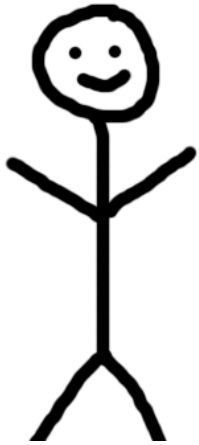


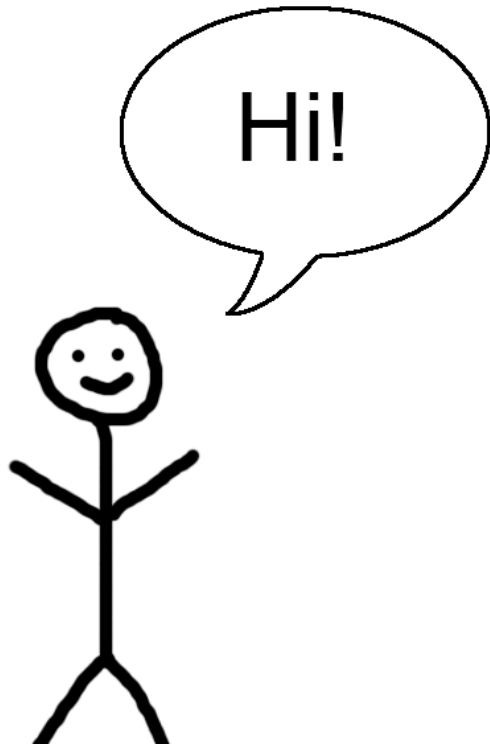
Online Advertising – IKL 260

Pertemuan 1 - Perubahan wajah pemasaran

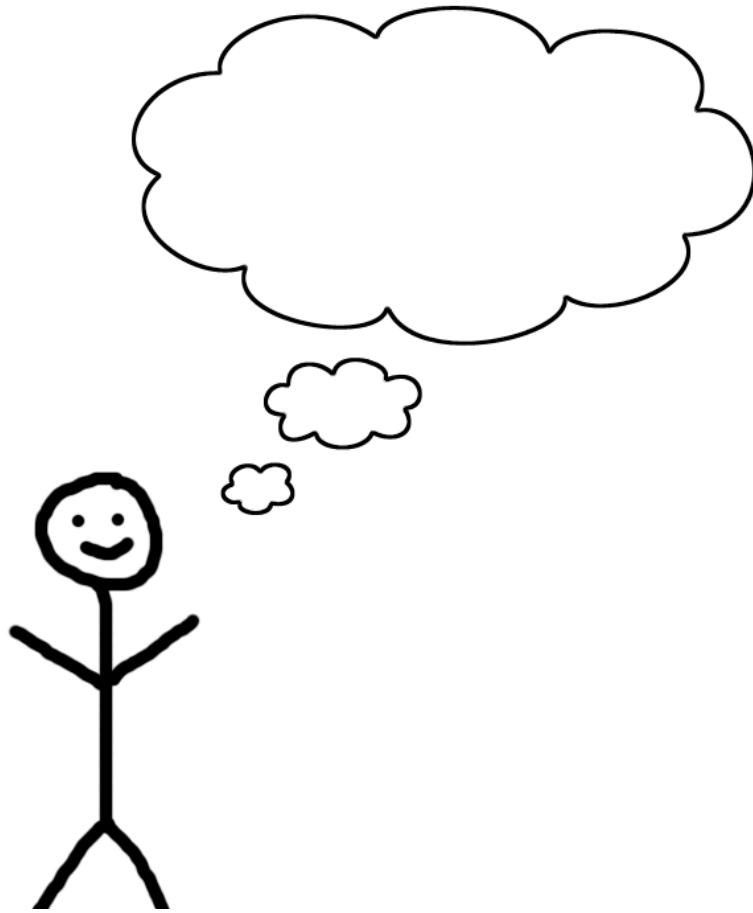
Slide 1



Slide 1



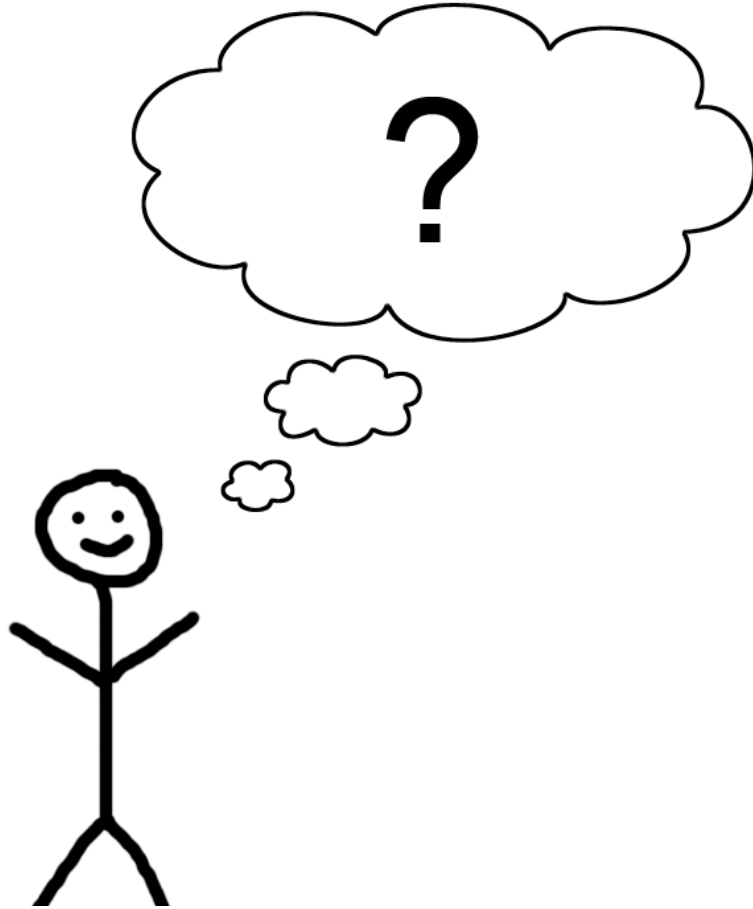
Slide 1



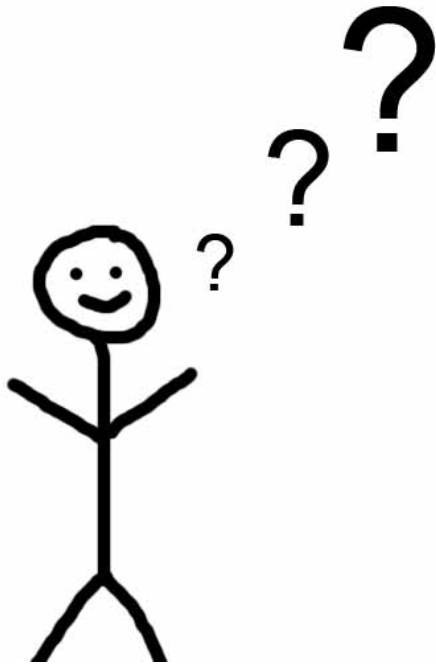
Slide 1



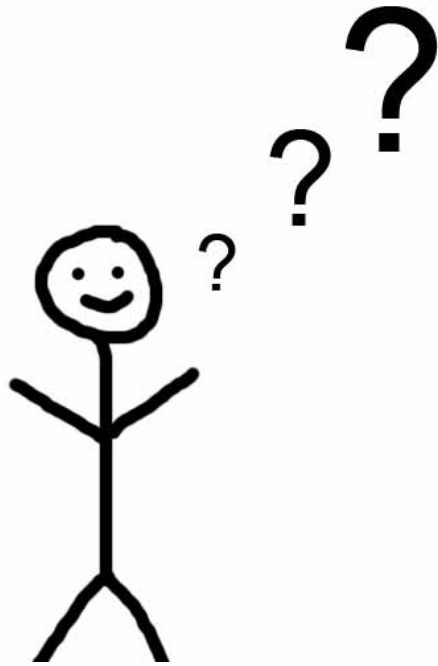
Slide 1



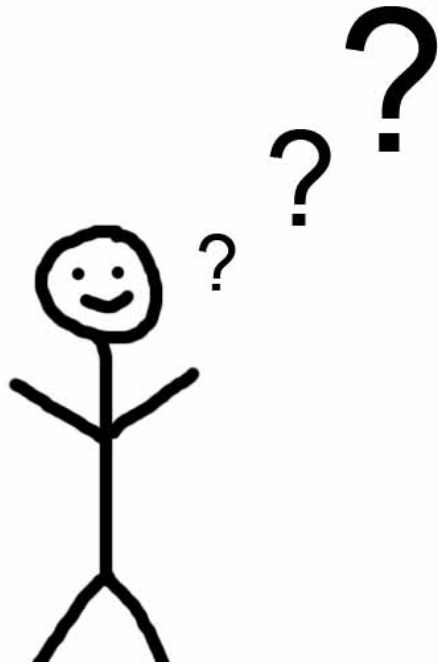
Slide 1



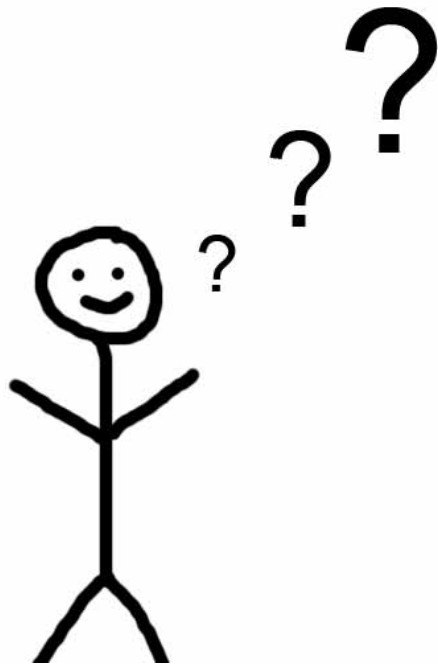
Slide 1



Slide 1



Slide 1



Slide 1



In love with life...
in love with Berlei Sarong-Plus

The girdles that go with a wonderful life — Sarong-Plus! Because they let you move in the nicest way. Cool Lycra has gentle, summer-weight control that keeps every curve in place, while you delight in the freedom of Sarong's criss-cross front. There's a Sarong-Plus design for every figure—light-weight Junior, 2" waist-accent Sarong, the smooth hi-waister, and the sleek corselet. 1" waist Sarong-Plus Junior, from 69/6; 2" waist-control Sarong-Plus, from 79/6; Hi-waisted pull-on, from 99/6; Sleek corselet, contoured cups, 159/6; Criss-cross bras in heavenly lace, 42/6.

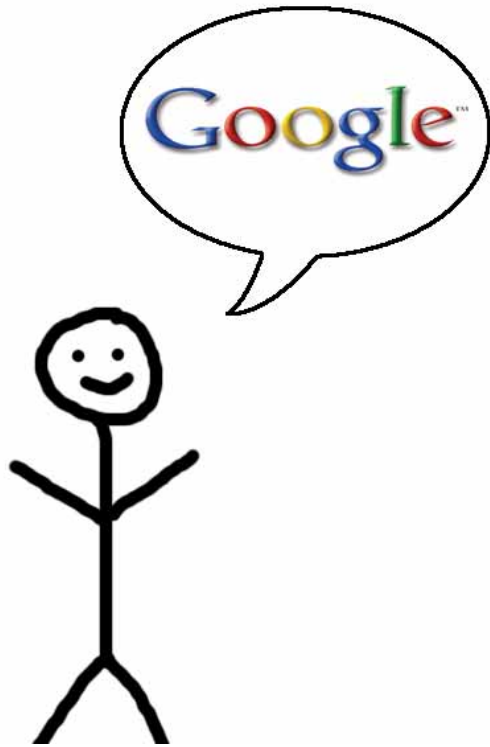


WOMAN'S DAY with WOMAN, November 29

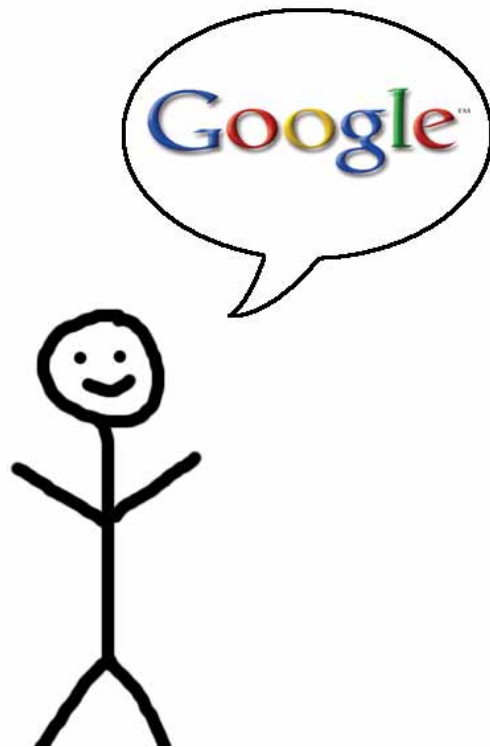
Slide 1



Slide 1



Slide 1



[Web](#) [Images](#) [Video](#) [News](#)

Image results for **surfing**



[SURFING Magazine - Surfing News, Photos, Videos and Music](#)

surfing, surfer, **surf**, quiksilver, billabong, rip curl, pipeline, teahupoo, fiji, tavarua, kelly slater, andy irons, mick fanning, volcom, ...
www.surfingthemag.com/ - 36k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)

[Surfing - Wikipedia, the free encyclopedia](#)

Article describing the history of **surfing**. Includes an explanation of waves and lists of popular **surfing** areas, movies, brands and famous surfers.
en.wikipedia.org/wiki/Surfing - 61k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)

[Surfline | Surf Reports, Cameras, Surf Forecasts, Surf Videos ...](#)

Surfline.com - **Surf** reports, **surf** webcams, **surf** forecasts, **surfing** news, **surfing** videos, **surfing** photos and **surf** travel information for beaches around the ...
www.surfline.com/ - 80k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)

[SURFER Magazine surfing Travel photos ASP Fosters World Tour Kelly ...](#)

surfermag.com -- Wavewatch wave watch **Surf** News, **Surf** Information, **Surf** Industry Information, Jack Johnson, **Surf** Cams Swell Forecast, Find & watch **Surf** ...
surfermag.com/ - 42k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)

[SURF Magazine](#)

Transworld **surf** videos photo gallery features news how to press release competition gears magazine.
www.transworldsurf.com/ - 69k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)

[Surfing Waves - Surf Information, Guides, Lessons, Travel Info ...](#)

Surfing Waves - All you need to know about the sport of **surfing**.
www.surfing-waves.com/ - 29k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)



Slide 2 - Kuis

- ▶ S _ _ r _ h
- ▶ F _ _ e _ _ _ k
- ▶ G _ _ g _ l _ A _ s _ n _ e
- ▶ T _ _ f f _ c
- ▶ B _ n _ e r
- ▶ R _ c _ M _ d _ a
- ▶ E m _ _ l
- ▶ S _ c _ _ l M _ d _ a



Slide 2 - Kuis

- ▶ Search
- ▶ F _ _ e _ _ _ k
- ▶ G _ _ g _ l _ A _ s _ n _ e
- ▶ T _ _ ff _ c
- ▶ B _ n _ e r
- ▶ R _ c _ M _ d _ a
- ▶ Em _ _ l
- ▶ S _ c _ _ l M _ d _ a



Slide 2 - Kuis

- ▶ Search
- ▶ Facebook
- ▶ G _ _ g _ l _ A _ s _ n _ e
- ▶ T _ _ f f _ c
- ▶ B _ n _ e r
- ▶ R _ c _ M _ d _ a
- ▶ E m _ _ l
- ▶ S _ c _ _ l M _ d _ a



Slide 2 - Kuis

- ▶ Search
- ▶ Facebook
- ▶ Google Adsense
- ▶ T _ _ f f _ c
- ▶ B _ n _ e r
- ▶ R _ c _ M _ d _ a
- ▶ E m _ _ l
- ▶ S _ c _ _ l M _ d _ a



Slide 2 - Kuis

- ▶ Search
- ▶ Facebook
- ▶ Google Adsense
- ▶ Traffic
- ▶ B _ n _ e r
- ▶ R _ c _ M _ d _ a
- ▶ E m _ _ l
- ▶ S _ c _ _ l M _ d _ a



Slide 2 - Kuis

- ▶ Search
- ▶ Facebook
- ▶ Google Adsense
- ▶ Traffic
- ▶ Banner
- ▶ R _ c _ M _ d _ a
- ▶ E m _ _ l
- ▶ S _ c _ _ l M _ d _ a



Slide 2 - Kuis

- ▶ Search
- ▶ Facebook
- ▶ Google Adsense
- ▶ Traffic
- ▶ Banner
- ▶ Rich Media
- ▶ E m _ _ l
- ▶ S _ c _ _ l M _ d _ a



Slide 2 - Kuis

- ▶ Search
- ▶ Facebook
- ▶ Google Adsense
- ▶ Traffic
- ▶ Banner
- ▶ Rich Media
- ▶ Email
- ▶ S _ c _ _ | M _ d _ a



Slide 2 - Kuis

- ▶ Search
- ▶ Facebook
- ▶ Google Adsense
- ▶ Traffic
- ▶ Banner
- ▶ Rich Media
- ▶ Email
- ▶ Social Media



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ Digital Marketing tidak bersifat baku. Seperti dengan pemasaran tradisional, ada banyak jalan menuju sukses. Sebuah perusahaan pengiklan mungkin membuat program berbasis website, sementara perusahaan lain mungkin sukses dengan menggunakan game atau 'viral video'. Meskipun tidak ada satu ada cara yang paling benar dalam beriklan online, mesti ada perubahan yang saling terkait dalam perencanaan dan pendekatan.
- ▶ Ada 12 prinsip dasar yang memandu kita dalam merencanakan iklan di internet.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

▶ 1. From Viewers to Participants

- ▶ Pemirsa menjadi Peserta. Konsumen dan pelanggan harus secara aktif terlibat sebagai peserta - pencipta, kontributor dan komentator - tidak diperlakukan sebagai pemirsa pasif atau sebatas target.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 2. From Impressions to Involvement
 - ▶ Pengiklan harus bergerak melampaui pengukuran tradisional seperti jangkauan dan frekuensi. Iklan online yang sukses melibatkan orang secara berkelanjutan.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 3. From Broadcast to Addressable
 - ▶ Perubahan dari penyiaran massal ke saluran yang lebih ditargetkan, seperti ponsel dan browser web. Pergeseran pemikiran dari fokus pada audiens massal menjadi fokus pada konsumen secara individu. Pengiklan perlu menentukan kanal yang tepat untuk kebutuhan pemasaran mereka.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 4. From Schedule-Bound to Time-Shifted Content
 - ▶ Terbebas dari jadwal, lokasi, skala dan format. Dalam Online Advertising, konten akan semakin terbebas dari metode pengiriman yang spesifik dan keterbatasan media. Semua pengiklan harus berfokus pada konten yang relevan dan berkualitas hingga dapat membangkitkan minat yang berkelanjutan.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 5. From Marketer-Driven to Customer-Created Content
 - ▶ Sebagian besar konten akan dipilih, disortir, dan bahkan datang dari konsumen sendiri. Perusahaan berperan dalam mendukung dan memberi penghargaan kepada konsumen yang kreasi kontennya bermanfaat terhadap produk/merek mereka.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 6. From Push Marketing to Opt-In Marketing
 - ▶ Informasi yang dikirimkan kepada konsumen harus sesuatu yang telah disetujui terlebih dahulu, dan disesuaikan dengan preferensi masing-masing peserta. Dari informasi yang telah disetujui, perusahaan akan menikmati timbal balik yang jauh lebih besar ketika konsumen membagikan informasi tersebut di media sosial kepada teman-teman mereka.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 7. From Traditional Media Planning to New Media Planning
 - ▶ Perusahaan perlu memahami berbagai macam pilihan media atau kanal baru, sebagian besar dari mereka menggunakan pengukuran 'pay-for-performance' atau pembayaran berdasarkan kinerja. 'Search' atau hasil pencarian akan memainkan peran kunci dalam perencanaan iklan online.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 8. From Managed PR to Digital Influence
 - ▶ Mustahil mengelola berita di dunia digital di mana konsumen lebih cepat daripada perusahaan. Sebaliknya, perusahaan harus menyesuaikan pendekatan mereka agar menjadi bagian yang berarti dari percakapan publik, menggunakan semua perangkat digital yang tersedia bagi mereka untuk mempengaruhi - bukan mendikte - interaksi.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 9. From Integrated Marketing to Unified Marketing
 - ▶ Perusahaan perlu menggunakan pendekatan yang berbeda untuk menghubungkan antara yang digital dan fisik. Perusahaan juga harus mengalihkan fokus mereka dari integrasi citra merek menjadi perpaduan interaksi masing-masing pelanggan. Penggunaan data konsumen akan memungkinkan sebuah dialog dengan peserta secara terus menerus.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 10. From Data-Blind to Data-Driven
 - ▶ Data adalah kunci untuk menggunakan berbagai macam kanal secara efektif. Sebuah perencanaan berdasarkan data yang baik adalah pusat dari online advertising. Perusahaan akan menggunakan data ini untuk lebih mengenal psikografis dan profil perilaku konsumen.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 11. From Post-Campaign to Real-Time Measurement
 - ▶ Perusahaan harus mengubah metode pengukuran dan analisis yang lazimnya dilakukan setelah sebuah kampanye iklan, menjadi 'real-time' supaya dapat selalu mengikuti pasar. Pengiklan dapat menggunakan analisis tersebut untuk membuat modifikasi yang cepat, konsisten dan berdasarkan fakta terhadap iklan mereka.



Slide 3 - Prinsip Digital Marketing

- ▶ 12. From Partial ROI to Optimization
 - ▶ Semua bagian dari pemasaran dapat diukur dan dioptimalkan untuk menjamin perbaikan terus-menerus.

