Content Marketing Strategic

Content Marketing Strategic

Perhatian: Ini adalah lanjutan pembahasan sebelumnya dalam **Amazing Segmentation**

Mengirm Pesan WA Kedua

Setelah Anda mengirimkan pesan WA pertama berisi tawaran akses gratis ebook Anda dan sudah mengirimkan link download kepada mereka yang berminat maka artinya sekarang Anda sudah memiliki database no WA yang legal.

Tugas Anda berikutnya adalah memelihara database legal tersebut dan menjaga hubungan baik dengan mereka melalui interaksi rutin.

Ingat: *Interaksi adalah awal dari terjadinya transaksi*

Isi pesan kedua Anda bisa menanyakan dua hal ini:

- Pertama terkait apakah mereka sudah berhasil mendownload ebooknya atau mengalami kendala
- Kedua terkait bagaimana respon atau penilaian mereka terhadap isi ebooknya

Sebagai contoh:

"Assalamualaikum. Halo teman bagaimana kabar Anda? Semoga sehat dan berkah berlimpah ya.

Maaf mengganggu, apakah kemarin sudah berhasil download ebooknya atau mungkin ada kendala?

Saya harap Anda udah baca ebooknya ya.

Kalau berkenan saya mau minta tolong pendapat Anda kira-kira 3 materi pembahasan yang paling jelek dalam ebook tersebut yang mana?

Ini masukan untuk saya supaya bisa memperbaiki konten ebooknya.

Terima kasih sebelumnya ya…"

Pesan WA Ketiga & Selanjutnya

Pesan WA yang ketiga dan selanjutnya bisa berisi info dan link ke media sharing Anda yang berisi konten lainnya.

Contoh:
"Assalamualaikum.
Menjawab pertanyaan teman-teman mengenai 'Bagaimana Cara Memakai Parfum yang Benar' ini infonya:

1] Semprotkan di kulit yang bersih (idealnya setelah mandi)
2] Semprotkan dari jarak sekitar 15 cm
3] Utamakan di titik hangat tubuh seperti pergelangan tangan, leher, area dalam siku tangan, belakang lutut
4] Jangan menyemprot di kulit lalu menggosoknya
5] Jangan menyemprot ke pakaian
Dll

Sebetulnya itu sudah saya ulas secara lengkap dalam sebuah video yang bisa Anda dapatkan secara gratis disini => Link

Semoga bermanfaat ya…

Anda bisa buat pesan keempat dan seterusnya seperti contoh di atas yaitu sebuah paragraf pendek berisi ringkasan pembahasan konten yang Anda buat dan untuk melihat konten secara utuh mereka perlu klik link menuju media publishing Anda.

Terkait media publishingnya Anda bisa baca uraian di bawah ini agar pemahamannya lengkap sebelum menentukan media publishing yang tepat untuk Anda.

Content Marketing

Konten marketing sederhannya adalah melakukan promosi atau pemasaran menggunakan konten. Maksud konten disini adalah teks, audio, infografis dan video yang bermanfaat untuk audiens.

Topik pembahasannya tentu disesuaikan dengan produk jualan Anda. Misal Anda berjualan *parenting class* (seminar tentang cara merawat anak) dimana Anda bersama partner sebagai pembicaranya.

Target marketnya adalah orang tua muda yang sedang mempersiapkan kelahiran buah hati atau mereka yang sedang memiliki anak balita.

Semua orang tua tentu menginginkan anaknya tumbuh kembang dengan baik di segala aspek. Jadi disini kebutuhan akan pengetahuan cara merawat anak yang benar memang ada.

Maka tugas Anda adalah meyakinkan orang untuk mengikuti *parenting class* Anda bersama partner tersebut.

Nah dibandingkan Anda langsung berpromosi hardselling secara membabi buta tentang jadwal dan harga *parenting class* yang Anda adakan dalam waktu dekat, tentu akan lebih mudah mendapatkan peserta jika Anda memiliki channel online dan rutin membagikan konten disana.

Contohnya:

- Anda memiliki akun IG dan membagikan tips trik *parenting* secara rutin baik via video singkat maupun foto & caption yang dipadukan dengan dokumentasi kegiatan Anda di bidang *parenting* tersebut.
- Anda memiliki channel Youtube yang berisi video-video tips dan trik *parenting* yang Anda buat secara santai atau cuplikan beberapa sesi di *parenting class* yang sudah berlangsung sebelumnya.
- Begitu juga dengan chanel-channel seperti blog, grup FB, channel telegram dan lain-lain.

Dengan memiliki banyak konten yang bisa dikonsumsi secara gratis dan mudah oleh target market Anda maka nama Anda akan mulai dikenal secara luas.

Mereka yang puas dengan konten Anda juga bisa merekomendasikan channel Anda kepada orang-orang di sekitar mereka. Ini bisa menjadi viral marketing yang akan sangat menguntungkan Anda.

Anda bisa mengarahkan orang yang menikmati konten gratisan tersebut untuk memasukan alamat email atau no WA nya di halaman web form khusus untuk mendapatkan konten yang lebih berkualitas.

Disitu Anda mulai membangun database yang bisa Anda gunakan sewaktu-waktu untuk mempromosikan produk yang Anda jual. Maka saat database Anda sudah besar dan relationshipnya terbangun baik, berjualan akan lebih mudah.

Manfaat Konten

Konten memiliki banyak kegunaan untuk kegiatan marketing Anda:

1. Menarik calon buyer datang
2. Mengedukasi calon buyer
3. Menunjukan kredibilitas Anda
4. Meningkatkan trust atau kepercayaan calon buyer
5. Pengantar interaksi
6. Dan banyak lagi...

Banyak sekali marketer pemula yang terlalu bernafsu untuk langsung berjualan dengan cara *hardselling* dan tidak tertarik menyediakan konten.

Padahal faktanya tidak ada orang yang senang dijuali bahkan oleh seseorang yang sudah familiar sekalipun, apalagi oleh orang yang sama sekali belum ia kenal?

Konten adalah alat penghubung.

Maka mulai sekarang jangan lagi alergi untuk menyediakn konten berkualitas seputar topik jualan Anda karena kontenlah alasan market Anda mau melirik Anda pertama kali dan loyal untuk seterusnya terhubung dengan Anda.

Yang perlu menjadi catatan Anda adalah dalam setiap konten yang Anda buat sebaiknya menyisipkan unsur personal branding Anda.

Prestasi-prestasi dan sisi kepribadian Anda adalah dua hal yang bisa Anda ekspos agar mempercepat personal branding Anda terbentuk.

Semakin banyak dan sering mereka mengkonsumsi konten Anda maka secara tidak sadar mereka akan semakin mengenal Anda dan kemudian lebih menghargai pesan WA dari Anda berikutnya termasuk pesan promosi.

Media Online untuk Publikasi Konten

Tiga jenis media online yang saya sarankan dalam menyajikan konten:

1. Gunakan media publik yang bisa diakses secara bebas oleh siapapun seperti blog, channel youtube, channel telegram, grup FB public dll

2. Gunakan media komunitas yang bisa diakses oleh orang yang sudah join seperti grup FB closed, grup WA, grup telegram dll
3. Gunakan media personal yang bisa diakses oleh seseorang secara personal seperti email autoresponder, chat WA, inbox messenger dll

Kelebihan media publik adalah bisa diakses siapapun tanpa mereka harus join dan menyerahkan data kontak pribadinya.

Sementara kekurangannya Anda harus membuat konten dalam jumlah yang cukup banyak untuk memberikan kesan lengkap dan profesional.

Kelebihan media komunitas Anda hanya berbagi kepada audience yang memang tertarik dan kelebian kedua adalah bisa tercipta interaksi.

Sementara kekurangannya Anda harus fokus menambah jumlah member karena jumlah member yang sedikit (terlihat oleh orang lain) bisa mengganggu reputasi dan ketertarikan orang lain selanjutnya.

Kelebihan media personal bisa menjangkau orang secara pribadi dan selain itu Anda juga tidak perlu terganggu dengan jumlah orang yang masuk list Anda karena meskipun sedikit tidak terlihat orang lain.

Kekurangan media personal adalah Anda meminta data kontak mereka dimana tidak semua orang bisa dengan mudah memberikannya.

Nah dari tiga pilihan di atas masing-masing memiliki kekurangan dan kelebihan. Anda bisa pilih salah satu.

Email Marketing

Saya pribadi lebih menyukai jenis publikasi yang terakhir karena itu jauh lebih ringan. Langkah-langkahnya adalah:

1. Buat konten misalnya video atau artikel sebanyak minimal 7 buah. Kalau bisa sampai 21 maka lebih bagus lagi.
2. Setting konten tersebut menjadi email terjadwal di autoresponder.
3. Di setiap email terjadwal Anda boleh berpromosi secara *softselling* tapi jika membuat 100% konten juga boleh karena goal Anda adalah membangun reputasi dan relationship dulu.
4. Buat sebuah halaman web yang menampilkan penawaran dan form optinnya.
5. Arahkan orang untuk membuka link halaman web tersebut.

Anda memang harus menyewa email autoresponder untuk mempraktekan metode ini tapi untuk hasil yang maksimal kenapa tidak?

Beberapa autoresponder lokal yang saya rekomendasikan:

- Kirim.email
- Viosender.com
- Profitsender.com
- Indoresponder.com

Di dalam autoresponder Anda bisa:

1. Mengambil kode optin untuk Anda copy paste ke halaman web Anda
2. Menyeting pesan terjadwal yang terkirim otomatis ke subscriber
3. Memantau jumlah subscriber
4. Mengirim email secara broadcast di waktu tertentu

Di bawah ini adalah contoh halaman optin sebagai pintu masuk orang ke list database Anda.

Dengan melihat gambaran di atas maka bisa kita simpulkan bawa:

- Headline penawaran harus singkat dan menarik
- Sub headline berupa deskripsi yang bisa melengkapi penjelasan headline
- Data yang kita minta jangan terlalu banyak cukup nama dan alamat email atau bahkan hanya alamat email saja karena semakin banyak data yang kita minta maka semakin banyak orang yang keberatan
- Sangat disarankan ada cover 3D untuk memberi gambaran bentuk sesuatu yang kita tawarkan

Jika Anda pemula jangan dulu merasa pusing ya karena untuk panduan teknis autoresponder biasanya sudah disediakan oleh masing-masing perusahaan autorespondernya.

Jadi yang saya bagikan di atas memang mindset, strategi dan tahapan besarnya saja. Tapi itulah yang terpenting.

Semoga bermanfaat