

VERTIKAL 1



Teknologi

Kebiasaan baru yang terjadi setelah pandemi

Pandemi mempercepat adopsi platform digital dan produk digital di Indonesia, dan keterlibatan konsumen dengan hal-hal tersebut semakin kuat seiring dengan mobilitas kembali pulih dan perjalanan kembali berlanjut.

Dengan adanya pelonggaran pembatasan, kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap produk elektronik semakin berkembang

Meningkatnya minat penelusuran dalam amenities terkait traveling:

rice cooker mini	+20%
setrika uap portable	+30%
drone	+80%

di Pencarian YouTube



Meningkatnya minat penelusuran dalam peralatan kecantikan:

 nano spray  **+450%**

 hair dryer  **+70%**

 catok rambut  **+100%**

di Pencarian YouTube

Di saat yang bersamaan, para konsumen yang melek teknologi mengandalkan touchpoint online, seperti Search dan YouTube, sebagai sumber ulasan dan informasi mengenai barang elektronik untuk konsumen.

🔍 kulkas 🎤 +110%

🔍 freezer 🎤 +100%

di Pencarian YouTube

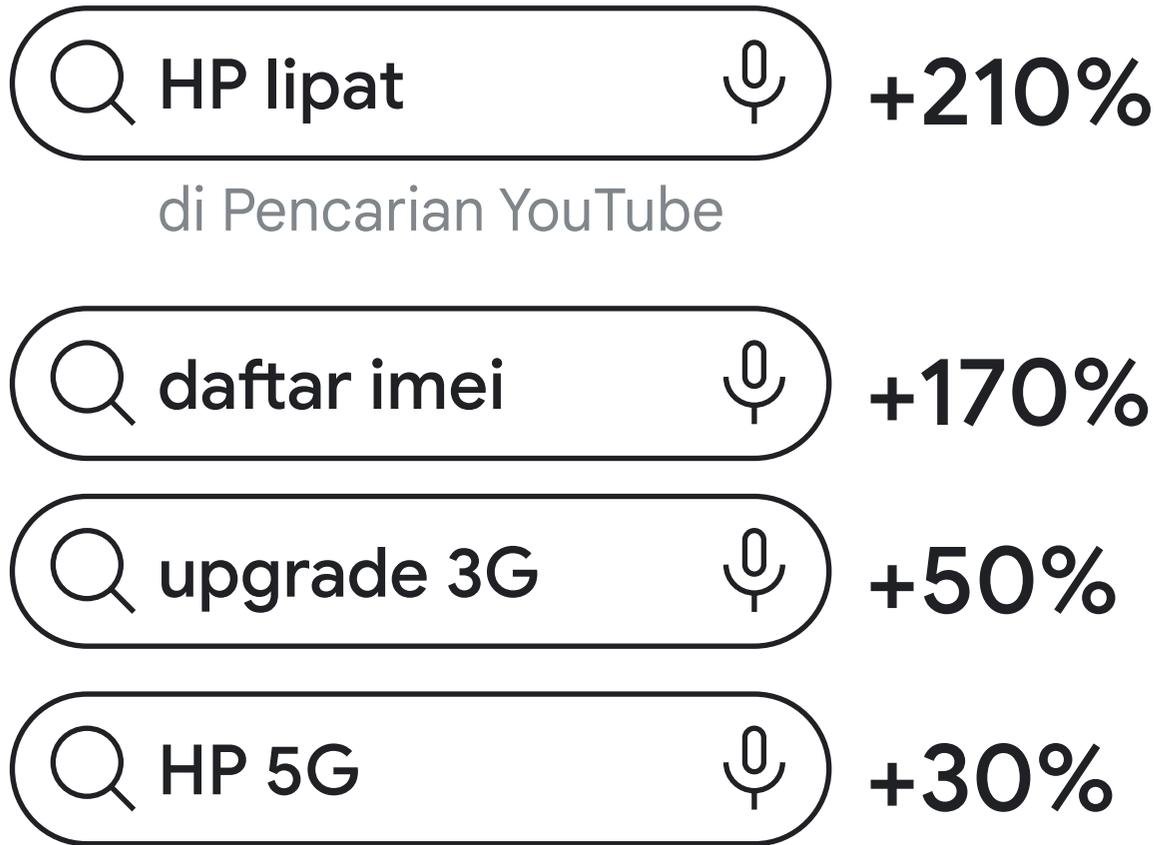
🔍 smart TV 🎤 +50%

Sejalan dengan hal tersebut, perabot dapur seperti **blender** dan **mixer** masing-masing juga meningkat sebesar +30% dan +100% di pencarian YouTube.



+30% +100%

Meningkatnya minat penelusuran seputar smartphone terus meningkat:



Implikasi Permasalahan

01

Perluas pilihan kata kunci Anda untuk menangkap pencarian yang dinamis terhadap produk teknologi.

Agar terus timbul dalam pencarian konsumen secara online, manfaatkan alat AI untuk memantau tren teknologi terkini untuk menangkap segala pencarian yang memiliki relevansi dengan produk Anda dan mengambil peluang untuk cross-selling.

Sorotan Produk

Pastikan konsumen dapat menemukan produk teknologi Anda dengan mudah. Perluas jangkauan dengan **memadukan smart bidding bersama dengan keyword broad match** guna memastikan bahwa brand Anda muncul dalam kueri baru dan berkinerja tinggi.

Memperluas campaign melalui **AFS (atau AdSense for Search) dan SNDS (atau Search Network with Display Select)** juga memungkinkan Anda untuk menampilkan produk teknologi di YouTube dan Google Display Network, seiring orang-orang menelusuri beragam touchpoint saat mencari informasi.

Contoh Merek

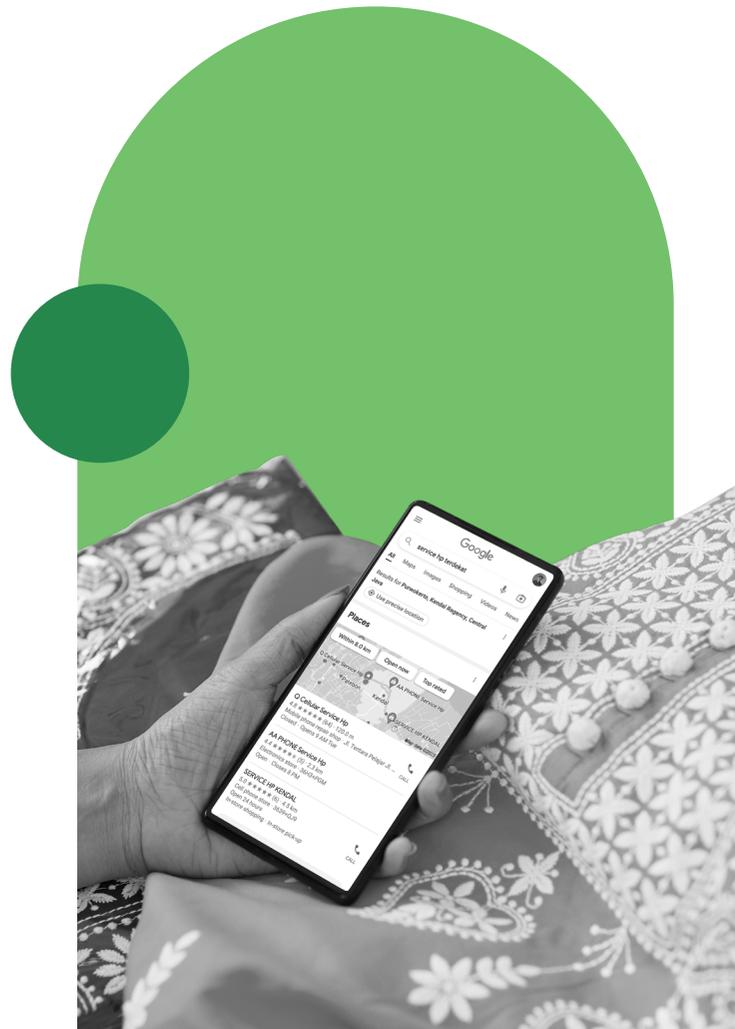
Samsung Indonesia berupaya meningkatkan retensi pelanggan di pasar smartphone yang kompetitif, mendorong penjualan, dan memelihara return on ad spend (ROAS) yang menguntungkan. Samsung Indonesia bekerja sama dengan mitra performance marketingnya, MINDSHARE, untuk mengadopsi ekstensi gambar guna meningkatkan interaksi iklan Search miliknya. Upaya ini menghasilkan peningkatan sebesar **+35% CVR** pada traffic seluler secara keseluruhan dan penurunan sebesar **-37% CPA** pada traffic seluler.



Orang Indonesia terus melanjutkan hidup - dan berbelanja - di dunia bebas channel. Mereka melakukan pembelian secara online serta menggunakan touchpoint digital untuk menemukan toko offline.

Minat penelusuran dalam toko elektronik terdekat bertumbuh sebesar +20%.

Sedangkan minat penelusuran dalam service HP terdekat dan toko TV terdekat masing-masing bertumbuh sebesar +30% dan +20%.



Implikasi Permasalahan

02

Ciptakan pengalaman belanja online-to-offline yang terpadu.

Agar dapat bertemu pelanggan di tahap perjalanan pembelian yang sama, brand-brand perlu mengkaji ulang batasan online dan offline. Sekarang, strategi omnichannel bebas hambatan menjadi semakin penting karena banyak orang mencari dan meneliti produk teknologi secara online. Hal tersebut dapat meningkatkan online presence brand Anda, juga mendorong traffic toko baik secara online maupun offline.

Sorotan Produk

Manfaatkan teknologi machine learning guna memberikan informasi yang dipersonalisasi dan relevan bagi para peminat teknologi yang mencari informasi secara online, serta mendorong keputusan pembelian. Brand-brand yang menggunakan **keywords broad match** dan **strategi smart bidding** secara bersamaan telah mengalami peningkatan sebesar 25% dalam konversi. Bisnis-bisnis dengan gerai toko fisik juga dapat menggunakan **ekstensi lokasi** guna mendorong traffic dari Google Search menuju toko offline Anda.

Seiring dengan program pemerintah Indonesia tentang migrasi analog switch off (ASO) ke siaran digital, konsumen semakin ingin tahu mengenai layanan TV digital...

Minat penelusuran dalam **analog switch off/ASO** bertumbuh sebesar +80%.

Sedangkan minat penelusuran dalam **TV digital** melonjak sebesar +200%.

... dan juga produk teknologi yang dibutuhkan untuk menikmati siaran digital di TV analog.



Implikasi Permasalahan

03

Terapkan sasaran NCA untuk meraih pelanggan baru yang mencari solusi TV digital.

Marketer dapat berperan penting dalam mendorong konsumen untuk membeli, khususnya mereka yang dalam proses melakukan pembelian pertama. Memperoleh pelanggan baru juga dapat membantu brand mempertahankan usahanya hingga kemudian hari serta menumbuhkan pendapatan, jangkauan, juga market share dalam industri teknologi yang kompetitif. Dengan sasaran new customer acquisition (NCA) yang ada, sekarang brand memiliki pilihan pengoptimalan untuk menjangkau pelanggan yang mencari solusi TV digital serta memaksimalkan penjualan.