

Digital Marketing Strategist - Tim Digital Marketing Nomor 1

Oleh Adi Sumaryadi



Tim digital marketing yang pertama yang akan saya kupas adalah Digital Marketing Strategist, bagian inilah yang menurut saya paling penting dalam sebuah proses digital marketingnya, saya menyebutnya Panglima perangnya, tanggung jawabnya sangat besar.

Tim digital marketing yang pertama yang akan saya kupas adalah Digital Marketing Strategist, bagian inilah yang menurut saya paling penting dalam sebuah proses digital marketingnya, saya menyebutnya Panglima perangnya, tanggung jawabnya sangat besar. Selain bertanggung jawab kepada business owner, DMS ini juga harus dapat memimpin tim digital marketing. Apa saja detail dari tugas seorang DMS?

1. Membuat Strategi Digital Marketing

Namanya juga Digital Marketing Strategist, tugas utamanya adalah membuat strategi marketing yang tepat untuk produk dan lingkungan dimana proses digital marketing itu dilakukan. Strategi ini harus berdasarkan analisa yang telah dilakukan terhadap semua aspek seperti produk, harga, pasar dan faktor lain yang mempengaruhi, analisa ini dikombinasikan dengan kreatifitas seorang DMS yang kemudian menjadi sebuah strategi digital marketing yang handal. Seorang DMS yang berpengalaman biasanya waktu untuk menentukan sebuah strategi lebih cepat dan tepat, ketimbang DMS pemula yang secara proses memang butuh mencoba satu strategi ke strategi lainnya.

2. **Melakukan Analisa**

Ini sangat penting dilakukan diawal, bahkan sebelum memutuskan untuk bergabung kedalam sebuah entitas bisnis. Jika anda seorang DMS, dan diberi tantangan untuk menghandle sebuah Digital Marketing, sebelumnya wajib untuk mempelajari, menganalisa produk, lingkungan bisnis dan tidak menjanjikan banyak hal terlebih dahulu, sebelum benar-benar yakin anda bisa meningkatkan penjualan puluhan, ratusan atau bahkan ribuan kali. Setelah anda menjadi bagian tim, anda harus dapat memimpin dalam menganalisa seluruh aspek yang berhubungan dengan Digital Marketing.

3. **Membuat KPI Digital Marketing**

Sebuah strategi yang baik bisa dilihat dari Key Performace Indicator (KPI), ini untuk memudahkan untuk mengukur apakah sebuah proses berhasil atau tidak. KPI dibuat dalam 2 jenis, yaitu KPI terhadap proses dan KPI terhadap individu-individu dalam tim. KPI proses akan menjadi acuan apakah harus menyiapkan sebuah strategi baru atau menguatkan strategi yang ada, atau bahkan menghentikan strategi itu. Begitu pula untuk KPI terhadap individu dalam tim.

4. **Mengavaluasi Kinerja Digital Marketing**

Proses digital marketing itu adalah proses perpindahan satu strategi ke strategi selanjutnya, tidak mungkin mungkin menggunakan strategi yang sama terus-menerus, evaluasi harus terus dilakukan sebagai dasar untuk membuat strategi baru.

5. **Mengatur Ritme Digital Marketing**

Semua tim dalam digital marketing harus bisa berjalan semua, kalau bisa tidak ada yang seri atau ada waktu menunggu yang tidak efektif. DMS harus juga bisa memposisikan sebagai tim leader, mengatur ritme task di tim, jangan sampai menumpuk di satu posisi tetapi pada saat yang sama diposisi lain sangat santai.

6. **Menjadi Media Transfer Knowledge**

Selain mengatur ritme, seorang DMS harus menjadi media untuk menjadi transfer knowledge dari luar masuk kedalam tim, atau juga menjadi penentu kapan individu-individu didalam tim harus melakukan upgrade diri, apakah dengan ikut pelatihan atau workshop di luar.

7. **Menjadi Jembatan ke Pemilik Bisnis**

Ini merupakan tanggung jawab terbesar, seorang DMS harus bisa menjadi jembatan komunikasi dengan owner. Biasanya akan terasa ringan bila strateginya terbukti meningkatkan sales bahkan profit, tetapi jika pada saat kondisi turun, atau bahkan strategi gagal semua. Mental seorang DMS harus kuat dengan segala kemungkinan.

Lalu, apa syarat seorang Digital Marketing Strategist? Seorang DMS memang harus sangat cerdas dalam hal digital marketing, atau lebih luasnya adalah dalam urusan marketing, akan sangat ideal bila memahami tentang semua proses dan bagian dalam sebuah digital marketing, tetapi bukan seorang DMS-lah yang harus mengeksekusi task-task dalam Digital marketing, tetapi akan menjadi leader dalam sebuah tim. Selain itu, seorang DMS harus dapat diterima dalam sebuah tim, artinya secara posisi harus dapat memimpin, bisa mengkondisikan tim, tetapi juga tetap terbuka mendapatkan masukan dari tim bila mendapatkan insight baru.

Nah, untuk menemukan seorang DMS memang tidak mudah, bahkan biasanya seorang business owner akan memanfaatkan networknya untuk mendapatkan seorang DMS, seorang DMS biasanya pernah menjadi bagian-bagian penting dari sebuah digital marketing ditempat lain, atau memang

yang benar-benar telah mencoba sebuah kegiatan digital marketing, jadi selain kompeten secara teori, ia juga berpengalaman.

Kata Kunci : Digital Marketing, Tim Digital Marketing