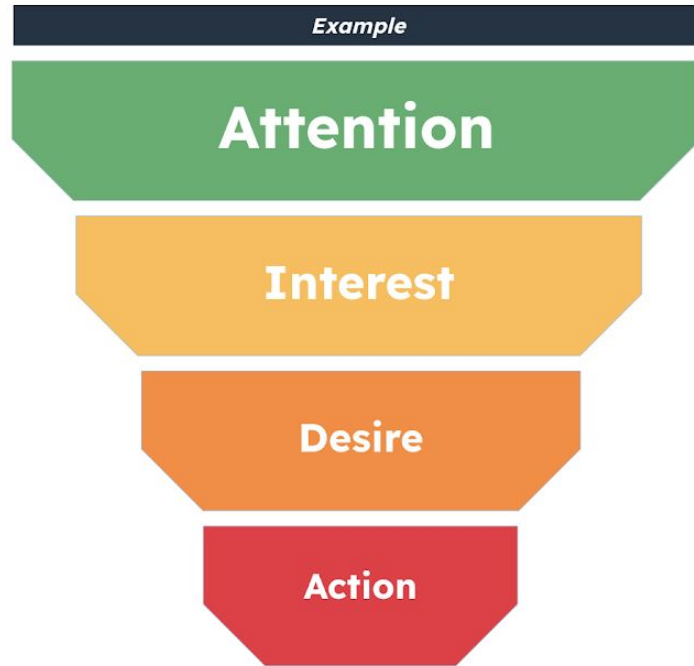
Terpapar di sosial media yang memperkenalkan produk kita kepada audiens baru.

Baca artikel, nonton video tutorial, atau ulasan produk yang menjelaskan manfaat dan fitur produk kita

Baca testimoni pelanggan atau mulai kontak kita untuk tau detail product kita

Proses checkout di marketplace, di whatsapp atau dimanapun melalui channel yg kita sediakan!

Channel audiens di tiap funnel



Social Media organic, Ads

Youtube, website

Social Media, Whatsapp, Marketplace

Whatsapp, marketplace

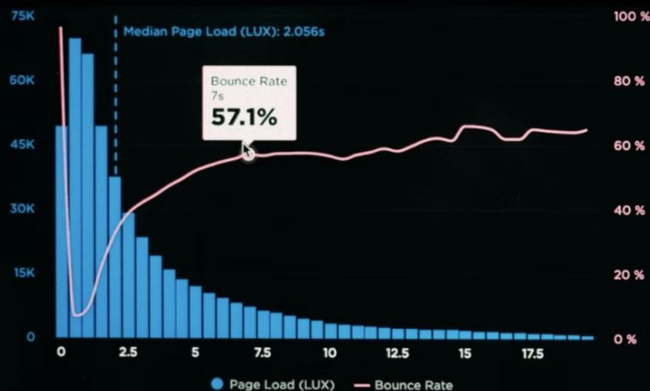


Customer Relationship Management

USERS: LAST 7 DAYS USING MEDIAN ▾

LOAD TIME VS BOUNCE RATE

⚙️ OPTIONS



PAGE VIEWS VS ONLOAD

⚙️ OPTIONS

Page Load (LUX)

Page Views (LUX)

Bounce Rate (LUX)

0.7s

2.7Mpvs

40.6%



What is CRM?

Adalah singkatan dari:

Customer Relationship Management

Strategi perusahaan untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola **hubungan dengan customer** maupun prospek.



Kenapa perlu CRM?

1. Meningkatkan **satisfaction** customer
2. Meningkatkan **retention** customer
3. Membuat customer melakukan **referring** kepada prospek



Kenapa perlu CRM?

1. Meningkatkan **satisfaction** customer
2. Meningkatkan **retention** customer
3. Membuat customer melakukan **referring** kepada prospek



Meningkatkan **CLTV**



BCA syariah



belajarlagi

your love makes
me happy



BCA syariah

The LOCAL
Creators



belajarlagi

Apa sih yang membuat
sebuah relationship
berhasil?



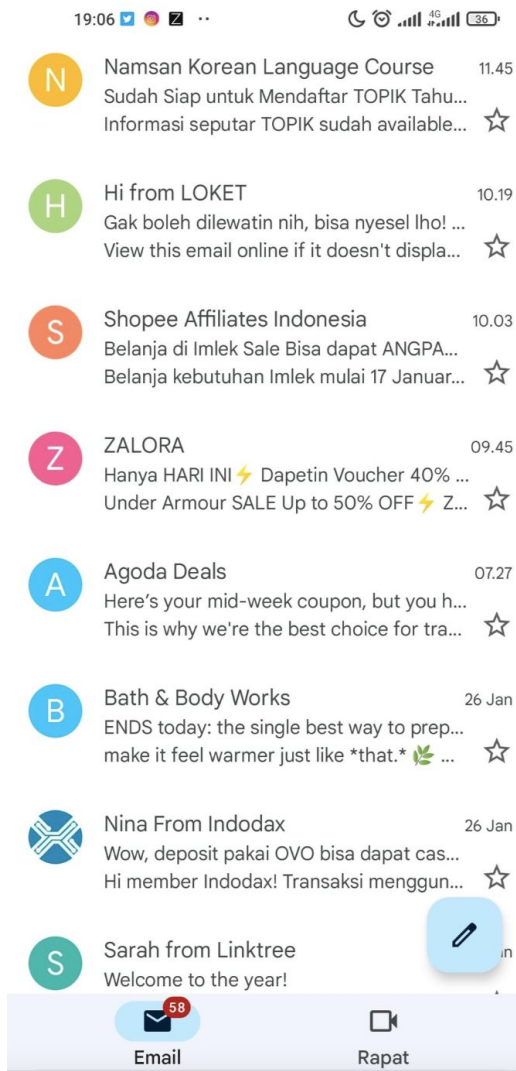
BCA syariah



belajarlagi

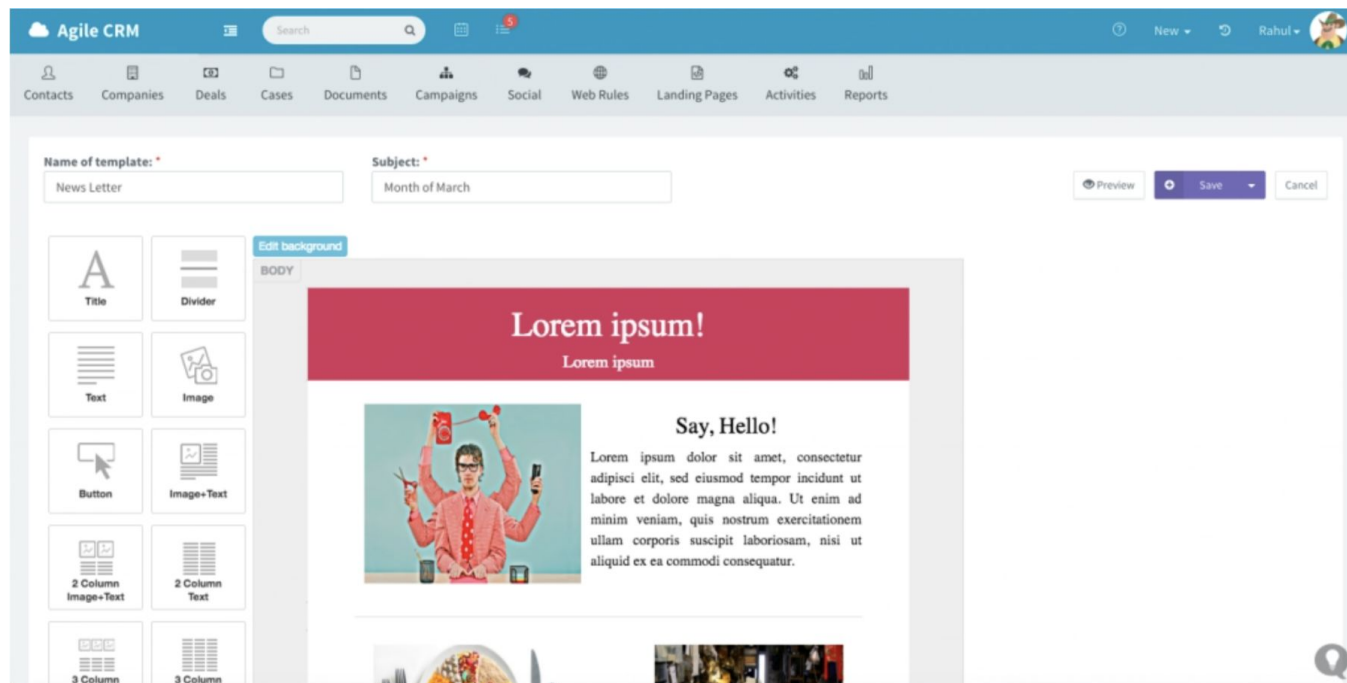
Fokus dari CRM?

- Fokus ke Customer (**Customer Centric**)
 - Kenali **persona & kebutuhan** customer pada setiap tahapan relationship
 - **Tanggap merespon** kebutuhan customer dengan campaign khusus
- **Optimalisasi Touch Point** Bisnis/perusahaan kamu

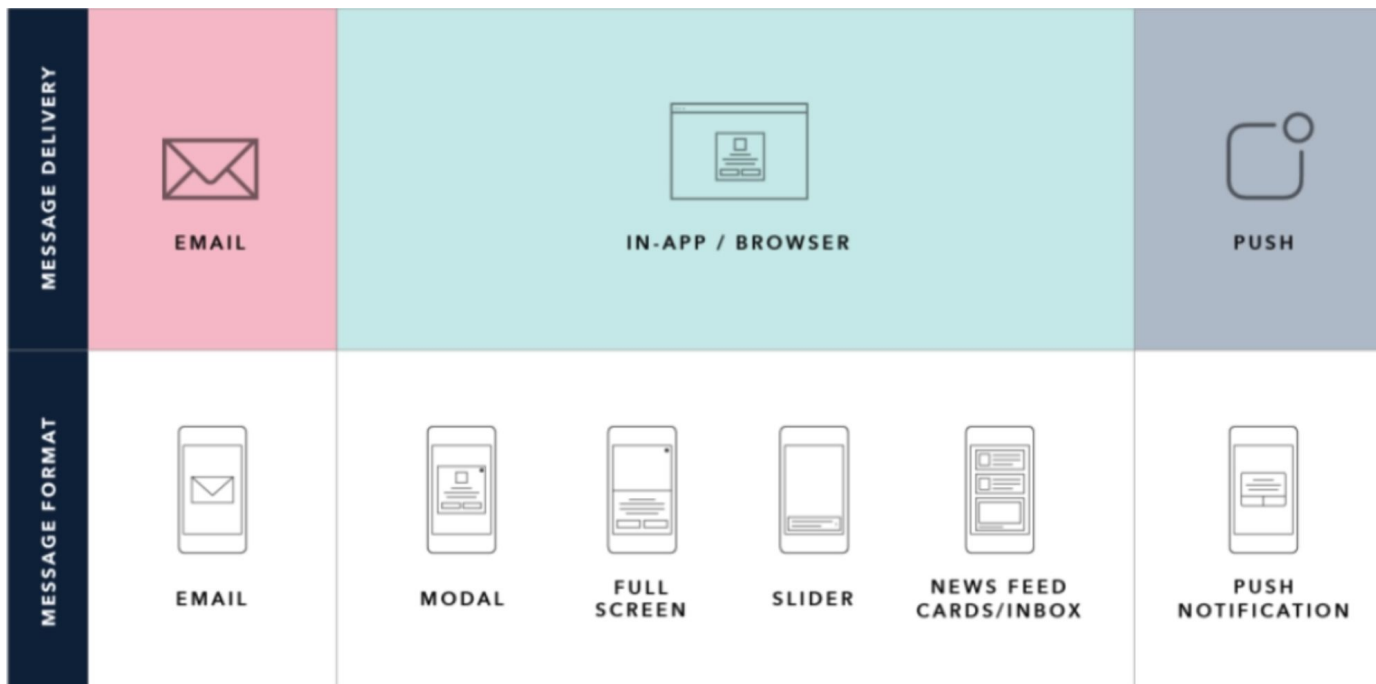
**BCA syariah***The LOCAL*
Snablers**belajarlagi**

Ini adalah bagian dari CRM

CRM jaman dulu...



CRM sekarang...

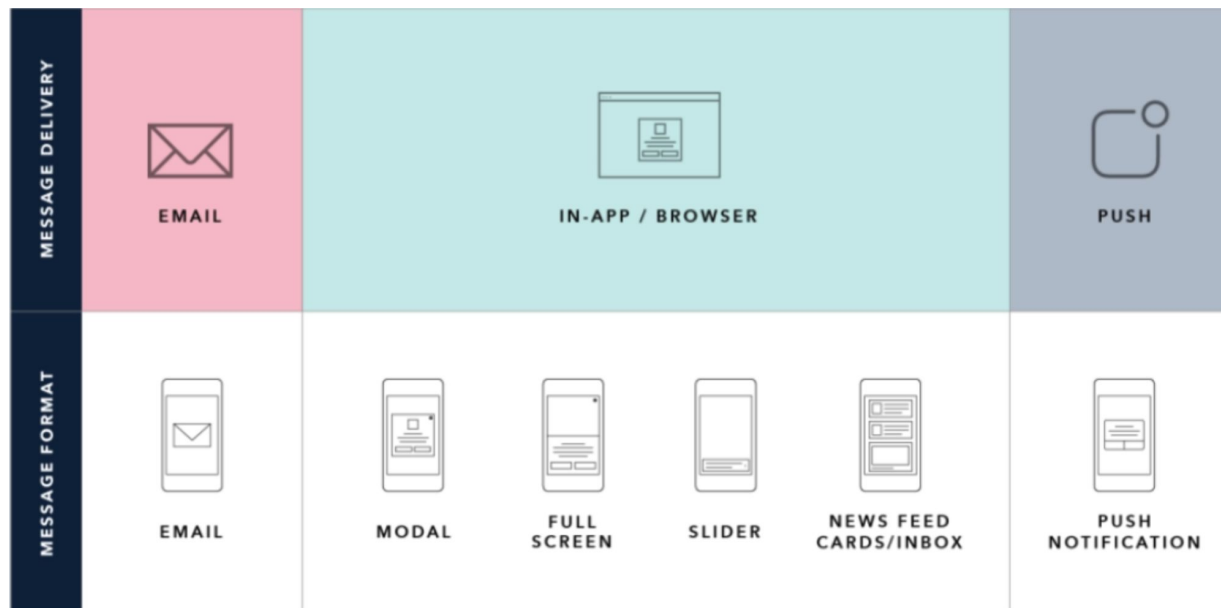


Push Notifications



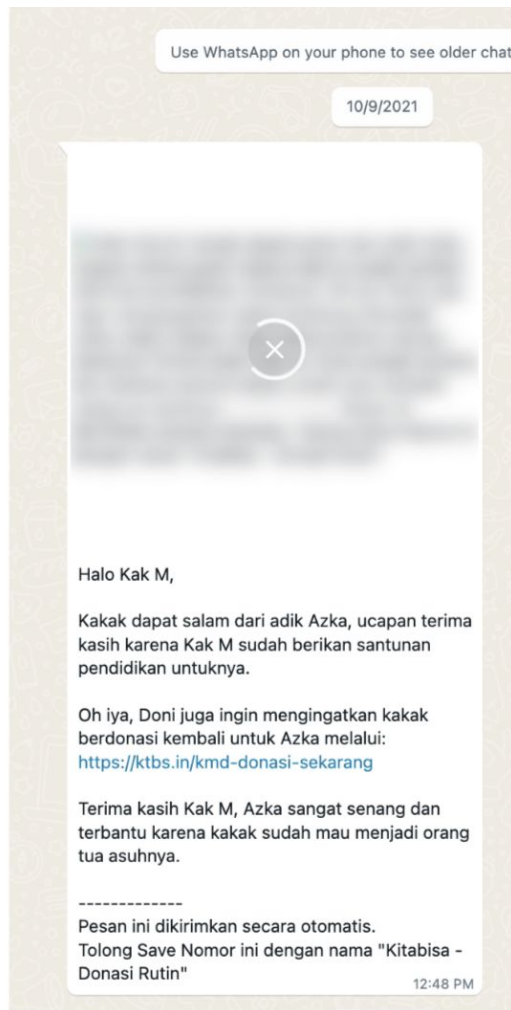
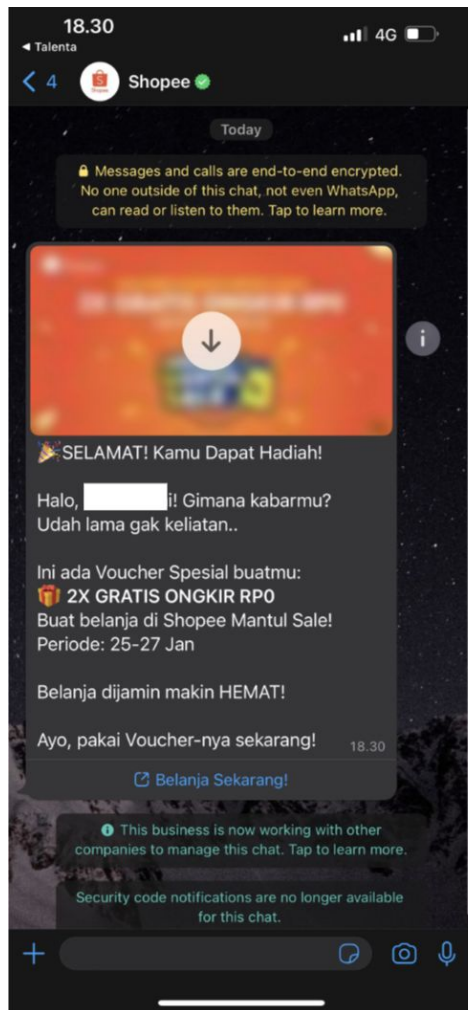
In-Apps CRM





Other

- SMS
- WhatsApp
- Telegram
- FB Messenger
- etc...



BCA syariah



belajarlagi

Whatsapp CRM Example



BCA syariah

The LOCAL
Creators

belajarlagi



Content

1. **Understand** the basic of CRM



Best practices on CRM Channels

Email Marketing

**BCA syariah****belajarlagi**



COMMON METRICS:

- **OPEN RATE**

Open/Sent

(Click on Subject/Sent)

- **CLICK THROUGH RATE
(CTR)**

Click Content/Sent

(Click on Content/Sent)

- **CLICK THROUGH
OPEN RATE (CTOR)**

Click/Open

(Click on Subject/Sent)

- **CONVERSION RATE**

Convert/Sent

(Convert to Goal/Sent)

COMMON METRICS:

- **OPEN RATE**
Open/Sent
(Click on Subject/Sent)
- **CLICK THROUGH RATE (CTR)**
Click Content/Sent
(Click on Content/Sent)
- **CLICK THROUGH OPEN RATE (CTOR)**
Click/Open
(Click on Subject/Sent)
- **CONVERSION RATE**
Convert/Sent
(Convert to Goal/Sent)

SUBJECT

Impact on OR

SENDER NAME

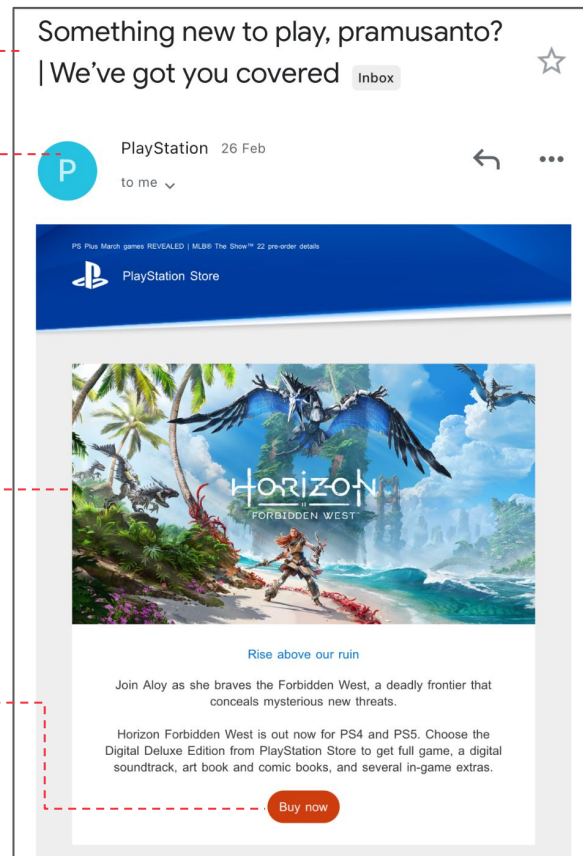
Impact on OR

MAIN CONTENT

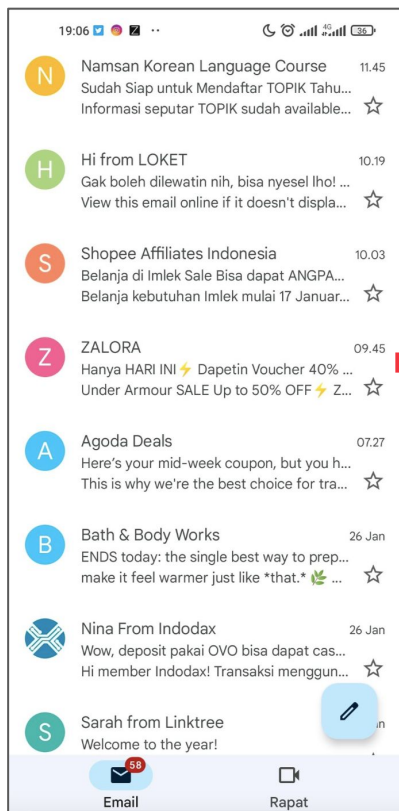
Impact on CTR | CTOR | CR

CTA BUTTON

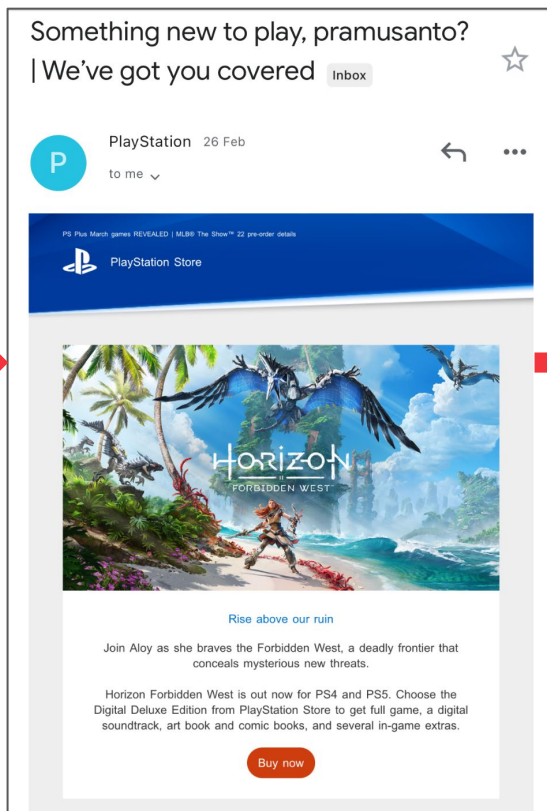
Impact on CTR | CTOR | CR



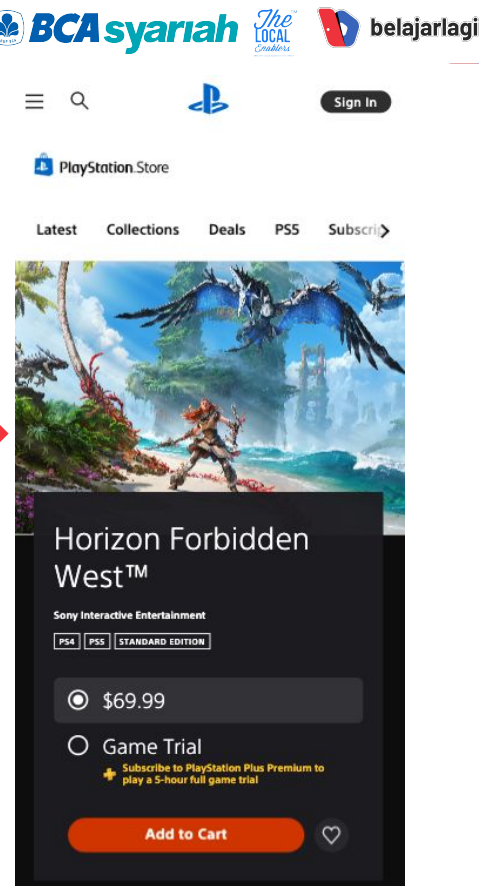
JOURNEY USER ON EMAIL



**OPEN
RATE**



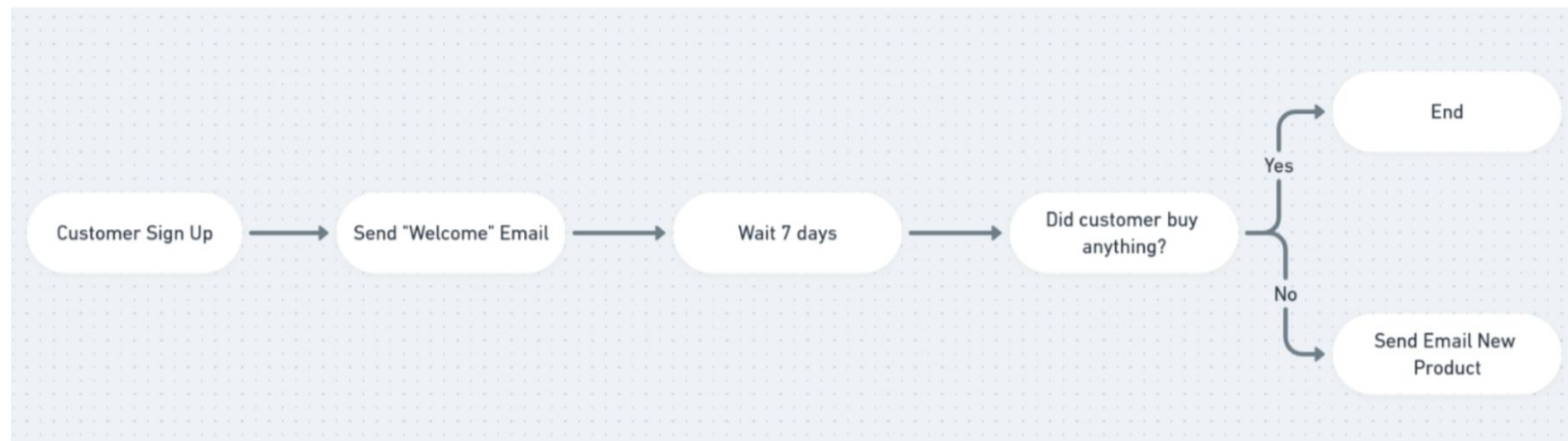
CTOR



CVR/CTR

Drip Campaign

Automated sets of communications that go out based on specific timelines or user actions - **mailchimp, convertkit, mailerlite. Free version.**



Pierre's Shop

Dear Sir/Madam,

Thank you for joining Pierre's shop newsletter.
At Pierre's shop, we are committed to deliver the best product to you



Thank You!



Copyright © 2019 "[LIST:COMPANY]", All rights reserved.
"[LIST:DESCRIPTION]"



BCA syariah

The LOCAL
Creators



belajarlagi

To:

Recipient's email address

From:

Pierre Shop

no-reply-pierreshop@gmail.com

Subject:

Welcome to Pierre Shop

Preview Text:

Apa yang salah dari email ini?

Pierre's Shop

LOGO



BCA syariah



belajarlagi

Dear Sir/Madam,

Thank you for joining Pierre's shop newsletter.

At Pierre's shop, we are committed to deliver the best product to you



CTA

Thank You!

To:

Recipient's email address

From:

Pierre Shop

no-reply-pierreshop@gmail.com

Subject:

Welcome to Pierre Shop

Preview Text:

UNSUBSCRIBE

Copyright © 2019 "[LIST:COMPANY]", All rights reserved.
"[LIST:DESCRIPTION]"

Some email marketing best practices



1. Make sure your subject and email content is relevant and **not spammy**
2. Make sure your email is **personalized**

Hi <first name>

Use your **buyer persona** to tailor your message
3. Have a clear goal and a clear **CTA**
4. Send at a **relevant time** and don't send too often
5. Double check for coherence, **grammatical error** and links
6. Make sure the email works on **mobile**
7. Give options to **unsubscribe** easily

WhatsApp Broadcast Intro



Abandoned Cart Recovery Via WhatsApp



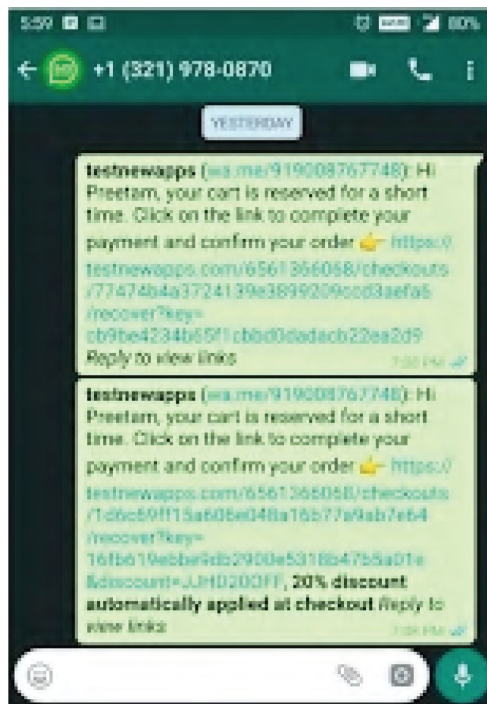
BCA syariah

The LOCAL Creators



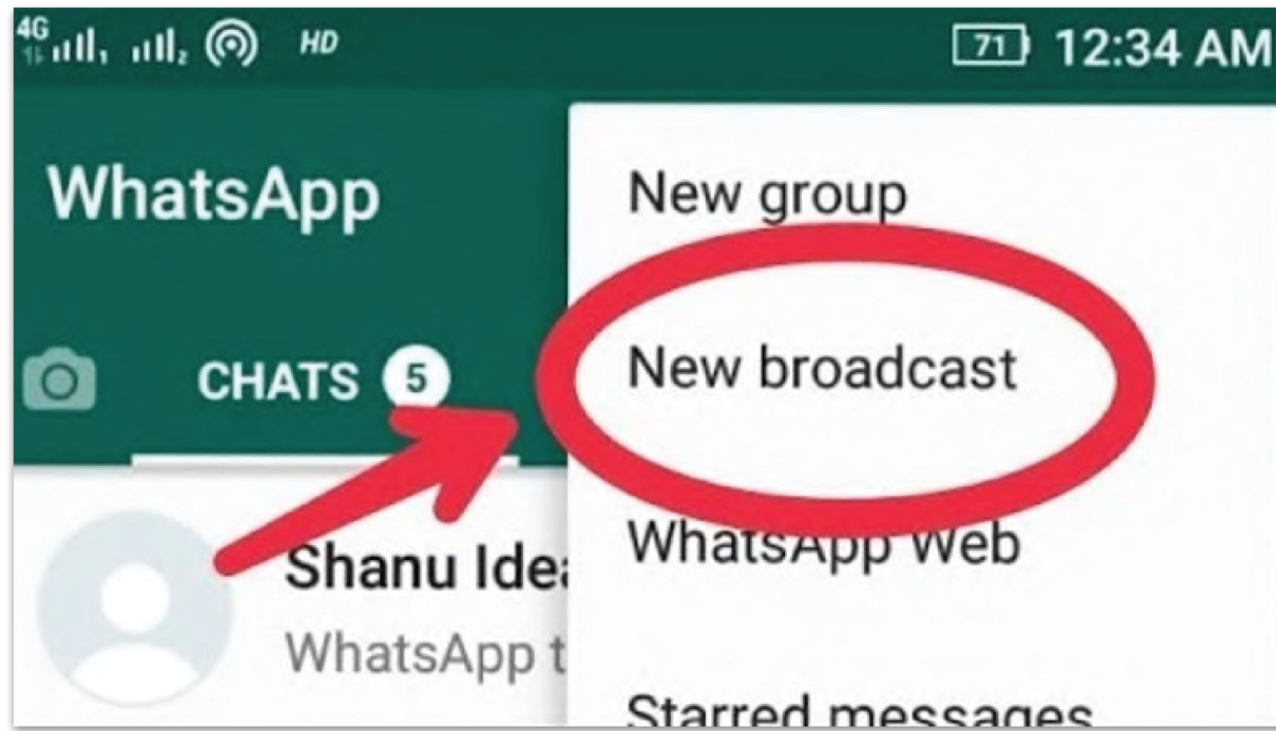
belajarlagi

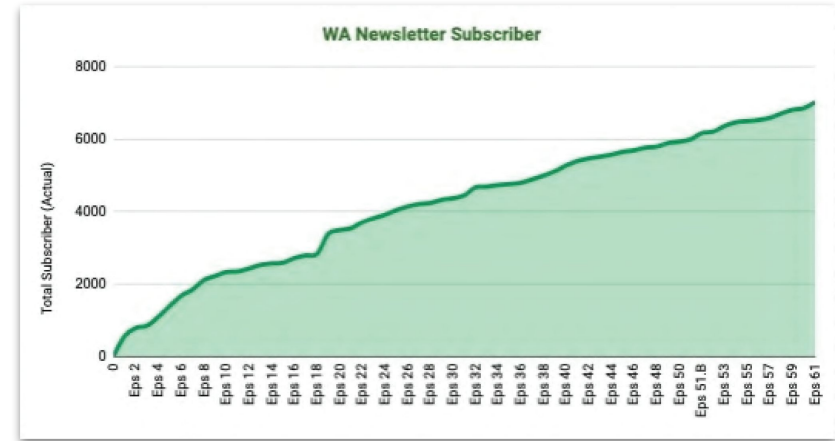
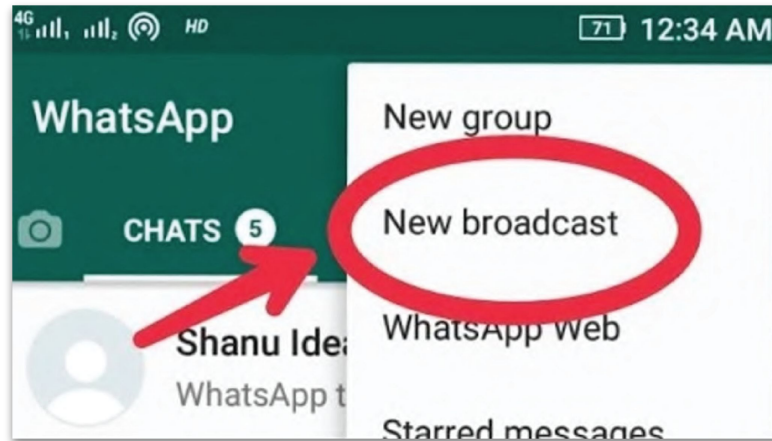
Messages are sent from WhatsApp-approved bot number



Without discount

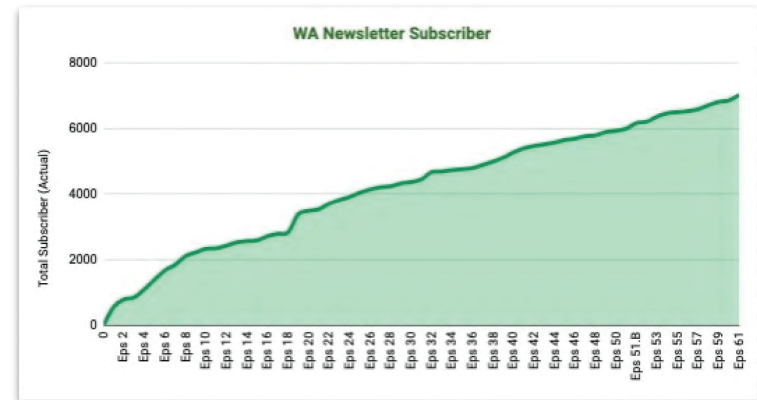
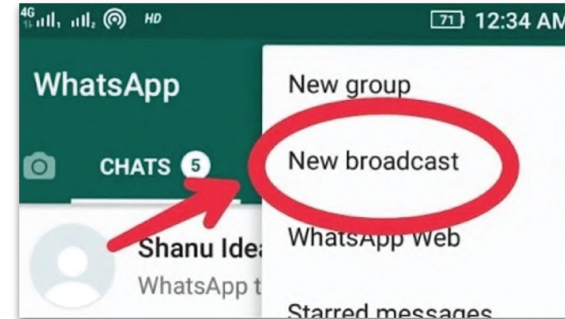
With discount







Eps #					
A	B	C	D	E	F
Eps 24	3915	2.38%	Greater		
Eps 25	4043	3.17%	Greater	Tweet Feynman Technique	Total Message Sent
Eps 26	4142	2.39%	Greater	Tweet Membangun kebiasaan membaca artikel	
Eps 27	4211	1.64%	Greater		
Eps 28	4239	0.66%	Smaller		
Eps 29	4328	2.06%	Greater		
Eps 30	4369	0.94%	Smaller		
Eps 31	4450	1.82%	Greater	Tweet Inversion Thinking	
Eps 32	4671	4.73%	Greater	Logos Tweet	
Eps 33	4690	0.91%	Smaller		
Eps 34	4733	0.57%	Smaller		
Eps 35	4760	0.57%	Smaller		
Eps 36	4795	0.73%	Smaller		
Eps 37	4891	1.96%	Greater	Pencatatan konten oleh Mas Dodi & Tweet	
Eps 38	4994	2.06%	Greater	Cara Membuat Website	
Eps 39	5110	2.27%	Greater	konten poster berbahasa Indonesia	
Eps 40	5270	3.04%	Greater	Webinar Klikkias	
Eps 41	5393	2.28%	Greater	Testimoni Subscriber + Professional Gesture	
Eps 42	5467	1.35%	Greater	Tweet survivorship bias tweet	
Eps 43	5512	0.82%	Smaller		
Eps 44	5570	1.04%	Greater		
Eps 45	5647	1.36%	Greater	Good Newsletter edition on Sunk Cost Fallacy	
Eps 46	5686	0.69%	Smaller		
Eps 47	5762	1.32%	Greater		
Eps 48	5786	0.41%	Smaller		
Eps 49	5888	1.73%	Greater		
Eps 50	5927	0.66%	Smaller		
Eps 51	5992	1.08%	Greater		
Eps 51.B	6170	2.88%	Greater	Toward 6000 Announcement on Twitter	
Eps 52	6206	0.58%	Smaller		
Eps 53	6367	2.53%	Greater	8760 workshop	
Eps 54	6468	1.56%	Greater		
Eps 55	6499	0.48%	Smaller		
Eps 56	6530	0.47%	Smaller		
Eps 57	6589	0.90%	Smaller		
Eps 58	6711	1.82%	Greater		
Eps 59	6812	1.48%	Greater	Tweet Habit Stacking	
Eps 60	6853	0.60%	Smaller		
Eps 61	7024	2.43%	Greater		
		#DIV/0!	#DIV/0!		



Contoh WA API Tools



BCA syariah



belajarlagi

Penawaran terbatas! Omnichannel CRM diskon hingga 30%* KHUSUS HARI INI SAJA

Qontak
by mekari

WhatsApp API API Documentation Harga Hubun

Official Business Partner of WhatsApp API di Indonesia

Gunakan WhatsApp API untuk Mempercepat Bisnis Anda

- WhatsApp API di perangkat tak terbatas dilengkapi dengan routing agen
- Otomatiskan notifikasi WhatsApp dan blast pesan
- Chatbot yang dapat disesuaikan telah tertanam di sistem WA API
- Integrasi WhatsApp API dan channel percakapan & media sosial lainnya
- Termasuk sistem penjualan & layanan pelanggan yang canggih

Dapatkan Gratis Akun Demo

HIPAA COMPLIANT
ISO 9001 CERTIFIED
ISO 27001 CERTIFIED

qiscus Solusi ▾ Fitur ▾ Harga Tentang Kami ▾ Bantuan ▾ Indonesia ▾

Mitra Bisnis Resmi Whatsapp API & Instagram API

Omnichannel Platform untuk Tingkatkan Penjualan dan Loyalitas Pelanggan.

Lakukan percakapan langsung dengan customer melalui 20+ channel secara scalable dalam satu platform dan berikan customer experience terbaik dengan Qiscus.

Hubungi kami dan cari tahu bagaimana Qiscus dapat membantu bisnis Anda terus berkembang!

[Get Demo + Free Trial](#)



BCA *syariah*

The
LOCAL
Enablers
enabling local businesses to grow



belajarlagi

Terima Kasih ✨