

Konsep E-Business

Mia Fitriawati, S.Kom, M.Kom

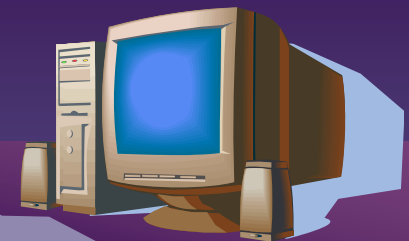


PERENCANAAN WEB (*WEB PLAN*)



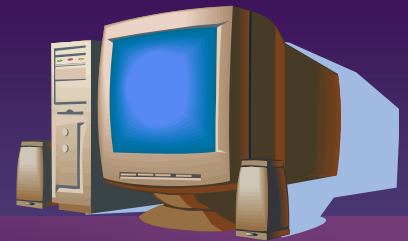
Komponen Standar

- Analisis Pasar
- Website Strategy
- Ramalan penjualan
- Rencana anggaran



Skema Perencanaan Web

Bentuk sistematis dari suatu perencanaan bisnis di internet (e-business), dengan prespektif managerial keuangan dan strategi pasar dalam penetrasi secara online dan offline.



Skema Web Plan dalam E-business

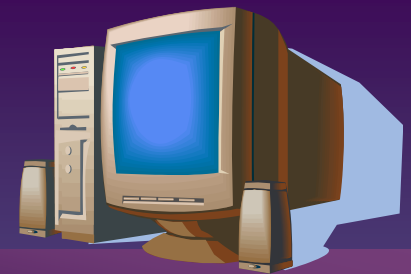
A. Pihak Executive

Sasaran

- Kunci sukses

B. Analisis pasar

- Segmentasi pasar
- Ikhtisar Demografis website
- Analisis industri



Skema Web Plan dalam E-business (2)

C. Strategi website

Model atau bentuk bisnis

- Site positioning
- Traffic forecast

- Persyaratan pengembangan

D. Strategi dan Implementasi

Batasan kompetitif

- Strategi pemasaran
- Strategi pemasaran online
- Ramalan pemasaran online

Skema Web Plan dalam E-business (3)

E. Analisis Finansial

Analisis break-event

- Pengeluaran dan kontribusinya

F. Pengendalian

Pengaruh Organisasional

- Resiko dan asumsi
 - Contingency plan
- 

Tabel-Tabel Penting dalam *Web Plan*

1. *Ramalan pasar*

Target Market Forcat	Growth	2000	2001	Cash
Nevada Jeans size-S	10 %	1000 pcs	1100 pcs	10 %
Nevada Jeans size-M	25 %	1000 pcs	1250 pcs	25 %
Nevada Jeans size-L	30 %	1000 pcs	1300 pcs	30 %
Nevada Jeans size-XL	35%	1000 pcs	1350 pcs	35%
Total	100%	4000 pcs	5000 pcs	100%

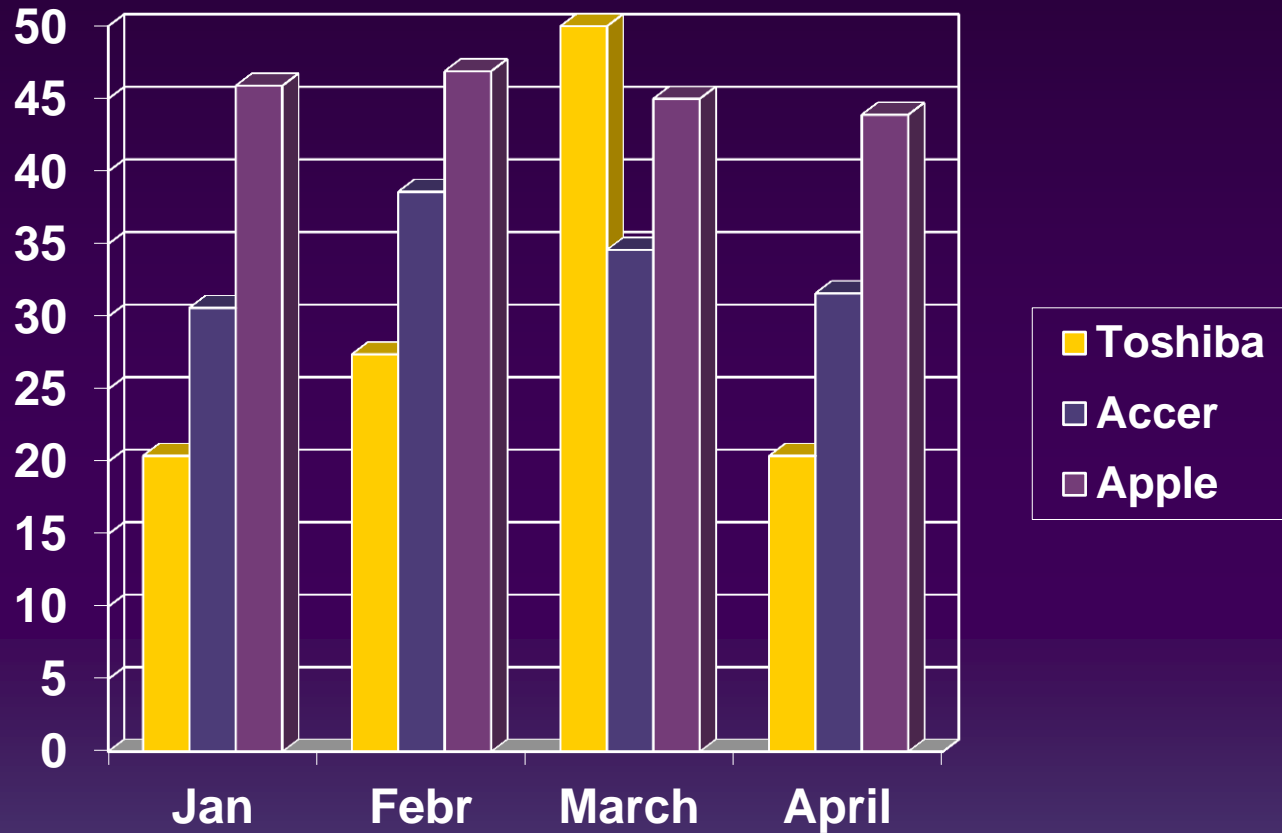
Tabel-Tabel Penting dalam *Web Plan* (2)

2. Perkiraan Traffic

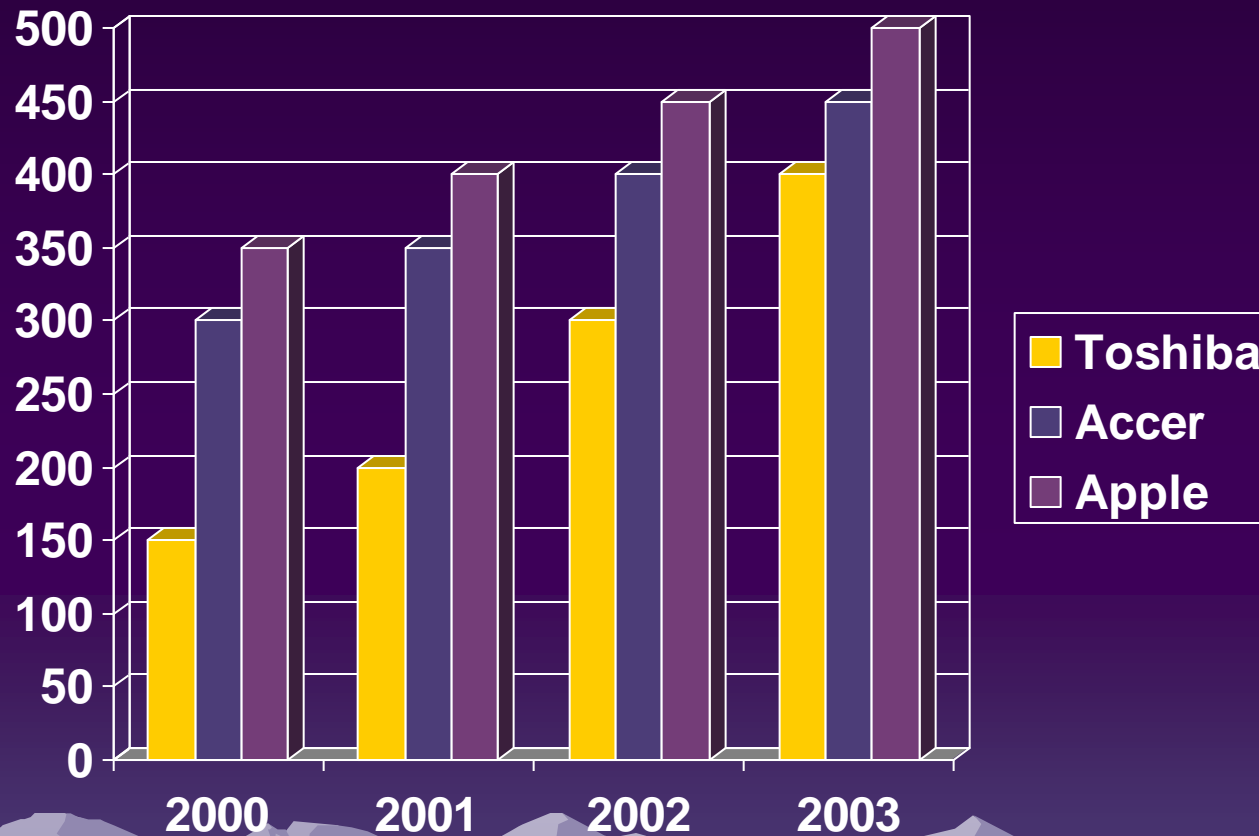
Traffic Forecast	2000	2001
Website Traffic		
User Session	4000	5000
Page Views	9500	10000
Leads/Call per page view	1.20%	0.20%
Leads/ Calls generated	95	180
Closerate per call/Lead	30%	30%
Engagements	30	54

Contoh Web Plan Bulanan

(Monthly Web Plan Traffic Forecast)



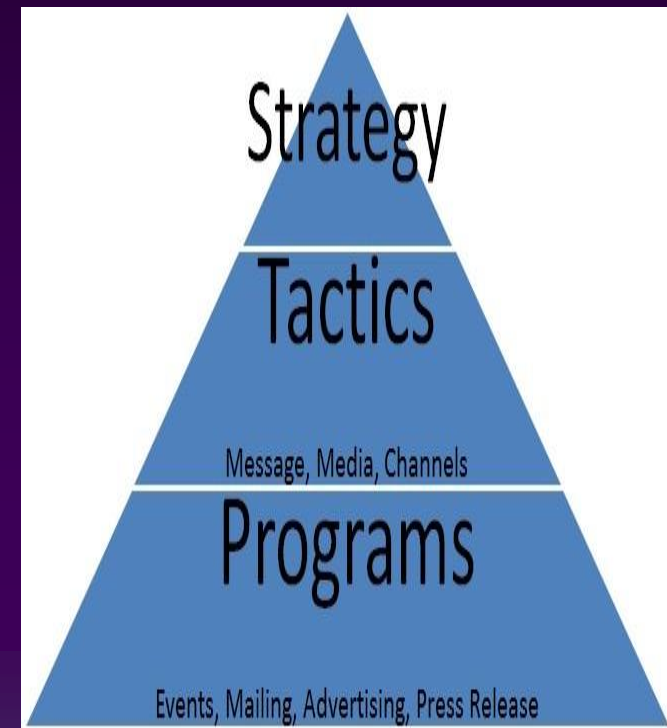
Contoh Ramalan Traffic Web Tahunan (Annual Web Plan Traffic Forecast)



Strategi Web Plan

1. Strategi Piramida

- Strategi dibagian paling atas piramida, berkaitan dengan pemfokusan pada pasar spesifik, kebutuhan pasar, dan penawaran dalam atau dari website.
- Taktik pada level kedua, akan menetapkan pesan – pesan pemasaran atau pemasaran dan cara bagaimana pesan – pesan tersebut dikirimkan.
- Program pada level paling dasar piramida, menyediakan implementasi spesifik.



Strategi Web Plan (2)

2. Batasan kompetitif website

Batasan kompetitif adalah hal – hal yang berdasarkan pada kepemilikan teknologi dan perlindungan hak paten. Paten, algoritma bahkan pengetahuan yang mendalam dapat menjadi batasan kompetitif yang solid.

3. Strategi pemasaran website

Features dan benefits statements merupakan standar pemasaran klasik. Feature adalah karakteristik dari site, sementara benefit merupakan nilai positif yang diperoleh setiap orang yang menggunakan site tersebut.

Model Bisnis ***(Business Model)***

1. Portfolio site : sama seperti business card di web
2. Basic commerce model : penjualan dan keuntungan
3. Content model : berdasarkan advertising
4. Community site : sebuah site community biasa menawarkan e-mail, buletin board, dan forum
5. Site Kombinasi : mengkombinasikan content dan komunitas dengan sentuhan portfolio dan commerce

Publishing

Mendistribusikan rencana dimana seluruh manager, orang-orang yang membuat komitmen sebagai bagian dari rencana, perlu untuk mengetahui komitmen tersebut secara tertulis, memeriksa perbedaan yang muncul antara perencanaan dengan sebenarnya agar diperhitungkan dan didiskusikan.

Implementasi

Sebuah perencanaan web akan sulit diimplementasikan kecuali rencana ini cukup sederhana, spesifik, realistis dan komplit.

- **Track dan follow-up**

sebuah perencanaan yang tidak akan berarti apa – apa jika tidak ada yang melakukan follow-up pada konsentrasi utama rencana dan milestone spesifik serta hasil yang spesifik.

- **Implementasi milestone**

memberikan beberapa tekanan dalam rencana dan manajemen dengan mendaftar tindakan – tindakan spesifik untuk diambil. Setiap tindakan akan disebut dengan milestone. Dimana perencanaan bisnis akan berubah menjadi perencanaan sebenarnya, dengan aktivitas yang spesifik dan dapat diukur, lebih dari sekedar dokumen.

Modifikasi dan Koreksi Reguler

Formula bagi perencanaan yang bertahan :

1. Setelah rencana dimulai, tuliskan hasil sebenarnya kedalam ramalan penjualan, anggaran pengeluaran, dan milestone.
2. Ingatlah selalu bila hasil sebenarnya mengindikasikan perlu adanya perubahan.
3. Tetaplah pada actual mode dan lakukan penyesuaian untuk perencanaan kas sebenarnya beberapa bulan kedepan.
4. Setelah tiap bulan diselesaikan, tuliskan hasil sebenarnya disebelah angka – angka perencananaan yang telah direvisi kedalam actual area.

Analisis Variance

Analisis varian untuk perencanaan web sample

- Jika penjualan lebih tinggi dibanding yang direncanakan, maka biaya penjualan tentu saja menjadi lebih tinggi dari rencananya, dan gross marginnya pun lebih tinggi.
- Variance perencanaan terhadap analisis aktual, sangat kritis dalam implementasinya..

Berhasil Secara Online

Berikut ini tujuh kunci untuk mencapai kesuksesan online e-business:

- 1) Menjual produk pada **tingkat Gross margin** yang tepat untuk mempertahankan model bisnis yang menguntungkan (profitable)
- 2) Menawarkan kepada customer online **proposisi nilai** yang cukup menyakinkan
- 3) Memastikan **customer acquisition cost** berada pada tingkat jumlah penjualan rata-rata
- 4) Memberikan kepada customer untuk memanfaatkan **web bersahabat (user-friendly)**
- 5) Pencapaian **traffic** pengunjung yang signifikan
- 6) Pengaturan pencapaian **efektifitas biaya dan efisiensi produk**
- 7) Memberikan **customer support** terbaik melalui **multiple touch point**.

Thank

You

