

# Super Simple *Selling*





# Super Simple Selling



**Perhatian:** Ini adalah lanjutan pembahasan sebelumnya dalam **Content Marketing Strategic**

Pola promosi yang monoton dan tidak mampu menghadirkan greget secara psikologis pada calon buyer bisa menjadi penyebab produk Anda tidak laris.

Berikut adalah beberapa poin yang bisa Anda gunakan untuk menciptakan graget dan sekaligus bisa menjadi ide angle promosi agar lebih bervariasi lagi.

## 1# Sample Produk

Jika memungkinkan Anda bisa buat versi gratis produk Anda misalnya jika Anda berjualan parfum ukuran 100 ml seharga Rp 500.000 maka untuk sekedar tester bisa buat ukuran 15 ml.

Anda bisa bagikan ‘gratis’ dan mereka cukup bayar ongkir dan biaya packingnya saja misal dibulatkan Rp 50.000 untuk semua wilayah di Indonesia.

Disini meskipun Anda terlihat rugi sebetulnya tidak. Ada 3 hal yang Anda dapatkan:

- Database calon buyer potensial
- Pemenuhan unsur ‘kehebohan’ dan ini penting dalam marketing
- Dengan adanya biaya packing + ongkir Anda bisa meminimalkan beban atau bahkan dibuat impas



Anda juga harus ingat bahwa dalam contoh di atas parfum merupakan produk yang memungkinkan orang untuk order berulang.

Jadi apalah artinya jika kita harus menanggung biaya marketing yang kecil di awal untuk mendapatkan customer yang order berulang jangka panjang.

Trik ini juga bisa digunakan untuk Anda yang jualan produk digital seperti software atau ecourse, Anda berikan akses gratis untuk semua orangpun sebetulnya 'tidak ada kerugian' untuk Anda.

- Gratis trial software selama 7 hari
- Akses software versi free (tidak full fitur)
- Akses 15% video materi ecourse
- Dll

## **2# Benefit Waitinglist**

Sebelum melaunching produk ke public Anda bisa membuat halaman waiting list dan meminta orang untuk memasukan data kontak mereka supaya saat produk sudah dilaunching mereka akan mendapatkan pemberitahuannya.

Agar mereka mau masuk waitinglist maka harus ada benefitnya dibandingkan order produk normal tanpa melalui waitinglist.

Beberapa ide benefit waitinglist yang bisa Anda pilih:

- Diskon khusus yang lebih besar
- Bonus khusus yang eksklusif
- Akses gratis untuk beberapa orang beruntung
- Support special
- Dll

### **3# Kontes Produk Gratis**

Trik ini biasanya digunakan untuk produk digital dimana kita menyediakan akses gratis ke produk digital yang kita jual dengan syarat:

- Komentar alasan kenapa ingin akses gratis
- Share ke akun sosmed masing-masing
- Subscribe channel milik kita
- Tag 3 orang teman yang merututnya akan membutuhkan produk
- Dll

Trik ini bisa menjadi viral marketing dan akan berjalan maksimal jika Anda membatasi waktunya serta menyebarkan pengumumannya secara massive.

Saya pribadi tidak hanya melihat rekan-rekan seller produk digital memanfaatkan trik ini tapi sudah berkali-kali mempraktekan dan merasakan hasilnya sendiri.

## 4# Diskon Khusus

Saat momen tertentu seperti hari besar nasional atau peringatan tertentu Anda bisa membuat promo diskon khusus.

Misalnya saat hari kemerdekaan adakan promo DISKON17, lalu adakan diskon RAMADHAN, diskon LEBARN, diskon hari KARTINI, diskon TAHUNBARU, dan sebagainya. Anda bisa buat sekreatif mungkin dan tentukan tujuannya.

Misalnya Anda menjual produk yang mengharuskan buyer membayar berkala dan tujuan Anda mengadakan diskon adalah ingin menambah database buyer sehingga tidak masalah rugi di awal dengan memberikan diskon besar tapi akan profit di saat perpanjangan.

Atau tujuan Anda menetapkan diskon hanya untuk produk tertentu saja dan hanya untuk menciptakan 'kehebohan' supaya orang datang.

Asumsinya ketika orang sudah datang dan ternyata tertarik dengan produk lain yang tidak diskon mereka akan tetap membelinya.

Anda juga bisa adakan diskon khusus untuk produk-produk yang memang kurang laku supaya banyak terjual bahkan ludes (jadi seperti promo cuci gudang).



## 5# Scarcity

Scarcity atau kelangkaan adalah trik marketing yang bisa membuat orang bertindak dengan cepat. Kelangkaan disini bisa secara jumlah atau bisa juga secara waktu.

Agar lebih mudah dipahami saya langsung berikan contohnya saja.

### **Contoh kelangkaan secara jumlah:**

*"Segera amankan kursi Anda untuk parenting class terbaik tahun ini dengan harga super terjangkau disini =} LINK*

*Dari total kuota 100 kursi yang kami sediakan saat ini hanya tersisa 28 kursi saja."*

### **Contoh kelangkaan secara waktu:**

*"Dari total 7 hari waktu pendaftaran parenting class terbaik tahun ini dengan harga terjangkau*

*Tidak terasa hari ini merupakan hari ke7 sekaligus kesempatan terakhir Anda untuk mendaftar. Halaman pendaftaran tidak akan berfungsi setelah pukul 23:59*

*Segera isi formnya sekarang juga =} LINK  
Jangan sampai Anda ketinggalan kereta lagi seperti tahun lalu"*





## 6# Gratis Bersyarat

Tawarkan sesuatu yang gratis tapi dengan sebuah syarat.

Contoh:

- Gratis produk X ketika beli produk Y
- Beli 2 produk X Gratis 1
- Gratis benefit A jika membeli produk Z
- Gratis ongkir untuk belanja minimum sekian rupiah

Triknnya adalah gratiskan sesuatu yang tampak mahal atau berharga dan jangan lupa saat menulis penawaran sampaikan kata gratisnya di depan.

Seperti pembahasan sebelumnya bahwa saat mengadakan promo diskon atau bagi-bagi gratis tidak ada istilah rugi jika semuanya benar-bener Anda ukur.

Sebagai contoh ada promo di minimarket:

Belanja minimal Rp 500.000 bisa mendapat Motor.

Mekanismenya setiap seseorang belanja minimal Rp 500.000 akan mendapatkan satu kartu undian yang bisa diisi data diri dan dimasukkan ke kotak undianya.

Misalnya kita tetapkan aturan bisa berlaku kelipatan artinya orang yang belanja Rp 1 juta akan mendapatkan dua kartu undian sekaligus dan seterusnya.





Dengan promo seperti itu maka:

- Orang akan belanja berkali-kali lipat dari nominal yang ditentukan agar bisa mendapatkan banyak kartu undian dengan asumsi semakin banyak kartu undian yang ia masukan akan semakin besar peluang menang
- Akan banyak juga yang hanya belanja dan tidak tertarik atau sempat mengikuti undiannya
- Dan unsur 'kehebohan' dalam marketingnya bisa mengundang orang untuk datang

Kunci dari keberhasilan trik ini adalah waktu batas akhir yang ditentukan dan informasi atau pengumuman promo disebarluaskan secara massive agar peserta undian lebih banyak sehingga profit penjualan lebih besar dari harga hadiah yang diberikan.

Nah trik ini tidak hanya bisa dilakukan di offline melainkan juga di penjualan online.

## **7# Bundle**

Bundling atau menyatukan beberapa produk menjadi satu kesatuan paket dan bisa didapatkan dengan satu harga adalah trik agar penjualan lebih besar.

Contohnya paket perlengkapan bayi baru lahir yang terdiri dari popok ikat, gurita ikat, celana pendek, celana pop, singlet putih, baju lengan pendek, baju lengan panjang, baju kutung, celana panjang motif size S, celana panjang



warna, sarung tangan kaki, washlap, handuk playing fun, sepatu dll.

Secara umum orang cenderung menginginkan sesuatu yang praktis dan tidak mau ribet. Jadi meskipun harga bundling itu dibuat normal bahkan lebih mahal dari harga eceran bisa tetap laku apalagi jika memang dibuat harga khusus yang jauh lebih hemat.

Jadi triknya adalah dengan menjelaskan harga normal masing-masing produk secara eceran lalu totalkan harga keseluruhan kemudian coret dan berikan harga yang lebih murah. Dijamin orang langsung beli gak pake mikir lama.

## **8# Bonus**

Bonus bisa menjadi salah satu daya tarik dan pertimbangan seseorang dalam membeli sebuah produk.

Berikan bonus yang berhubungan dengan produk utama (bisa sebagai pelengkap) dan memang dibutuhkan atau bermanfaat. Jadi sebaiknya jangan asal bonus.

Dibanyak kejadian banyak orang membeli sebuah produk karena bonusnya. Disini tantangan untuk Anda adalah mengemas bonus menjadi sesuatu yang eksklusif, bernilai dan sangat menarik untuk dimiliki.

Contoh menjual buku bonus audio motivasi atau inspirasi bahkan bonus tiket seminar seharga jutaan dll.



## 9# Pre Order

Membuat sistem pre order atau orang bayar duluan sebelum produknya benar-benar ready akan sangat menguntungkan Anda sebagai penjual.

Anda bisa mengetes ketertarikan market, meminimalkan resiko kerugian karena hanya memproduksi barang sesuai dengan permintaan saja dan masih banyak keuntungan lainnya.

Tapi biasanya strategi ini dipraktikkan oleh pihak yang memang sudah memiliki nama / branding yang kuat karena bagaimanapun membayarkan uang sebelum produknya benar-benar ada membutuhkan kepercayaan yang tinggi.

Dan untuk memicu orang mau melakukan pre order adalah dengan menawarkan benefit. Misalnya harga produk pre order jauh lebih murah 25% dibandingkan harga normal saat produk dilaunching secara resmi, bisa juga menawarkan bonus eksklusif yang tidak didapatkan jika membeli saat produk dilaunching resmi dll.

Pre order adalah strategi yang bisa dipraktikkan untuk berbagai produk tidak hanya produk fisik saja. Produk digital yang masih dalam pembuatan pun bisa Anda terapkan sistem pre ordernya.



## 10# Fitur + Manfaat

Orang tidak peduli dengan fitur produk Anda. Mereka hanya ingin tahu apa yang bisa dilakukan oleh fitur produk Anda untuknya. Jadi hindari menjelaskan fitur tanpa penjelasan manfaat.

Contoh fitur dalam salah satu varian motor yang dijual dipasaran:

- **Fitur Dual Keen Eyes**  
Lampu depan yang berkarakter tajam, sporti & dilengkapi dengan clear lens & multireflector sudah menggunakan teknologi LED cahaya putih yang lebih terang & fokus.
- **Fitur Bagasi 18 Liter**  
Bagasi yang lebar dan dapat menampung beban sampai seberat 18 liter. Bagasi ini juga dapat menyimpan helm fullface.
- **Fitur Teknologi ISS**  
Yaitu teknologi yang dirancang untuk mengurangi emisi dan konsumsi bahan bakar saat kondisi diam. ISS akan mematikan mesin secara otomatis jika berhenti lebih dari 3 detik dan menyalakan mesin kembali hanya dengan memutar sedikit tuas gas.

Saat membuat teks promosi Anda perlu menjelaskan manfaat dari fitur-fitur tersebut.

Misalnya fitur *Dual Keen Eyes* bisa membuat pengendara tetap aman saat berkendara di area yang minim penerangan karena lampu depan yang sangat terang serta fokus. Bisa menghindarkan dari kecelakaan.



Fitur Bagasi 18 Liter bisa untuk menyimpan barang-barang dengan ukuran besar seperti helm. Di tempat-tempat parkir yang rawan pencurian helm. Fitur ini sangat bermanfaat karena bisa menjadi tempat penyimpanan yang aman tanpa harus mengeluarkan uang untuk biaya jasa penitipan.

Fitur teknologi ISS yang bisa mematikan mesin otomatis saat tidak digunakan. Fitur ini akan bekerja maksimal di jalanan macet yang memaksa kita sering berhenti. Mesin akan otomatis hidup saat menarik tuas gas. Praktis dan bisa membuat mesin tetap awet serta hemat bahan bakar.

Dalam menjelaskan manfaat Anda juga bisa melalui kasus atau permasalahan nyata yang sering dialami orang secara umum jadi akan sangat mengena.

## **11# Nominal Benefit**

Saat menjelaskan bonus atau benefit pembelian Anda bisa memberi gambaran nominal harganya meskipun produk itu tidak dijual di pasaran dan tidak ada harga normal yang bisa menjadi acuan.

Misalnya:

- Bonus gratis jasa pembuatan web senilai Rp 2.350.000
- Bonus gratis konsultasi selama 30 hari senilai Rp 5.985.000



- Bonus gratis satu kaos eksklusif yang bisa menaikan kadar ketampanan Anda hingga 99% senilai Rp 200.000

## 12# Testimoni

Jika Anda sudah mendapatkan pembeli bisa minta testimoni atau kesan setelah order dan membeli produk Anda.

Testimoni asli berupa kepuasan dari pembeli bisa menjadi senjata promosi yang sangat ampuh karena kesaksian bahkan rekomendasi orang lain lebih mudah dipercaya oleh calon buyer berikutnya.

Selain testimoni berupa kepuasan pembeli bisa juga Anda memadukannya dengan review penilaian dari para expert terhadap produk Anda.

Untuk mendapatkan review seperti ini biasanya Anda memberikan produk Anda secara gratis kepada para expert & meminta mereka untuk memberikan pendapatnya.

Benefit untuk para expert memberikan reviewnya adalah publikasi gratis nama & link chanelnya.

Tapi faktanya meskipun minta review ini seolah sepele terkadang membutuhkan usaha yang tidak mudah karena karakter para expert juga berbeda-beda.

## 13# Garansi

Ada begitu banyak orang yang merasa takut menyesal ketika produk yang akan mereka beli tidak sesuai ekspektasinya dan uang yang sudah terlanjur mereka bayarkan akan hilang.

Terlebih untuk sitem jual beli online dimana tidak terjadi tatap muka secara langsung maka kekhawatiran itu akan menjadi lebih besar.

Nah Anda sebagai seller jika memang memiliki produk yang bagus maka tidak ada salahnya memberikan garansi uang kembali ketika produk tidak sesuai deskripsi.

Jika sistem garansi ini mampu memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan calon pembeli sehingga mereka berani take action order maka tidak ada salahnya Anda membuat garansi yang menyita perhatian misalnya GARANSI uang kembali 2x lipat.

Apakah gak takut rugi?

Jika produknya bagus dan kita yakin jumlah orang yang akan klaim garansi uang kembali sedikit maka sama sekali tidak rugi.

Lalu bagaimana jika nyatanya banyak orang yang klaim garansi uang kembali?





Artinya Anda perlu perbaiki kualitas produknya lagi. Atau perbaiki sistem pemberian garansinya agar Anda tidak bisa dibohongi oleh pembeli yang nakal dan mencari keuntungan pribadi dari pengembalian uang dua kali lipat.

## **14# Persepsi Harga**

Mahal atau murah harga sebuah produk adalah sesuatu yang relatif. Itu tergantung kesimpulan atau image yang terbentuk di kepala seseorang.

Coba renungkan, kira-kira kenapa seseorang bisa menilai harga produk Anda itu mahal?

1. Karena harga produk Anda beneran lebih mahal dibandingkan di tempat lain
2. Karena menganggap value produk Anda lebih kecil dibandingkan produk sejenis di tempat lain atau dibandingkan kebutuhannya
3. Kerena tidak memiliki uang untuk membeli produk Anda dengan harga itu

Untuk no 1 solusinya Anda harus menurunkan harga atau menaikkan value produk.

Kemudian untuk yang no 2 solusinya dengan mengkomunikasikan kepada calon buyer bahwa value produk Anda memang lebih tinggi dibandingkan produk sejenis di tempat lain.



Sementara untuk no 3 Anda bisa abaikan karena itu artinya mereka bukan target market Anda.

Umumnya semua pembeli ingin mendapatkan harga murah untuk produk yang dibelinya. Namun, mereka tidak suka jika produk itu terkesan murahan.

Harga murah dan harga murahan di mata pembeli adalah dua hal yang berbeda. Harga murah adalah keberuntungan untuk mereka, tapi harga murahan, menurunkan harga diri mereka.

Murahan mempersepsikan barangnya tidak berkualitas, hanya patut dibeli orang-orang yang tidak mampu, selain itu juga bermakna produk pasaran.

### **Kesimpulan:**

- Menurunkan harga produk semurah-murahnya dengan mempertaruhkan margin profit bukanlah jalan terbaik. Murah tidak selalu memicu kelarisan.
- Gantilah kata murah dengan kata harga terjangkau, harga ekonomis, atau harga spesial. Kata-kata tersebut umumnya membuat pembeli merasa lebih nyaman dan tidak menyingung perasaan.



Bagaimana cara menciptakan persepsi harga produk Anda  
“TIDAKLAH MAHAL” ?

- Informasikan nominal harga normal atau menunjukkan harga produk sejenis di pasaran
- Komunikasikan kualitas dan value produk Anda
- Berikan lebih banyak benefit tambahan seperti bonus, support, garansi dll
- Berikan gambaran apa yang akan mereka dapatkan atau pencapaian seperti apa yang akan mereka peroleh dengan bantuan produk Anda

Semoga bermanfaat