



# **DIGITAL BRANDING & MARKETING**

Rangga Wisesa, M.Si, CICS

# BUSINESS MODEL



# ABOUT THE COMPANY

## OUR STORY

Presentations are communication tools that can be used as demonstrations, lectures, speeches, reports, and more.

Most of the time, they're presented before an audience. It serves a variety of purposes, making them powerful tools for convincing and teaching.

# **BUSINESS MODEL**

**BUSINESS TO BUSINESS (B2B)**

**BUSINESS TO CONSUMER (B2C)**

**CONSUMER TO CONSUMER (C2C)**

**CONSUMER TO BUSINESS (C2B)**

**BUSINESS TO ADMINISTRATION (B2A)**

**CONSUMER TO ADMINISTRATION (C2A)**

**OFFLINE TO ONLINE (O2O)**



# **BUSINESS TO BUSINESS (B2B)**



**KERJASAMA 2 PERUSAHAAN  
CONTOH : BIZZY.CO, YANG MELAYANI PENJUALAN PERALATAN  
KANTOR**

# BUSINESS TO CONSUMER (B2C)



TRANSAKSI YANG DILAKUKAN PERUSAHAAN KEPADA PELANGGAN CONTOH :  
OLX.COM, BHINEKA.COM, MATAHARIMALL.COM

# CONSUMER TO CONSUMER (C2C)



KONSUMEN MELAKUKAN TRANSAKSI DENGAN KONSUMEN  
CONTOH : TRANSAKSI DI TOKOPEDIA DAN BUKALAPAK

# CONSUMER TO BUSINESS (C2B)



KONSUMEN MELAKUKAN TRANSAKSI DENGAN PERUSAHAAN  
CONTOH : ISTOKPHOTO.COM, DIMANA FOTOGRAFER DAPAT  
MENGUNGGAH FOTONYA DISANA DAN MENDAPAT ROYALTI



# BUSINESS TO ADMINISTRATION (B2A)



PERUSAHAAN MELAKUKAN PEMBAYARAN KEWAJIBAN  
CONTOH :PEMBAYARAN LAYANAN BPJS KETENAGAKERJAAN DI  
[BPJSTENAGAKERJA.GO.ID](http://BPJSTENAGAKERJA.GO.ID)

# **CONSUMER TO ADMINISTRATION (C2A)**



**KONSUMEN MELAKUKAN PEMBAYARAN KEWAJIBAN  
CONTOH :PEMBAYARAN PAJAK DI [ONLINE-PAJAK.COM](https://www.online-pajak.com)**

# ONLINE TO OFFLINE (O2O)



PERPADUAN ANTARA TRANSAKSI ONLINE DAN OFFLINE

CONTOH : MATAHARIMALL.COM, TRANSAKSI DILAKUKAN ONLINE, PENGAMBILAN BISA DI STORE  
MATAHARI MALL TERDEKAT

# DIGITAL CONVERSION



ADALAH SEBUAH TINDAKAN YANG KITA HARAPKAN AKAN DILAKUKAN PELANGGAN  
SAAT BERADA DI WEBSITE KITA



# CONVERSION SETIAP ORANG BELUM TENTU SAMA



SEORANG PEDAGANG KETIKA ORANG  
DATANG MENGINGINKAN TERJADI PROSES  
JUAL BELI



SEORANG PUBLIK FIGUR MENGINGINKAN  
PESAN YANG IA SAMPAIKAN DAPAT  
DITERIMA MASYARAKAT

# **MENINGKATKAN CONVERSION**



**MENINGKATKAN KUALITAS  
WEBSITE & LANDING PAGE**



**MENINGKATKAN TRAFFIC  
DALAM WEBSITE**

# MENINGKATKAN CONVERSION

WHOA

(WHO - OFFER - CALL TO ACTION)

"WANITA 25 TAHUN INI TIDAK PERNAH CREAMBATH DI SALON,  
RAMBUTNYA MALAH TIDAK BERMINYAK. APA YANG  
DIGUNAKANNYA? ANDA AKAN KAGET MELIHATNYA, KLIK  
[HTTP://GOO.GL/LINK-ALAMAT-INSTAGRAM-ANDA](http://goo.gl/link-alamat-instagram-anda)

# MENINGKATKAN CONVERSION

3P

(PAIN - PLEASURE - PROMISE)

2W

W 1 - "MENGAPA SAYA HARUS PERCAYA PADA ANDA?"

W2 - "MENGAPA SAYA HARUS MEMBELI PRODUK ANDA SEKARANG?"



# BENTUK CONVERSION

E-commerce/Toko Online :

Sales/penjualan

Download katalog

User registration

Company Profile :

Mengisi data (prospek)

Download brosur/katalog

Media/Situs Berita :

Email newsletter subscribe

Social media interaction (share, like)

Komentar

Multimedia Site :

Play music/video

User registration

Social media interaction (share, like)

# **MACRO & MICRO CONVERSION**

Pengunjung membeli produk  
Pengunjung mendownload katalog produk  
Pengunjung memasukkan alamat emailnya/data

**GOAL CONVERSION =  
TUJUAN BISNIS**



# MACRO & MICRO CONVERSION

Micro conversion adalah konversi 'antara' atau konversi kecil sebelum terjadinya konversi yang utama, yaitu yang menjadi macro conversion



# CONVERSION RATE

Berapa % pengunjung yang melakukan konversi (tujuan bisnis yang kita harapkan) dibandingkan seluruh pengunjung?

Umumnya standar conversion rate 0,1 - 2 %.

# ANALISA APLIKASI YANG ANDA MILIKI?

1. GOAL CONVERSION ? MACRO/MICRO?
2. KUALITAS WEBSITE ATAU LANDING PAGE



# INDIVIDUAL TASK

Cari 5 brand yang saat ini mengeluarkan digital ads  
Outbreak Season di semua media online

1. **Screenshot tampilan ads**
2. **Analisa dengan poin-poin:**
  - a. **Nama Brand/Product**
  - b. **Conversion/Call To Action**
  - c. **Campaign Brief (Functional, Emotional, RTB, Value)**
  - d. **Channel media yang digunakan**

Due Date: **Senin, 16 Maret, 05:00 PM** - format  
**Canva** - Submit ke **Google Classroom**

תודה

Dankie Gracias

Спасибо

شكراً

Merci Takk

Köszönjük

Terima kasih

Grazie Dziękujemy Dékojame

Ďakujeme Vielen Dank Paldies

Kiitos Tänname teid

谢谢

**Thank You** Tak

感謝您

Obrigado

Teşekkür Ederiz

감사합니다

Σας ευχαριστούμε

ଧନ୍ୟବାଦ

Bedankt Děkujeme vám

ありがとうございます

Tack