

VERTIKAL 3

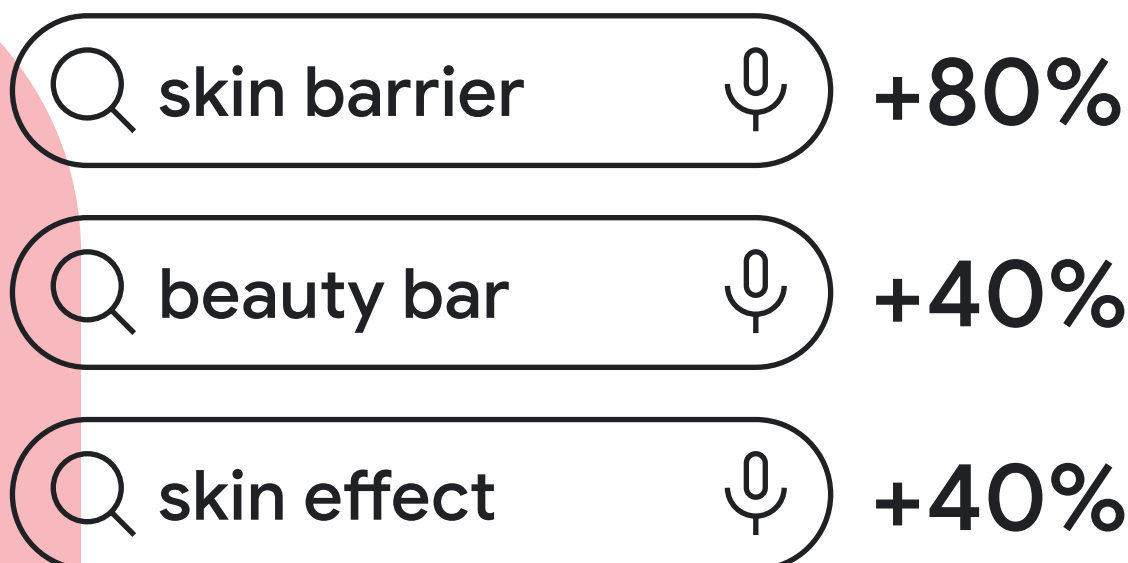


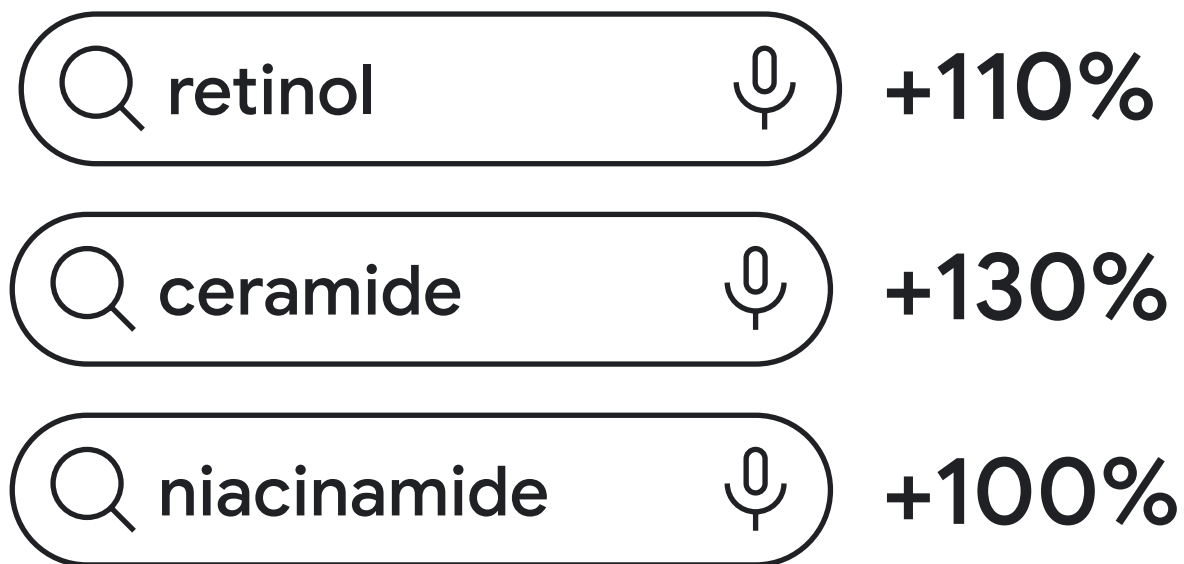
Perwatan Pribadi dan Kecantikan

Kecantikan kini menjadi semakin dekat dengan diri pribadi hingga menimbulkan permintaan produk yang cocok dengan kebutuhan individu.

Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, sudah tidak asing bagi konsumen Indonesia untuk meneliti komposisi dan fungsionalitas produk perawatan pribadi dan kecantikan mereka. Seiring dengan kembalinya event offline, tren kecantikan tematik juga kembali hadir.

Konsumen Indonesia terus penasaran dan meneliti kandungan dan komposisi produk favorit mereka, serta manfaatnya terhadap kebutuhan skincare mereka.





di Pencarian YouTube



Seiring dengan naiknya minat konsumen terhadap perawatan pribadi dan kecantikan, masyarakat Indonesia juga mencari brand, produk, dan hero ingredient terkini melalui influencer favorit mereka.

beauty influencer bertumbuh sebesar +30%.

Minat penelusuran **skincare** bertumbuh sebesar +70%, sedangkan minat penelusuran dalam **new makeup** naik sebesar +80% di Pencarian YouTube.

Di sisi lain, minat penelusuran dalam **local beauty influencers** melonjak sebesar +70%.

Sorotan Produk

Tren penelusuran memberikan wawasan atas hal-hal penting dalam dunia perawatan pribadi dan kecantikan di masa kini; seperti bagaimana perasaan konsumen dan apa yang sedang mereka cari. Manfaatkan **halaman Insights** Google Ads guna mengenali permintaan baru dan permintaan yang berubah terhadap produk kecantikan — serta meresponsnya dengan segera, termasuk secara real-time.

Memperluas campaign melalui AFS (atau AdSense for Search) dan SNDS (atau Search Network with Display Select) juga memungkinkan Anda untuk menampilkan produk kecantikan Anda di YouTube dan Google Display Network, seiring para konsumen menelusuri berbagai touchpoint saat mencari informasi.

Implikasi Permasaran

01

Perluas pilihan kata kunci Anda untuk membantu konsumen memangkas kerumitan dalam penelusuran produk.

Konsumen produk kecantikan saat ini jauh lebih jeli. Mereka meneliti kandungan komposisi produk dan memahami kesesuaiannya dalam mendukung kebutuhan perawatan rambut dan skincare konsumen.

Brand-brand dapat membantu pembeli produk kecantikan dalam melintasi kerumitan yang ada dengan hadir menemani pembeli saat mereka mencari produk, juga menyediakan informasi yang relevan serta membantu di seluruh touchpoint online guna membantu konsumen dalam membuat keputusan membeli yang bijak.

02

Jelaskan dengan lengkap dalam memaparkan manfaat atau kandungan dalam produk Anda untuk memenuhi keingintahuan pelanggan.

Perawatan pribadi tidak lagi hanya sebatas kebersihan. Brand-brand yang siap berkembang dan memenangkan hati konsumen adalah brand yang melakukan inovasi dan memperkuat kredibilitasnya dengan memaparkan komposisi berikut manfaatnya secara transparan. Dengan demikian, konsumen akan mengetahui jika hal-hal tersebut memenuhi kebutuhan konsumen mereka.

03

Pamerkan keunikan utama produk Anda untuk menangkap perhatian dengan lebih cepat.

Kebutuhan dan preferensi konsumen kerap berubah. Artinya, Anda harus spesifik dan menyoroti fitur terbaik dari produk Anda. Anda juga perlu menyampaikan makna yang relevan dari pesan Anda guna menjaring permintaan yang berubah. Hal ini juga berarti Anda perlu mempertahankan visibilitas.

IMPLIKASI PEMASARAN 03

Pertimbangkan untuk berinvestasi dalam aset gambar yang menarik agar iklan Anda mencolok melalui representasi yang beragam, baik dari segi orang maupun produk. Rata-rata, advertiser mengalami 10% peningkatan dalam click-through rate saat ekstensi gambar tampil bersama dengan iklan Google Search selulernya.

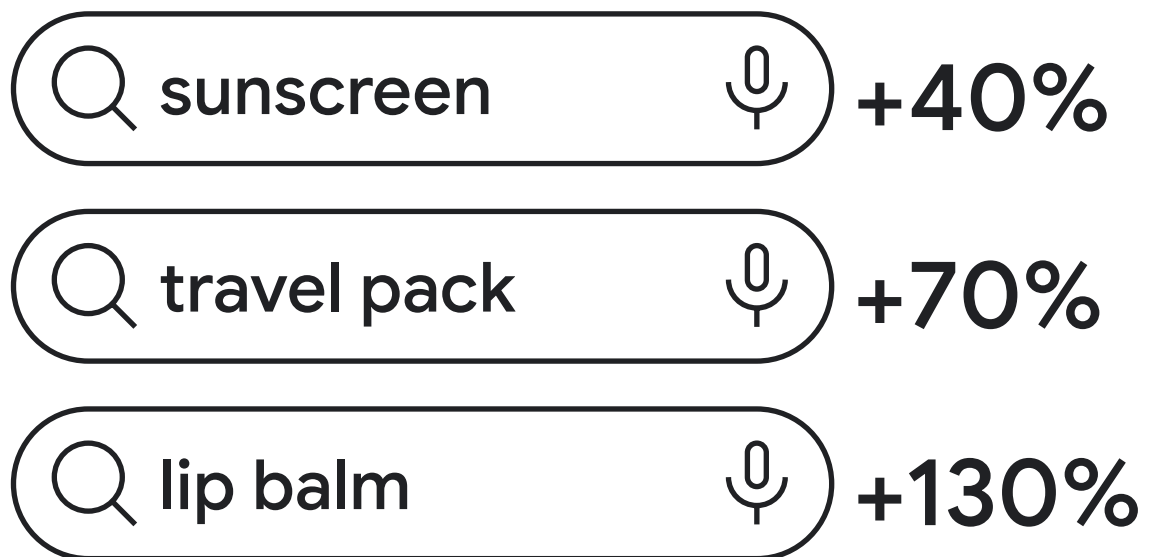


%
10+

Dengan berlanjutnya kegiatan outdoor dan traveling, orang Indonesia mencari produk perawatan kecantikan, rambut, dan skincare untuk kebutuhan on-the-move.

Peningkatan atas minat penelusuran dalam produk kecantikan dan skincare:

Minat pencarian dalam **sun protection** dan **tanning oil brands** naik sebesar 60%.



di Pencarian YouTube

Seiring dengan kembalinya kegiatan outdoor, produk perawatan rambut juga turut meningkat:

🔍 keratin 🎤 **+20%**

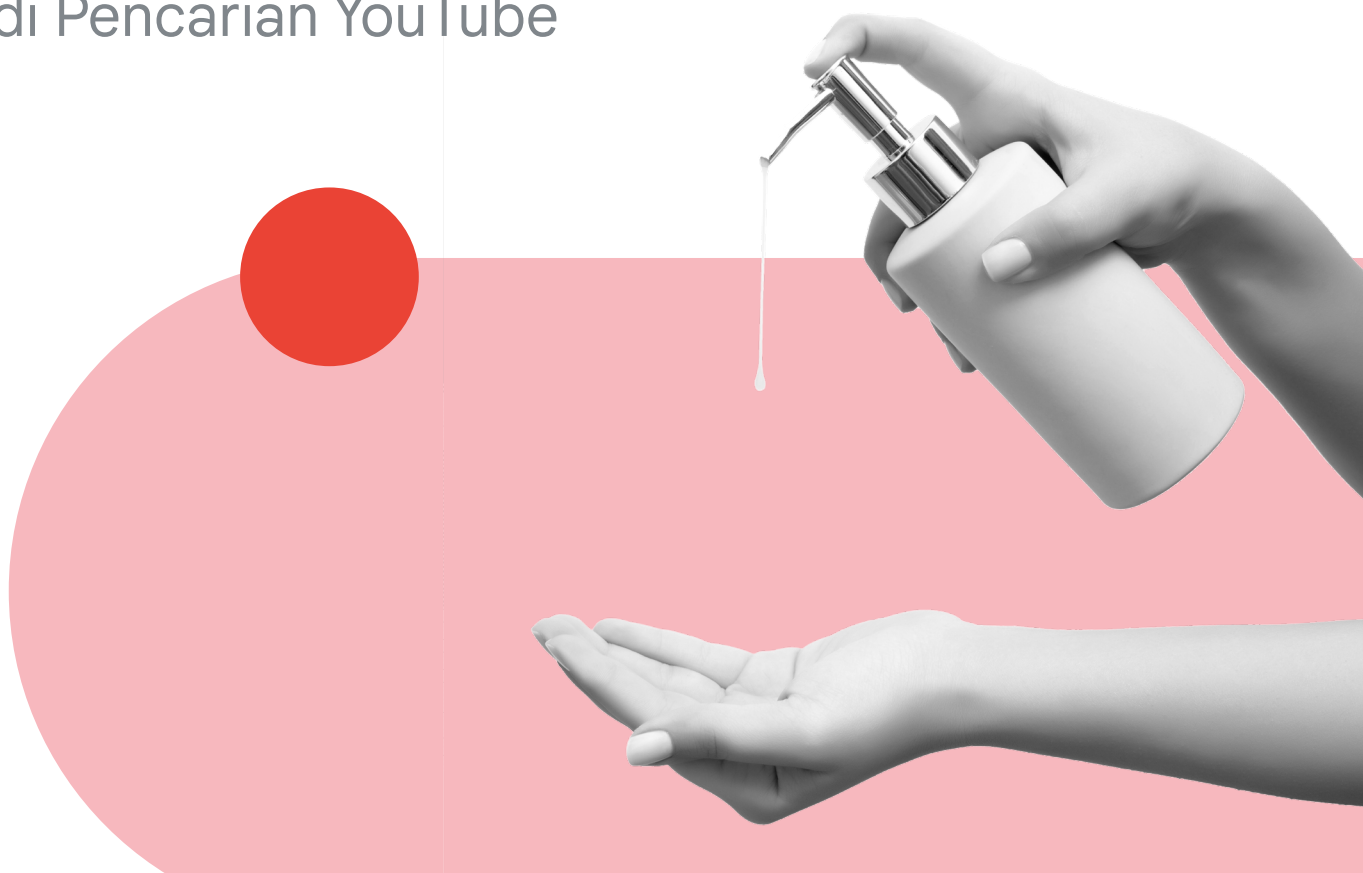
🔍 hair spray 🎤 **+20%**

🔍 ketombe 🎤 **+60%**

di Pencarian YouTube

🔍 rambut kering 🎤 **+70%**

di Pencarian YouTube



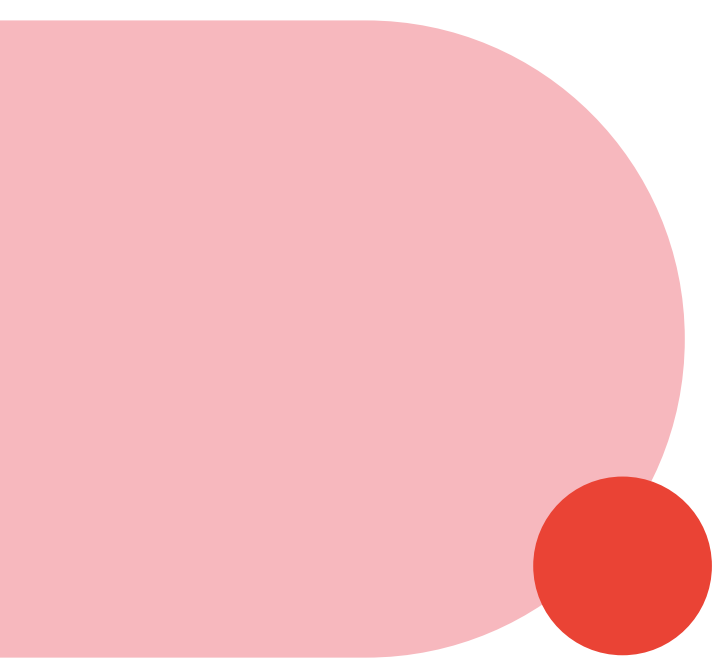
Implikasi Permasalahan

04

Lampaui kebutuhan kecantikan serta penuhi kebutuhan fungsional pengguna.

Tetap ikuti tren yang berkembang. Tantangannya adalah untuk memahami bagaimana kebutuhan dan preferensi konsumen berubah. Artinya, Anda mungkin perlu mengubah pesan Anda guna menonjolkan manfaat fungsional dari produk Anda. Pastikan agar Google Search selalu aktif agar brand Anda tetap diingat dan mendorong peminat kecantikan membeli produk Anda.

Mereka juga membangkitkan kembali makeup tematik, skincare, dan tren gaya rambut, sejalan dengan kembalinya event dan acara berkumpul seperti konser, kelulusan, dan pernikahan.

A large, light pink rounded rectangle is positioned on the left side of the lower half of the page. At its bottom right corner, there is a smaller, solid red circle.

Minat penelusuran untuk istilah seperti **makeup artist jakarta** dan **face painting** naik sebesar +30%.

Sejalan dengan para pelajar yang merayakan kelulusan sekolah dan perguruan tinggi, terdapat pertumbuhan sebesar +80% atas minat penelusuran dalam **makeup wisuda**.

Di sisi lain,
minat penelusuran
anime makeup
melonjak sebesar +70%.



Tahukah Anda?

Sebanyak 75% pembeli di Indonesia menggunakan Google untuk mencari, mengeksplor, dan menilai produk dari brand-brand. Pembeli mulai meneliti sejak empat minggu sebelumnya dan mempertimbangkan pilihannya di Google Search dan YouTube.

75%