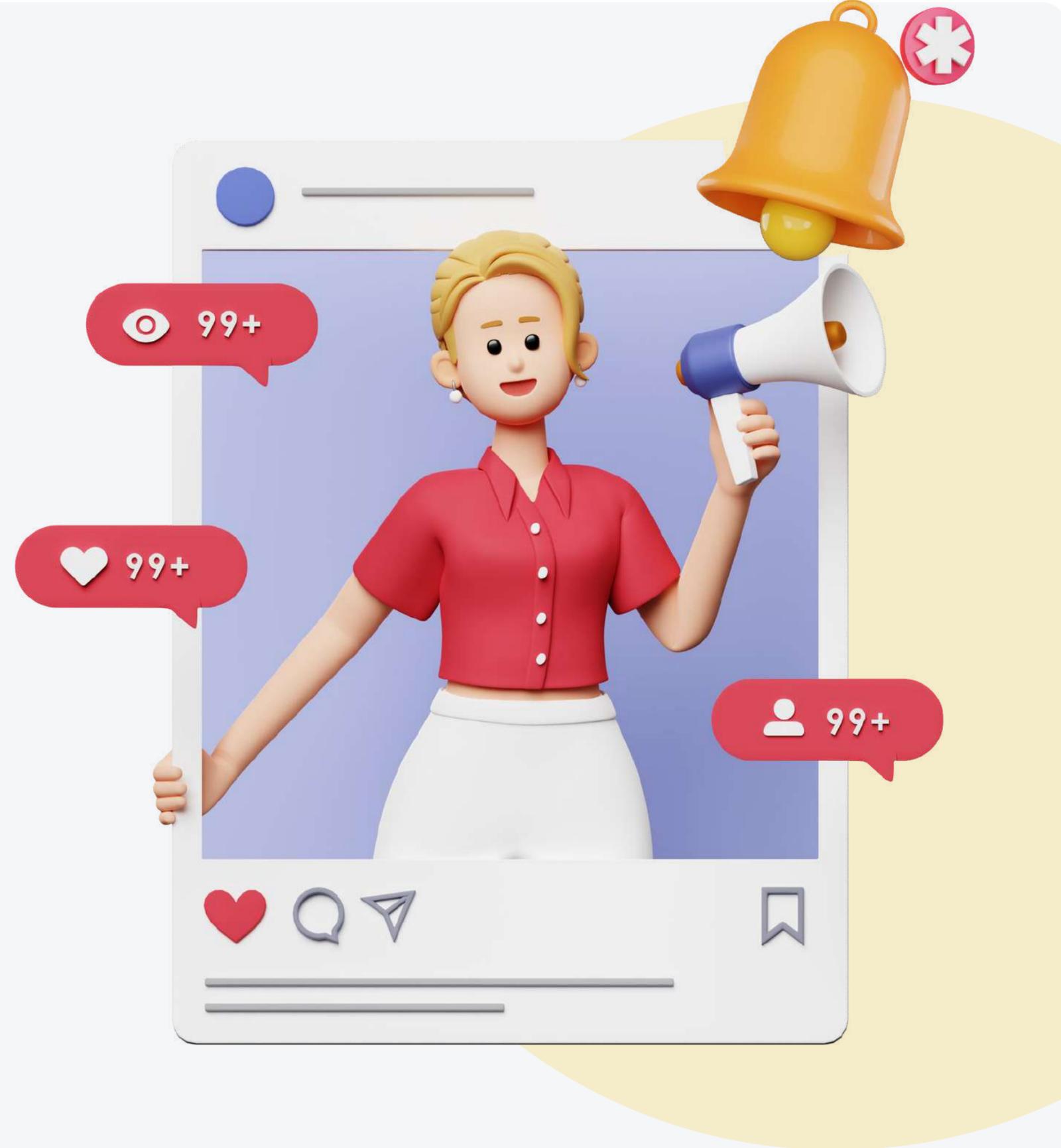


# Menganalisis Data Demografis dan Preferensi Pengguna





## Apa itu Demografis?

Sebuah penelitian terhadap populasi masyarakat berdasarkan beragam faktor. Adapun beberapa faktor yang biasa digunakan untuk meneliti suatu demografis, terutama dalam marketing, seperti umur, jenis kelamin, hingga pekerjaan.

*Source: Investopedia*



# Demographics

*[,de-mə-'gra-fiks]*

The study of a population-based on factors such as age, race, and sex.

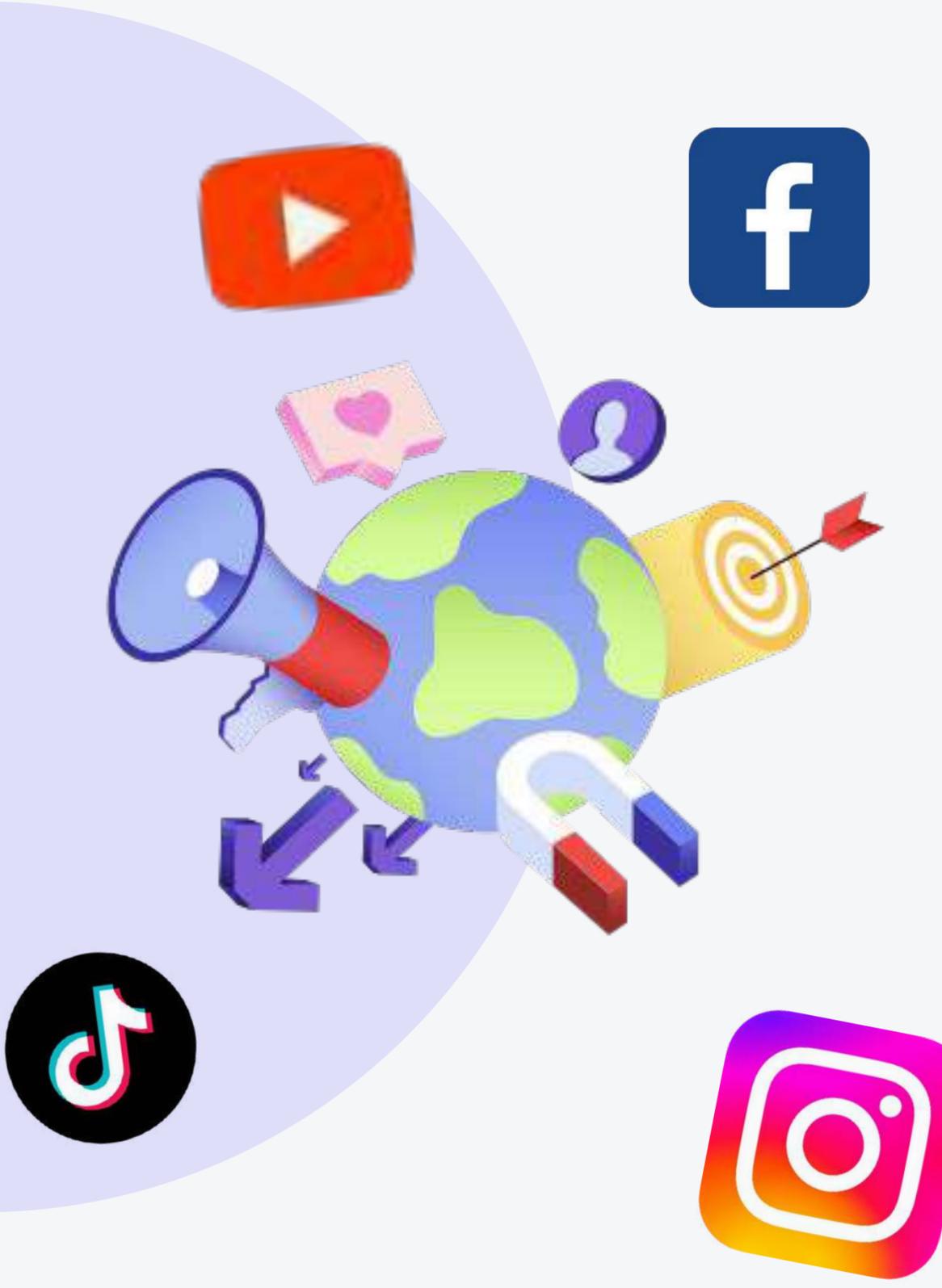
# Must notes! Poin penting demografis

Data demografi sangat berguna bagi bisnis untuk memahami cara memasarkan ke konsumen dan merencanakan secara strategis tren permintaan konsumen di masa depan.

Kombinasi internet, data besar, dan kecerdasan buatan semakin memperkuat kegunaan dan penerapan demografi sebagai alat pemasaran dan strategi bisnis.

Segmen pasar seringkali dikelompokkan berdasarkan usia atau generasi. Informasi demografis dapat digunakan dalam banyak cara untuk mempelajari lebih lanjut kondisi umum suatu populasi tertentu.





# Mengapa Pemasaran Demografis Penting?

# Pentingnya Demografis



## Menghemat waktu dan uang

Iklan yang langsung dan spesifik ke target demografis dapat menghemat biaya per klik



## Meningkatkan loyalitas pelanggan

Pelanggan merasa lebih didengarkan karena iklan yang khusus ditujukan ke mereka



## Mengonversi prospek berkualitas

Karena calon pelanggan sudah tertarik lebih mudah bertransaksi dan mendapatkan informasi



## Meningkatkan efektivitas ke target tertentu

Data demografis membantu membuat iklan yang efektif, efisien, dan menarik



## Membedakan merk Anda dari yang lain

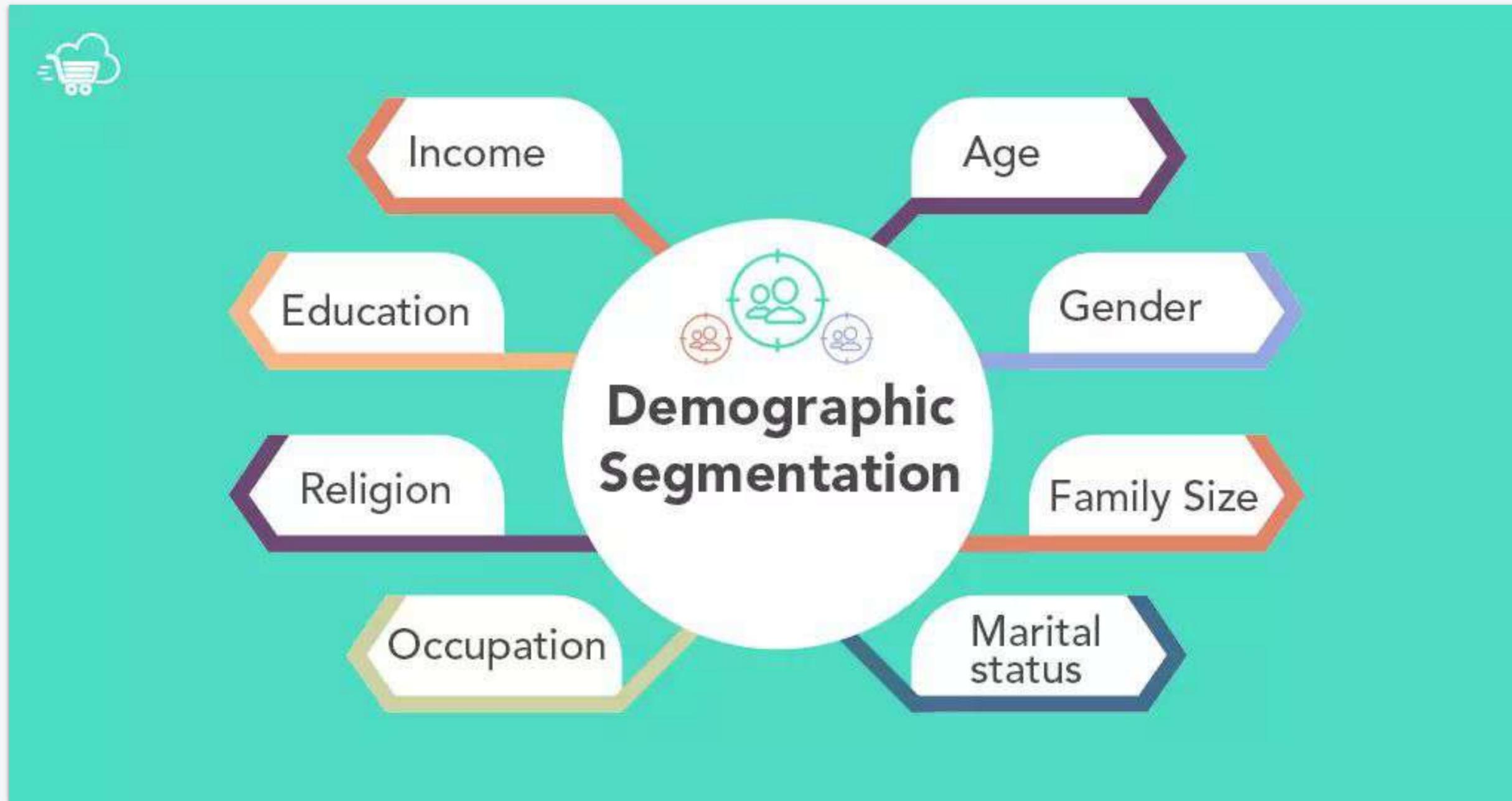
Iklan spesifik membantu membedakan merk Anda dari pesaing dengan iklan umum



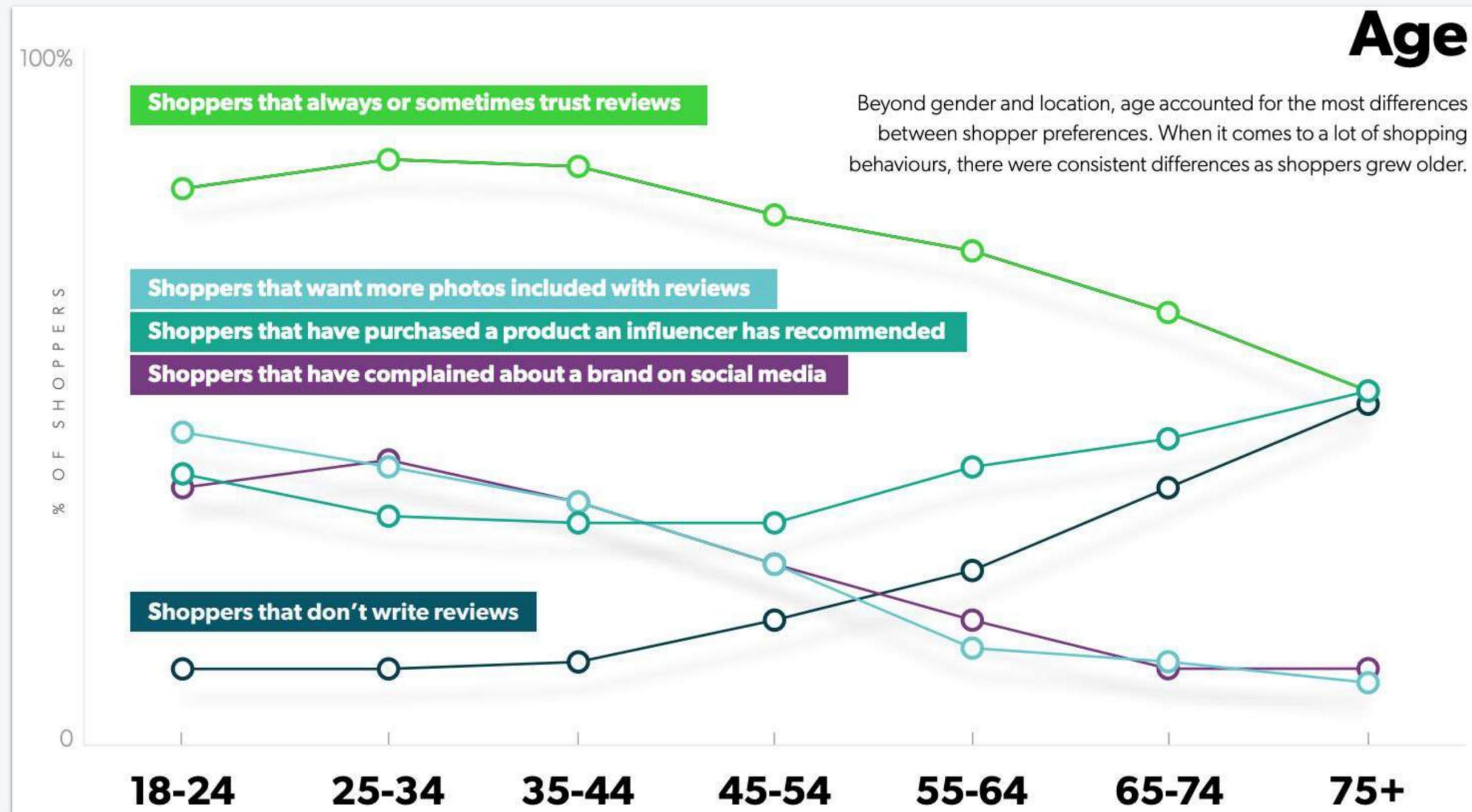
## Memfokuskan upaya Anda

Demografis khusus membuat Anda lebih fokus daripada memasarkan ke pelanggan baru

# Contoh Demografis Pengguna

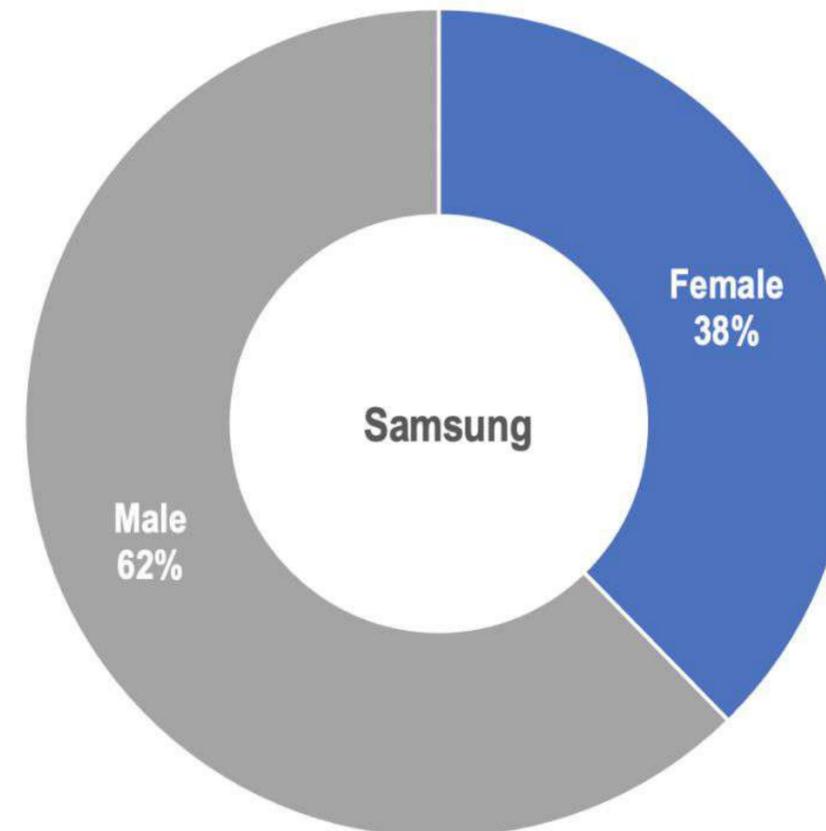
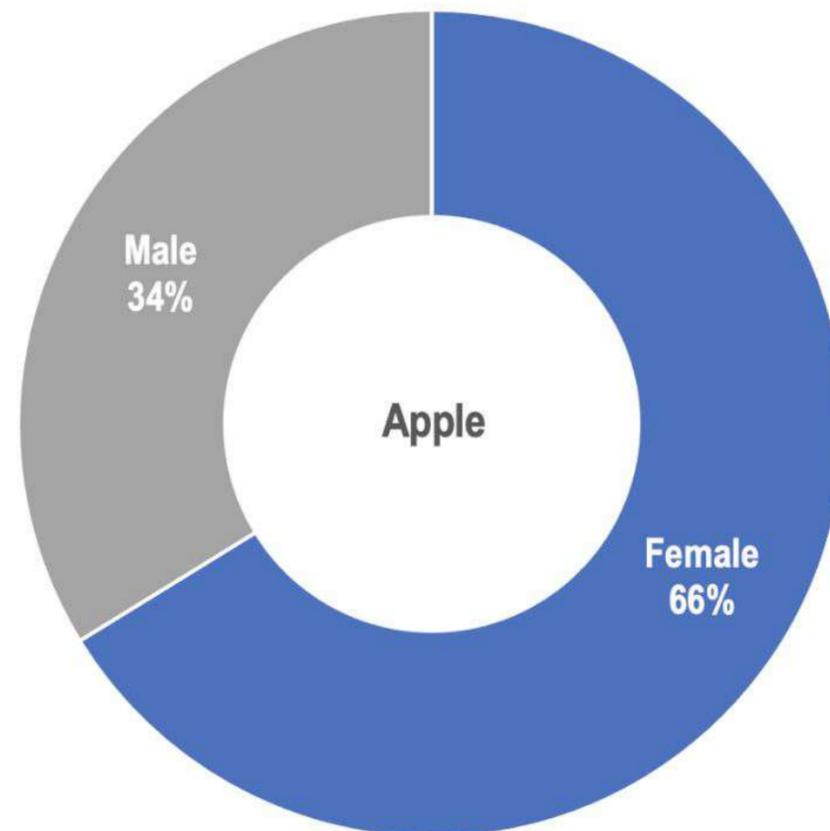


# Contoh Preferensi berdasarkan Umur



# Contoh Preferensi berdasarkan Jenis Kelamin

## Global Smartphone Preference by Gender



# Contoh Preferensi berdasarkan Lokasi

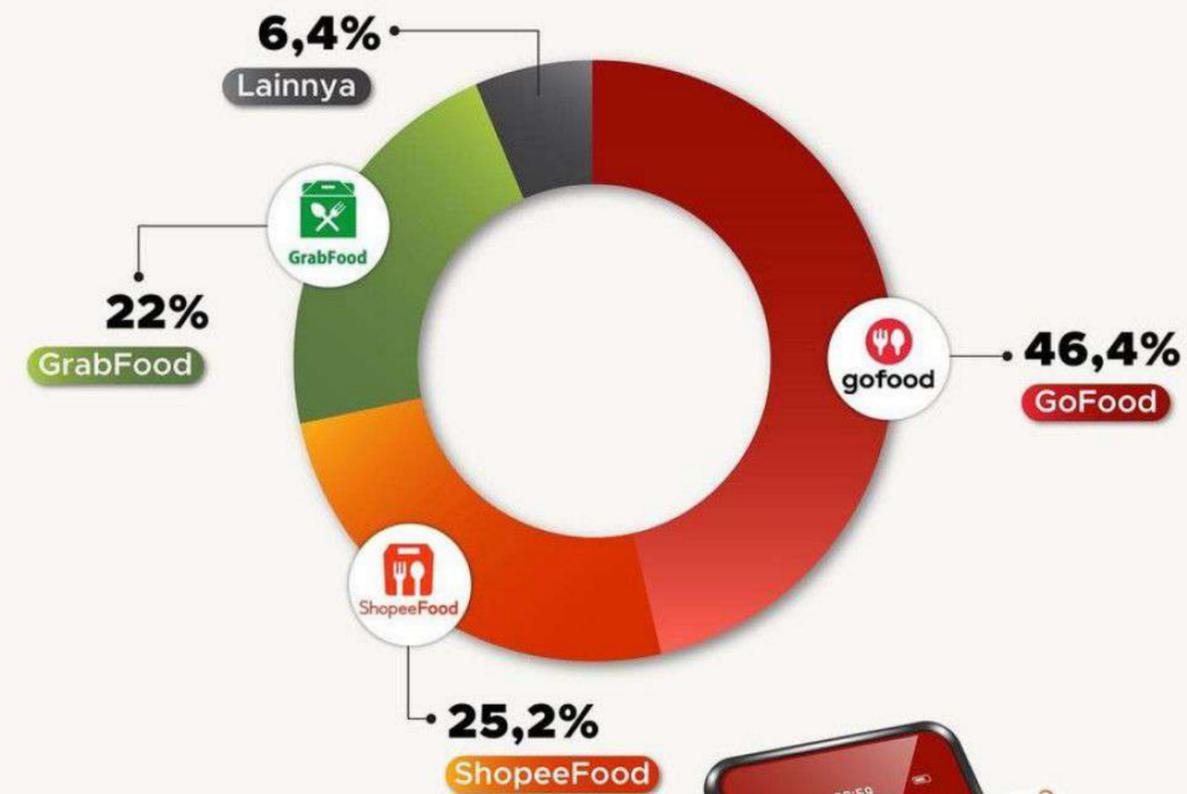
## Vietnam up 35% year on year amid regional decline



Source: Canalys estimates, Smartphone Analysis, November 2022

# Contoh Preferensi Pembelian

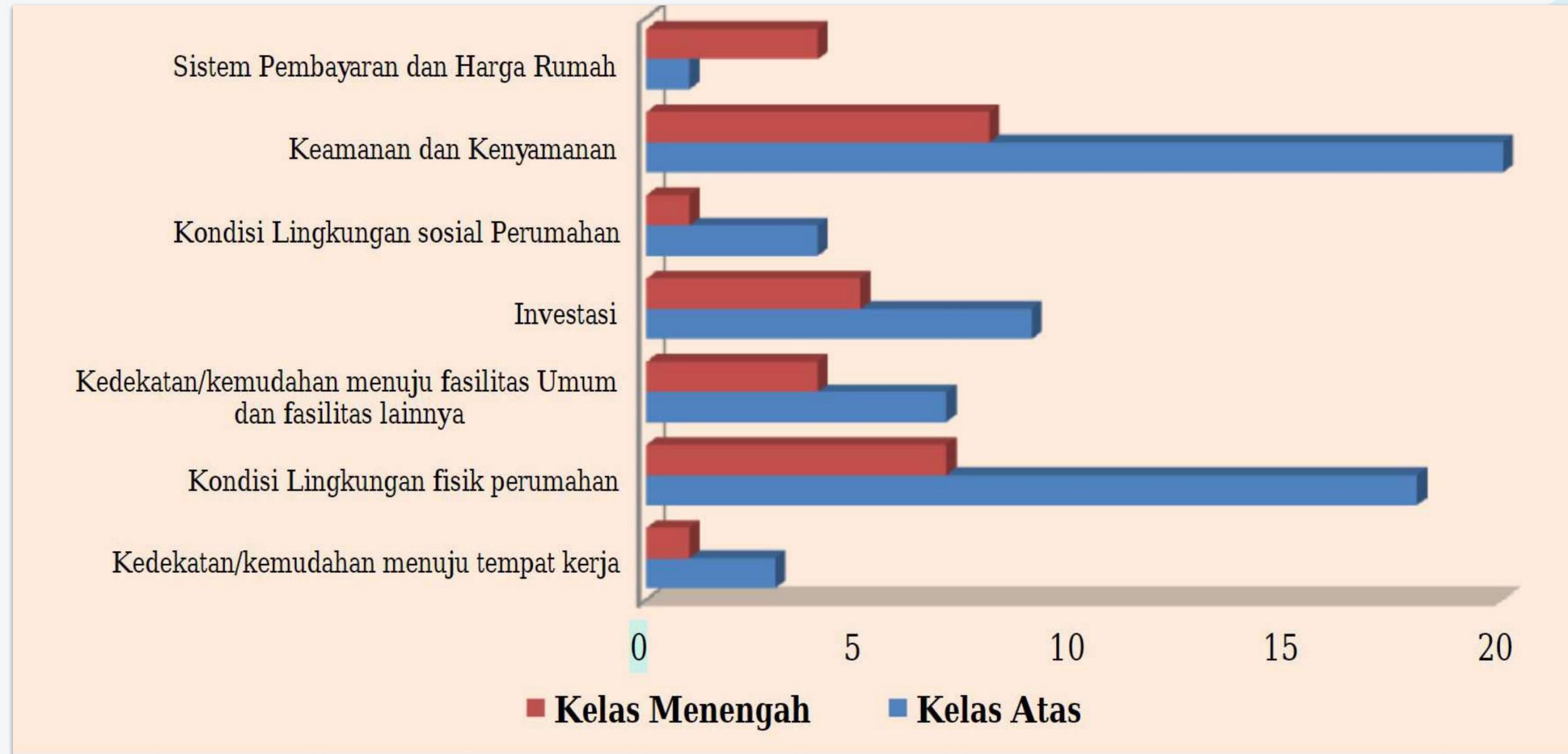
## Layanan Pesan Antar Makanan Favorit Anak Muda 2022



### Intensitas Pesan (per bulan)

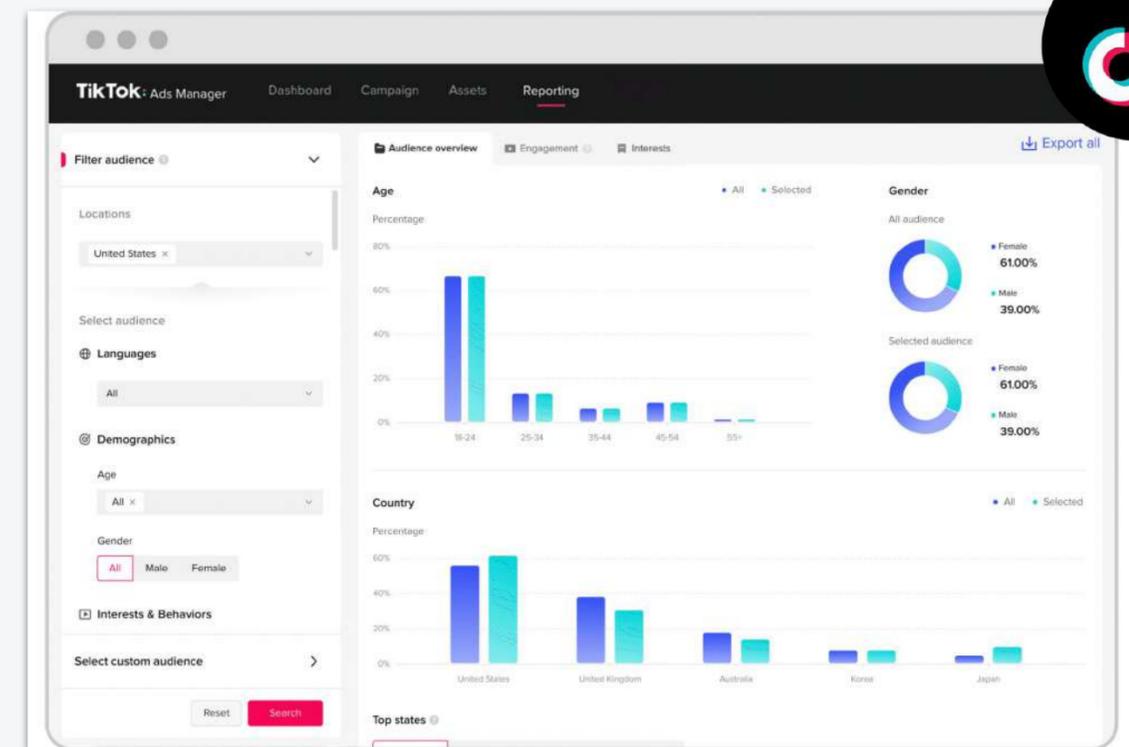
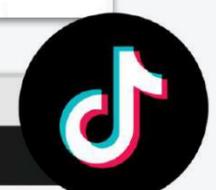
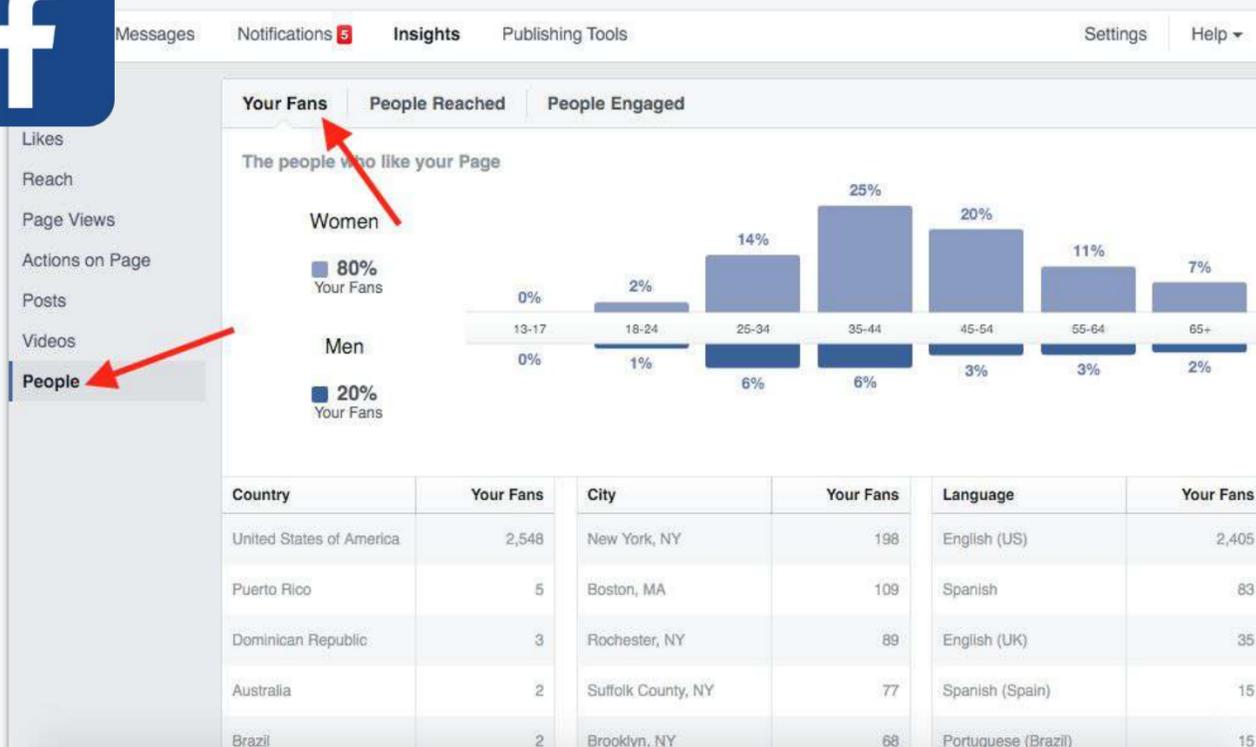


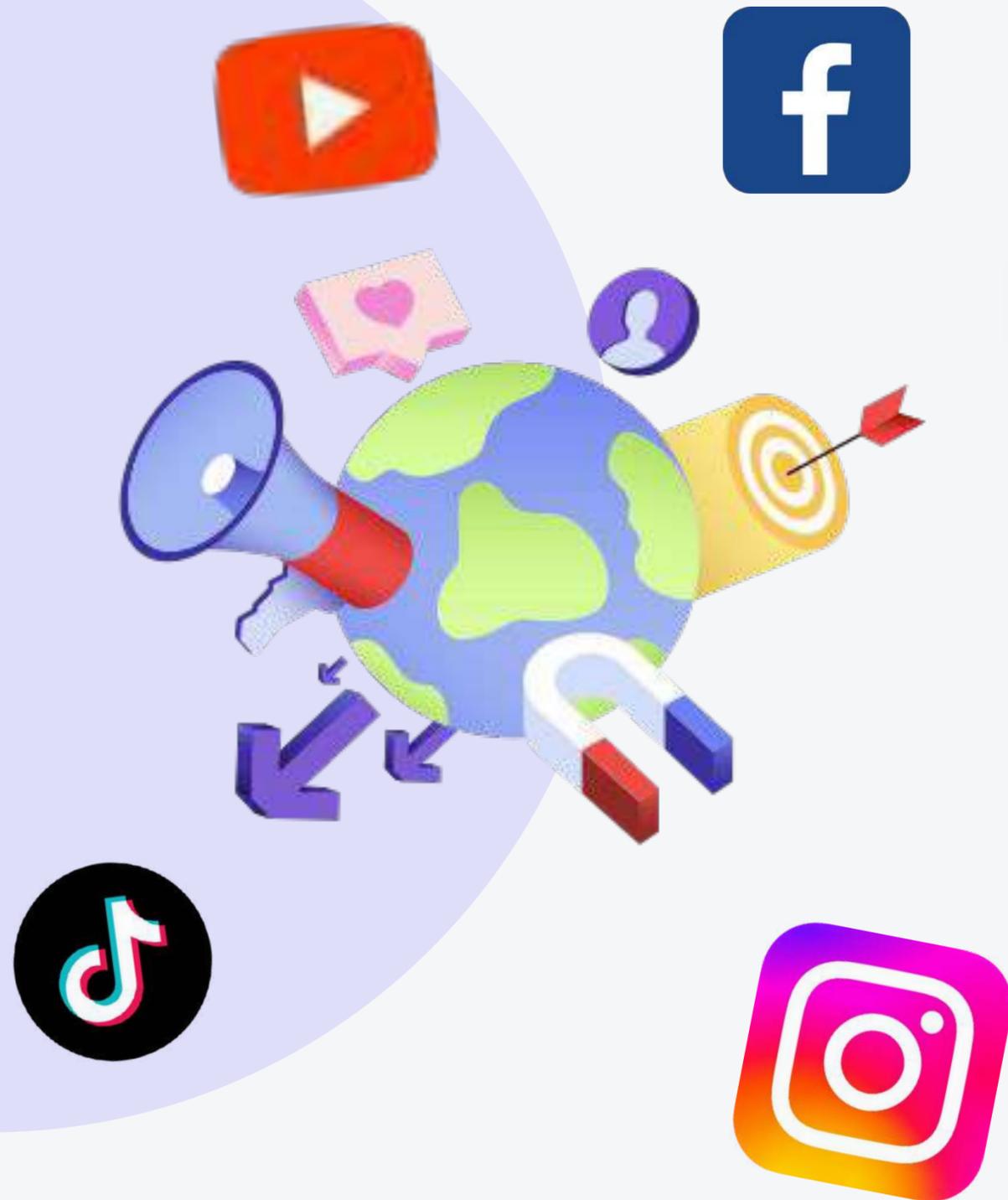
# Contoh Preferensi berdasarkan Kelas Sosial



Yogyakarta, 2019

# Demografis dalam Media Sosial





# Contoh Pemasaran Demografis

# Contoh Pemasaran Demografis



## Usia

Tim pemasaran Anda membuat kampanye paket liburan ke resor baru dan membuat iklan khusus berdasarkan kelompok usia calon pelanggan. Salah satu iklan Anda menyertakan gambar dua orang dewasa muda di pantai, jadi Anda menargetkannya kepada orang dewasa muda dan orang dewasa secara online. Iklan lain menyebutkan bersenang-senang setelah pensiun, jadi tim Anda menargetkan warga lanjut usia yang berusia di atas 65 tahun dengan iklan ini.

# Contoh Pemasaran Demografis



## Tingkat Pendapatan

Sebagai spesialis pemasaran untuk sebuah dealer mobil, Anda ingin memasarkan model mobil baru yang mahal secara online. Meskipun Anda menyadari remaja dan dewasa muda tertarik dengan mobil ini karena fitur-fitur baru dan tampilannya yang ramping, Anda memutuskan untuk memasarkannya kepada orang dewasa yang lebih tua dengan pendapatan lebih tinggi untuk meningkatkan peluang salah satu prospek Anda mampu membeli mobil ini dan melakukan pembelian.

# Contoh Pemasaran Demografis



## Struktur Keluarga

Keuntungan toko kelontong besar meminta Anda membuat iklan untuk produk mereka berdasarkan struktur keluarga calon pelanggan. Anda menggunakan subkategori seperti orang dengan anak kecil dan mahasiswa lajang. Iklan untuk orang yang memiliki anak kecil menampilkan produk penitipan anak seperti popok, sedangkan iklan untuk mahasiswa lajang menampilkan produk seperti makanan satu porsi.

# Contoh Pemasaran Demografis

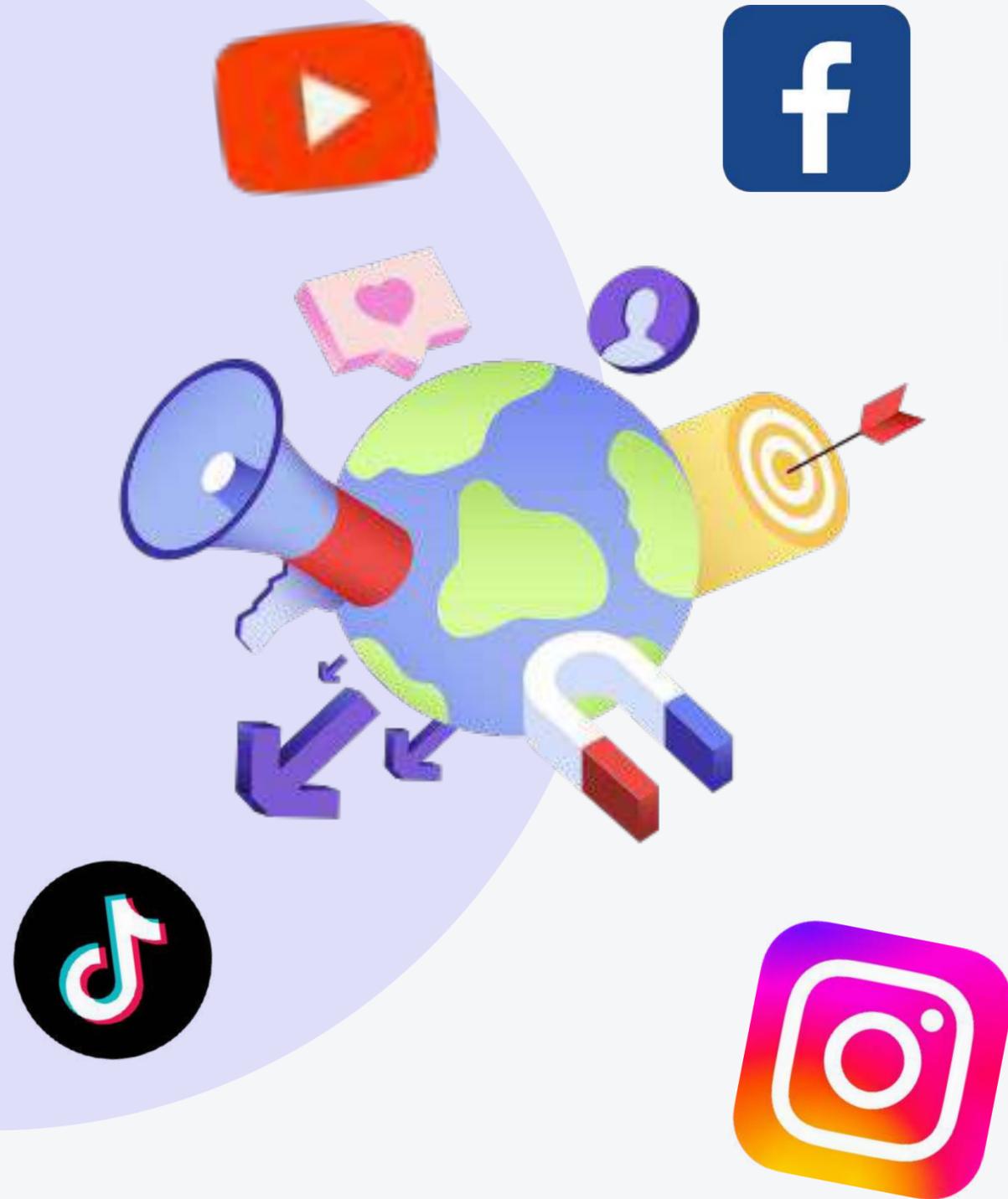


## Behavioural / Perilaku

Berdasarkan perilaku atau sifat pelanggan, seperti:

- Bagaimana mereka mengunjungi situs web Anda (halaman mana yang mereka kunjungi, tautan mana yang mereka klik, jam berapa mereka berbelanja, kapan terakhir kali mereka berbelanja, dan lain sebagainya).
- Apa yang mereka ketahui tentang produk Anda (apakah mereka masih belajar atau siap melakukan pembelian?)
- Bagaimana mereka menggunakan produk Anda (apakah mereka sering kembali untuk mengisi ulang suplai mereka atau mendapatkan lebih banyak?)
- Bagaimana mereka membuat keputusan pembelian (apakah mereka impulsif atau *slow respon* ketika berbelanja?)

Misalnya, beberapa pelanggan menghabiskan waktu berbulan-bulan untuk mempelajari suatu produk dari toko Anda sebelum mereka membelinya, sementara beberapa pelanggan adalah “pembeli yang impulsif” yang akan segera membeli ketika mereka melihat suatu produk.



**Thank You!**