

Panduan Digital Marketing Lengkap untuk Pemula



Prolog

Teknologi berkembang semakin pesat sehingga banyak hal bisa dilakukan dengan lebih cepat dan serba otomatis. Salah satunya, kegiatan marketing.

Tak perlu lagi upaya pemasaran secara door-to-door. Selain repot dan butuh biaya besar, langkah pemasaran seperti bisa dikatakan ketinggalan zaman.

Sekarang adalah era digital marketing

Apapun jenis produk yang Anda jual dan skala bisnis yang ingin dibangun, digital marketing harus mampu dikuasai dengan baik. Terutama, bagi pebisnis pemula.

Ingin penetrasi ke pasar lokal? **Bisa**. Mau menembus pasar internasional? **Boleh**.

Digital marketing memungkinkan Anda untuk mendobrak semua batas jarak dan waktu untuk dapat memasarkan produk kemana pun, kapan pun.

Memahami digital marketing untuk mendukung kemajuan bisnis merupakan sebuah keharusan. Jika pengetahuan digital marketing Anda perlu dikembangkan, tak perlu khawatir. **Anda telah menemukan ebook yang tepat.**

Setelah membaca panduan ini, Anda akan lebih mampu memahami apa itu digital marketing, berbagai strategi yang perlu digunakan, dan bagaimana Anda memulainya.

Mari baca panduan ini hingga selesai!



Daftar Isi

1. Apa itu Digital Marketing dan Kenapa Penting	1
2. Digital Marketing vs Traditional Marketing	5
3. Hal-Hal yang Perlu Dipersiapkan Sebelum Memulai Strategi Digital Marketing	6
4. 9 Strategi Digital Marketing	15
5. Membangun Website Sebagai Strategi Digital Marketing Terbaik	33



Apa Itu Digital Marketing dan Kenapa Penting?



Apa Itu Digital Marketing dan Kenapa Penting?

Di awal sudah ada sedikit penjelasan tentang digital marketing. Namun, Anda mungkin bertanya: "**Apa itu digital marketing? Dan apa manfaatnya untuk usaha Saya?**"

Penjelasannya seperti ini:

Digital marketing adalah upaya untuk memasarkan produk dengan memanfaatkan koneksi internet dan teknologi digital.

Artinya, digital marketing menggunakan pendekatan yang lebih modern dibanding upaya tradisional agar mendapatkan hasil yang optimal dan terukur.

Kenyataannya memang demikian.

Hampir semua bisnis sudah menggunakan digital marketing. Mulai dari bisnis besar hingga bisnis kecil.

Terutama bagi bisnis kecil, digital marketing sangat membantu dalam menjangkau target pemasaran yang lebih luas dengan biaya yang terjangkau.

Contohnya, dulu Anda hanya bisa melakukan promosi dengan memasang papan reklame di berbagai tempat atau iklan di TV dengan biaya mahal.

Kini, dengan digital marketing, Anda bisa promosi produk lewat website, media sosial, email dan lainnya. Secara biaya lebih murah, tapi jangkauan targetnya cukup luas.

Itulah sekilas tentang digital marketing.

Nah, apakah Anda masih ragu untuk menggunakan digital marketing untuk memasarkan produk Anda?

Inilah beberapa alasan yang dapat meyakinkan Anda:

1. Hampir Semua Bisnis Menggunakannya

Ada sebuah fakta menarik yang dirilis oleh [BlueCorona](#) bahwa hanya 1 dari 5 UKM yang belum menggunakan digital marketing. Jangan sampai itu adalah bisnis Anda, ya?

Sebab, jika semua kompetitor Anda sudah menggunakan digital marketing dan mampu menjangkau pasar lebih baik, Anda akan ketinggalan.

Oleh karena itu, jika bisnis Anda memang belum menggunakan strategi digital marketing, sekaranglah waktu yang tepat untuk menggunakannya.

Baik untuk meningkatkan penjualan saat ini atau mengembangkan bisnis di masa mendatang, strategi ini layak Anda terapkan.

2. Biayanya Lebih Murah

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang hemat biaya. Bahkan, bisa saja gratis.

Yang pasti, Anda tak perlu membeli/menyewa peralatan yang rumit ketika menggunakan digital marketing. Selain itu, tak perlu pusing memikirkan biaya tambahan seperti ongkos pengurusan perizinan pemasangan reklame.

Cukup menggunakan komputer atau ponsel, Anda sudah bisa promosi melalui website atau media sosial.

Jika ingin upaya yang gratis menggunakan website, Anda bisa melakukan langkah optimasi SEO agar semakin banyak pengunjung yang datang ke website Anda.

Apabila memiliki budget khusus, Anda bisa memasang iklan di mesin pencari menggunakan strategi SEM.

Kami akan menjelaskan keduanya di bagian Strategi Digital Marketing.

3. Hasilnya Lebih Efektif

Anda bisa menjangkau target pemasaran dengan lebih tepat dengan digital marketing. Salah satu alasannya karena upaya digital marketing cocok dengan kebiasaan konsumen saat ini.

Di Indonesia, pengguna internet menghabiskan hampir [8 jam waktu mereka untuk online](#). Plus, 3 jam tiap hari untuk mengakses media sosial.

Jika Anda memasarkan produk secara online, tentu akan menjangkau calon konsumen lebih mudah, langsung di gadget mereka.

Selain itu, Anda bisa menjalin komunikasi dua arah dengan calon konsumen Anda, apapun platform yang digunakan. Bisa dengan berbalas komentar atau sharing dan like.

Kedekatan inilah yang dapat menimbulkan kepercayaan calon konsumen untuk membeli produk Anda. Faktanya, sebuah bisnis mampu meningkatkan revenue hingga [lebih dari \\$1juta](#) setelah secara aktif memasarkan produk dengan digital marketing.

4. Hasilnya Lebih Terukur

Sangat penting untuk mengetahui tingkat keberhasilan program pemasaran Anda. Dan, digital marketing merupakan strategi pemasaran yang dapat diukur (measurable).

Setiap pelaksanaan program dimulai dari data yang dimasukkan ke dalam sistem. Mulai dari tujuan, biaya, durasi dan lainnya. Lalu, saat program tersebut berjalan, Anda bisa langsung melakukan monitoring.

Dengan mencatat prosentase keberhasilan atau kegagalan suatu program, Anda bisa memutuskan apakah akan melanjutkan program tersebut atau menghentikannya. Bahkan, sebelum program tersebut berakhir.

Digital Marketing

VS

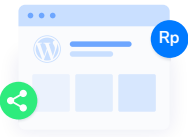
Traditional Marketing

Digital Marketing

Traditional Marketing



Jangkauan luas secara online hingga ke 175 juta pengguna internet di Indonesia



Lebih murah dengan pemanfaatan media dan platform digital



Bebas menentukan pelaksanaan program pemasaran kapan saja dan berapa lama



Komunikasi bisa berjalan **dua arah** sehingga lebih dapat meningkatkan engagement

Target Pemasaran

Jangkauan terbatas untuk area dan channel tertentu



Biaya

Lebih mahal dengan penggunaan platform konvensional ditambah pengeluaran biaya tambahan seperti perizinan



Waktu

Proses lebih lama dengan banyak pihak terlibat dan harus antri mendapatkan spot iklan terbaik



Komunikasi

Komunikasi hanya bersifat **satu arah** sehingga sulit mendapatkan feedback



Hal-Hal yang Perlu Disiapkan Sebelum Memulai Strategi Digital Marketing



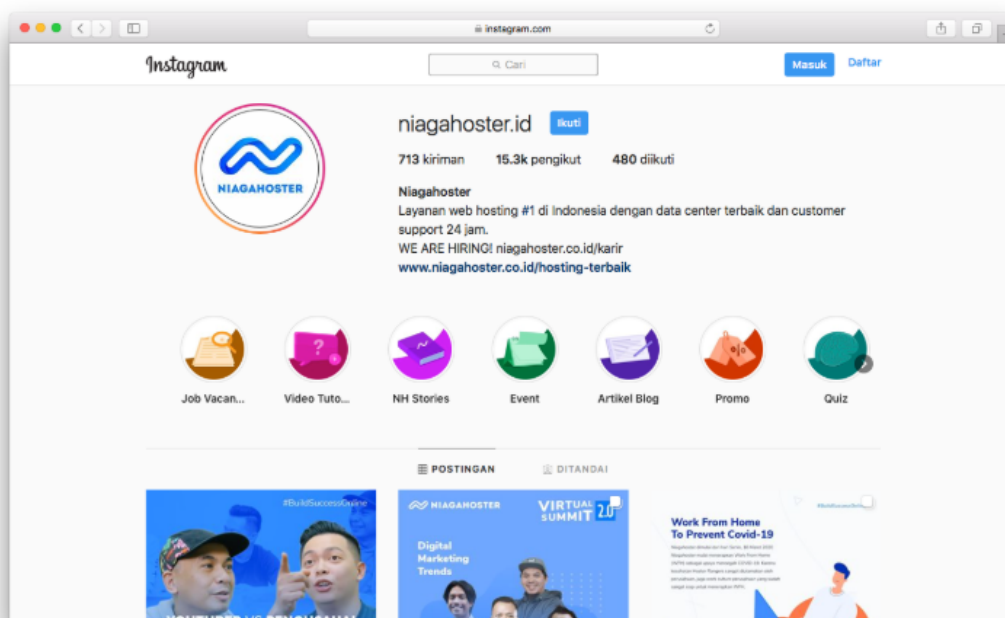
Hal-Hal yang Perlu Disiapkan Sebelum Memulai Strategi Digital Marketing

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk jangka panjang. Selain itu, strategi ini juga bisa memanfaatkan berbagai platform bersamaan agar memberikan hasil yang optimal.

Oleh karena itu, melakukan persiapan dengan tepat bisa dikatakan hal paling penting sebelum strategi digital marketing dijalankan. Inilah persiapan yang harus Anda lakukan

1. Buat Akun Sosial Media Resmi

Peran media sosial untuk bisnis tentu berbeda dengan penggunaan pribadi. Oleh karena itu, siapkan akun media sosial resmi untuk bisnis Anda. Bisa Facebook, Twitter, Instagram dan lainnya.



Tujuan membuat akun bisnis di media sosial antara lain:

- Memperluas jangkauan pemasaran produk.
- Mendapatkan pelanggan baru.
- Meningkatkan kunjungan ke website resmi.
- Membangun branding.

Namun, perlu diingat bahwa upaya pemasaran melalui media sosial membutuhkan effort yang tinggi. Oleh karena itu, Anda harus mampu memilih platform yang paling efektif untuk mencapai empat tujuan di atas.

Untuk memudahkan Anda menentukan pilihan, gunakanlah **Teknik Bulls Eye**.

TEKNIK BULLS EYE

Inilah beberapa tahapan dalam memilih platform media sosial untuk digital marketing

- 1 Brainstorming** ————— Buat daftar platform media sosial yang bisa digunakan.
- 2 Rank** ————— Buat urutan manakah platform yang paling potensial untuk melakukan pemasaran sesuai bisnis Anda.
- 3 Prioritize** ————— Gunakan platform yang paling menjanjikan untuk bisnis Anda.
- 4 Test** ————— Lakukan ujicoba program digital marketing pada platform tersebut.
- 5 Focus** ————— Arahkan semua kegiatan digital marketing Anda dengan platform tersebut jika terbukti berhasil dalam upaya pemasaran.

2. Buat WA Resmi

84% masyarakat Indonesia menggunakan WhatsApp dengan intensitas penggunaan cukup tinggi.



Dengan menggunakan WhatsApp sebagai media pemasaran online, Anda bisa menjangkau lebih banyak orang. Oleh karena itu, pastikan untuk membuat akun **WhatsApp Bisnis** resmi dulu.

Kelebihan dari penggunaan WhatsApp bisnis antara lain:

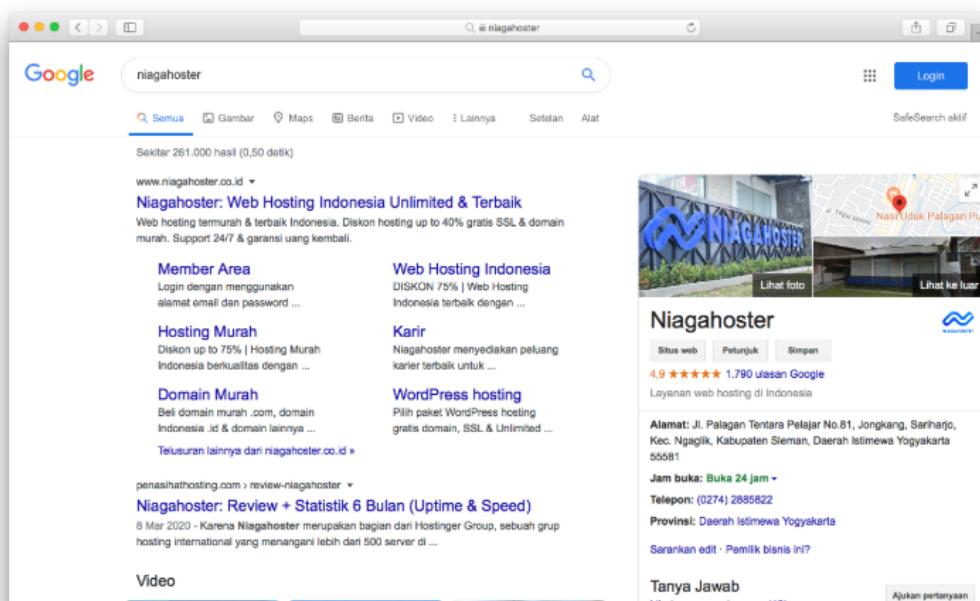
- Dapat menampilkan profil bisnis sehingga tampak lebih profesional.
- Memiliki fitur katalog yang berguna untuk memajang produk.
- Dilengkapi dengan statistik dan label pesan untuk memudahkan monitoring.

Untuk memiliki akun WhatsApp bisnis, Anda bisa mendownload aplikasinya terlebih dahulu. Lalu, memasukkan nomor telepon dan melengkapi profil bisnis Anda.

Penjelasan lengkap cara membuat akun WhatsApp Bisnis bisa Anda baca di [artikel berikut](#).

3. Buat Google Bisnisku

Google Bisnisku adalah layanan gratis dari Google untuk menampilkan profil bisnis Anda.



Layanan ini sangat bermanfaat bagi konsumen untuk dapat menemukan bisnis Anda dengan mudah. Misalnya, informasi alamat, nomor telepon, jam operasional dan lainnya.

Membuat Google Bisnisku sangat penting untuk menunjang visibilitas bisnis Anda secara online. Artinya, semakin mudah bagi brand bisnis Anda untuk dikenal masyarakat.

Anda bisa juga mendapatkan review positif dari pelanggan melalui Google Bisnisku. Hal ini tentu akan menunjukkan reputasi baik bisnis Anda serta menjadi sarana promosi langsung tentang produk Anda.

Yang tidak kalah penting, Anda bisa menggunakan Google Bisnisku untuk melakukan analisa pelanggan. Misalnya seberapa besar interaksi pelanggan dengan Google Bisnisku Anda dan perbandingannya dengan kompetitor.

Menariknya, membuat Google Bisnisku cukup mudah bahkan untuk pemula sekalipun. Untuk panduan lengkapnya, silakan baca artikel [Cara Daftar Google Bisnisku](#).

4. Buat Website

“Kenapa harus membuat website jika sudah punya media sosial?” Pertanyaan ini memang kerap diajukan.

Jawabannya sederhana, **website adalah kunci kesuksesan** bisnis online.

Faktanya, [56% konsumen](#) lebih percaya kepada bisnis yang memiliki website. Maka, jika Anda tidak memiliki website Anda akan kehilangan kesempatan menjangkau lebih banyak calon konsumen potensial.

Lebih dari itu, website juga dapat mendukung strategi digital marketing lain dengan lebih efektif. Kenapa efektif?

Pertama, sebuah website dapat diakses selama 24 jam penuh sehingga upaya pemasaran dapat terus berjalan. Kedua, Anda bisa mengontrol konten promosi yang akan ditampilkan. Ketiga, Anda tak boleh ketinggalan dari kompetitor yang juga sudah memiliki website.

Menariknya, membuat website tidak perlu kemampuan coding sama sekali. Cukup dengan beberapa langkah mudah, website Anda sudah siap online.

Kami memiliki penjelasan lengkap cara membuat website dengan mudah di [artikel berikut](#).



5. Buat Email Resmi

Email masih menjadi channel digital marketing yang efektif. Jadi, jangan pandang sebelah mata dan siapkan email resmi untuk website Anda.

Apa yang dimaksud email resmi?

Email yang menggunakan nama domain bisnis Anda, bukan yang menggunakan platform gratis seperti Gmail. Contohnya, gunakanlah email `admin@tokoelektronik.com` bukan `tokoelektronik@gmail.com`.

Membuat email resmi cukup mudah tapi manfaatnya sangat besar.

Alasannya, email resmi terlihat lebih profesional tapi tidak meninggalkan kesan personal. Menurut sebuah [penelitian](#), email bahkan mampu menjaring konsumen lebih banyak dibanding media sosial.

Menyiapkan email bisnis akan memudahkan Anda untuk melaksanakan program pemasaran dengan berbagai strategi yang berbeda.

Untuk membuat email bisnis dengan mudah, silakan ikuti [panduan berikut ini](#).

6. Buat Buyer Persona

Siapa target pemasaran Anda? Apakah semua orang? Hmm, pikirkan lagi, ya..

Kenyataannya, meskipun produk Anda cocok digunakan siapa saja, menetapkan target pemasaran yang lebih spesifik jauh lebih efektif dan hemat biaya.

Oleh karena itu, penting untuk membuat buyer persona sebelum menjalankan program pemasaran Anda.

Buyer persona adalah profil representasi dari konsumen Anda yang memiliki ciri khusus berdasarkan demografi, lokasi penjualan, tingkah laku dan daya beli.

Membuat buyer persona bisa membantu Anda dalam menyesuaikan jenis produk yang dijual dan konten promosi yang dibuat serta platform media promosi yang akan digunakan.

Buyer persona juga dapat membantu Anda dalam menciptakan interaksi yang sesuai dengan tipe konsumen ketika melakukan penjualan. Hal ini penting sebagai strategi untuk menjaring konsumen baru sekaligus mempertahankan pelanggan existing.

Untuk membuat buyer persona, Anda perlu melakukan beberapa langkah berikut:

- Melakukan riset.
- Mengenali masalah pelanggan.
- Memahami customer goals.
- Mengetahui solusi permasalahan.
- Melakukan pengelompokan.

Untuk mengetahui secara lengkap cara melakukannya, silakan baca [artikel](#) berikut.

7. Belajar Copywriting

Apa yang paling penting dalam kegiatan pemasaran? Kemampuan meyakinkan konsumen untuk membeli produk.

Itulah pentingnya belajar copywriting dalam menunjang keberhasilan upaya digital marketing.

Copywriting adalah teknik menulis materi promosi yang dapat membujuk calon konsumen untuk melakukan pembelian produk. Tak heran keahlian ini sering disebut "menjual dengan tulisan".

Sebagus apapun produk yang Anda ciptakan, jika tidak mampu membuat calon konsumen tertarik membeli atau mencoba, langkah pemasaran Anda bisa terancam gagal.

Itu gambaran secara umum. Lebih spesifik, ketidakmampuan membuat copy yang baik akan membuat Anda:

- Mendapatkan trafik website yang rendah.
- Postingan media sosial Anda sepi komentar.
- Artikel blog Anda tidak pernah dibagikan ke orang lain.
- Ebook Anda tidak banyak diminati pengunjung.

Sedih, bukan?



Untungnya, belajar copywriting tidaklah sulit.

Beberapa langkah utama yang bisa Anda lakukan adalah

- Mempelajari produk Anda dengan baik.
- Memahami kebutuhan pelanggan.
- Membuat judul yang catchy.
- Menciptakan artikel yang berkualitas.

Penjelasan lengkap tentang cara belajar copywriting bisa Anda baca di [artikel ini](#).

9 Strategi Digital Marketing



9 Strategi Digital Marketing

Sekarang mari masuk ke bagian yang paling utama dari panduan ini: mempelajari strategi digital marketing yang dapat meningkatkan penjualan produk Anda!

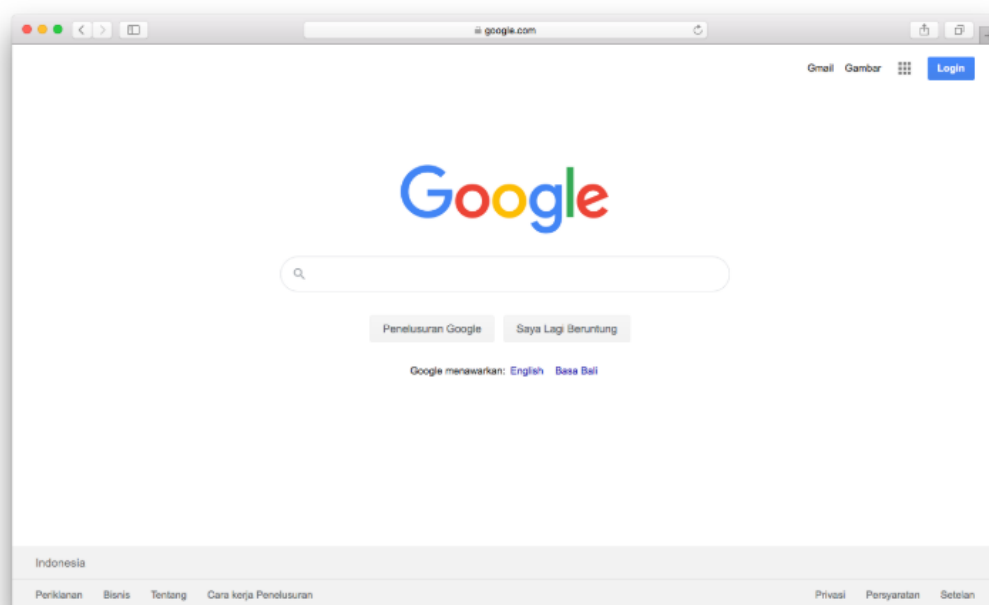
Setidaknya ada sembilan strategi jitu yang bisa Anda terapkan dalam strategi digital marketing usaha Anda:

1. SEO

Banyak orang menggunakan Google ketika akan membeli sebuah produk. Maka, menempatkan website Anda di peringkat atas hasil pencarian sangat penting.

Semakin banyak pengunjung yang datang ke website, semakin besar kemungkinan adanya pembelian (conversion rate).

Inilah pentingnya melakukan optimasi mesin pencari atau **SEO (Search Engine Optimization)**. Dengan upaya SEO yang baik, website Anda bisa berada di halaman utama Google.



Namun, upaya SEO harus dilakukan terus menerus karena algoritma Google selalu berubah. Langkah yang perlu dilakukan pun cukup banyak dan sudah kami rangkum di artikel [Panduan Belajar SEO berikut](#).

Sebagai gambaran awal, strategi SEO terbagi menjadi dua: **On Page** dan **Off Page**.

1. On Page SEO

On Page SEO merupakan optimasi pada internal website. Beberapa langkah yang dilakukan adalah optimasi pada konten dan performa website meliputi hal-hal sebagai berikut:

- **Membuat judul yang menarik.** Penting untuk membuat judul yang mampu menarik perhatian pembaca. Salah satu formula yang bisa digunakan adalah membangun rasa penasaran pembaca (curiosity). Contohnya, Anda bisa membuat judul “Cara memulai bisnis tanpa modal”.
- **Gunakan keyword yang tepat.** Lakukanlah riset untuk menemukan kata kunci yang paling banyak digunakan pengguna di Google. Lalu, buatlah artikel dengan informasi sesuai kata kunci tersebut. Jangan lupa perhatikan sebaran penggunaannya. Baik di judul, heading, maupun di bagian penjelasan.
- **Lakukan penataan struktur konten.** Anda perlu memperhatikan struktur konten yang dibuat. Alasannya, struktur konten yang baik akan memudahkan pengunjung mendapatkan informasi. Di sisi lain, penggunaan heading yang tepat juga akan memudahkan mesin pencari untuk memahami website Anda.
- **Buat website yang cepat.** Sebuah website sangat disukai pengunjung. Inilah yang mendasari Google menyatakan kecepatan merupakan salah satu ranking factor. Upaya SEO yang Anda lakukan harus mampu memastikan website Anda mampu loading tidak lebih dari 3 detik.
- **Jadikan website Anda mobile friendly.** Besar kemungkinan website Anda akan lebih sering diakses oleh pengguna perangkat mobile. Sebab, akses internet melalui mobile jauh lebih banyak. Oleh karena itu, gunakan tema yang mobile friendly agar lebih mudah diakses oleh lebih banyak orang.

Untuk penjelasan lengkap tentang cara optimasi SEO, silakan ikuti [panduan](#) berikut.

2. Off Page SEO

Setelah memastikan website Anda telah teroptimasi dari dalam, saatnya Anda mengupayakan Off Page SEO. Optimasi ini memanfaatkan faktor eksternal website untuk meningkatkan brand dan visibilitas website.

Beberapa cara yang bisa dilakukan untuk Off Page SEO antara lain:

- **Memanfaatkan Google Bisnisku.** Di awal, kami sudah menyarankan membuat Google Bisnisku, bukan? Tujuan dari memiliki platform ini adalah meningkatkan visibilitas Anda di mesin pencari, terutama untuk pencarian lokal. Selain itu, jika mampu mendapatkan review yang baik, akan membantu upaya branding yang Anda lakukan.
- **Melakukan guest post.** Anda bisa menulis di blog lain dan memberikan link ke website Anda untuk informasi yang relevan. Dengan demikian, Anda bisa menambah jumlah pengunjung ke blog Anda. Tidak hanya itu, link dari website lain juga menjadi indikator Google terhadap kualitas sebuah website. Semakin banyak, semakin baik.
- **Posting di Forum.** Saat bergabung ke forum di Facebook atau Quora, Anda bisa mendapatkan manfaat untuk memperkenalkan bisnis Anda. Namun, tentu harus tetap mentaati peraturan platform yang digunakan. Anda juga bisa menunjukkan keahlian (expertise) Anda ketika mampu menjawab berbagai pertanyaan seputar bisnis Anda.
- **Blog Commenting.** Anda juga bisa mengunjungi beberapa blog yang relevan dengan bisnis Anda. Jika menemukan artikel yang menarik, Anda bisa meninggalkan jejak dengan memberikan komentar. Sebelumnya, pastikan Anda sudah menggunakan Gravatar sehingga dapat menampilkan foto profil yang sama di semua blog/website.

Kami sudah merangkum strategi Off Page SEO lengkap di [artikel kami ini](#).

2. SEM

SEM atau Search Engine Marketing adalah upaya untuk mengarahkan pengguna Google ke halaman website Anda melalui iklan.

Berbeda dengan SEO, strategi SEM lebih mampu menunjukkan hasil yang cepat. Tidak hanya itu, SEM memungkinkan Anda melakukan pengaturan target pemasaran berdasarkan lokasi, umur dan lainnya.

Bahkan, strategi ini bisa diatur sesuai dengan hasil evaluasi yang dilakukan real time. Jika tidak berhasil di salah satu program, Anda bisa langsung menghentikannya. Jadi, lebih fleksibel.

Dengan kata lain, jika Anda tidak ingin kehilangan potensi pengunjung dari mesin pencari tapi menginginkan hasil yang cepat dan tepat, SEM bisa menjadi pilihan.

Agar dapat mendapatkan hasil yang optimal dari SEM, inilah beberapa strategi yang perlu Anda lakukan:

1. Gunakan Keyword yang Tepat

Sama seperti SEO, salah menentukan kata kunci yang digunakan akan membuat Anda gagal mendapatkan hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, lakukan riset kata kunci dengan baik. Tidak hanya pada relevansi search intent-nya, tapi juga pada search volume yang bisa didapatkan.

2. Buatlah Copy Iklan yang Menarik

Tunjukkan kemampuan copywriting Anda dengan membuat sebuah iklan yang menarik. Tidak hanya pada pemilihan kata kunci yang tepat dan judul yang menarik, tapi juga optimasi gambar yang baik.

3. Arahkan ke Halaman Utama yang Tepat

Sebuah website pasti memiliki beberapa landing page untuk penawaran produk. Ketika Anda memasang iklan di mesin pencari untuk satu kata kunci tertentu, pastikan iklan itu mengarahkan pengunjung ke halaman landing page yang tepat untuk meningkatkan conversion rate.

4. Lakukan Evaluasi Strategi

Upaya Anda mungkin tidak langsung membuahkan hasil. Untuk itu, lakukanlah evaluasi strategi yang dilakukan. Bisa dari kata kunci yang digunakan, teknik copywriting yang masih keliru hingga halaman landing page yang tidak tepat. Jika ditemukan kesalahan, segera lakukan perbaikan.

Anda bisa mengupayakan semua strategi di atas dengan baik dan terencana. Namun, yang perlu diingat adalah SEM bisa jadi bukan strategi yang pas untuk jangka panjang. Terutama, jika efisiensi biaya menjadi pertimbangan Anda karena SEM berbayar.

3. Social Media Marketing

Setiap tahun, jumlah pengguna media sosial bertambah hingga jutaan pengguna. Bukankah ini menjanjikan untuk upaya promosi?

Apalagi media sosial memiliki kelebihan yang tak dimiliki channel lain, menjangkau konsumen dengan lebih personal.

Untuk memastikan social media marketing Anda berjalan dengan baik, ada beberapa strategi yang perlu Anda lakukan:

1. Lakukan Riset Audiens dengan Benar

Riset audiens bukan hanya untuk mengenali karakteristik konsumen Anda. Namun, juga untuk menentukan platform media sosial yang tepat. Sebab, salah menentukan platform tidak akan mendatangkan hasil yang optimal. Salah-salah waktu Anda tersita tanpa menghasilkan penjualan.

Itulah alasan teknik Bulls Eye yang kami jelaskan sebelumnya bisa banyak membantu upaya ini. Dengan berfokus pada platform yang paling efektif, upaya pemasaran Anda bisa lebih maksimal.

2. Tentukan Tujuan Pemasaran dengan Jelas

Setiap pemasaran tentu bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Namun, media sosial tidak bisa digunakan untuk menggenjot penjualan secara langsung.

Strategi social media marketing yang paling efektif adalah untuk menciptakan brand awareness terlebih dahulu. Jadikan itu sebagai tujuan pemasaran Anda.

Karena akses ke media sosial mencapai **3 jam setiap harinya**, semakin sering brand Anda dilihat orang, semakin besar brand awareness yang bisa didapatkan.

Tentu saja, brand awareness tidak harus melulu berupa konten promosi. Bisa juga berupa konten yang menunjukkan value perusahaan Anda yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Gunakan Metric yang Dapat Diukur

Tanpa menggunakan angka yang jelas, upaya Anda tidak dapat diukur keberhasilannya.

Sebagai contoh, Anda memiliki tujuan untuk brand awareness dengan mendapatkan reach lebih banyak. Maka, tentukan seberapa banyak jumlah reach untuk kurun waktu tertentu. Misalnya, 1 juta reach dalam waktu sebulan.

Dengan angka ini, Anda jadi tahu apakah upaya yang dilakukan bisa tercapai. Jika tidak, lakukan evaluasi target metric yang digunakan.

4. Pelajari Kompetitor

Jangan ragu untuk mengamati upaya promosi yang dilakukan kompetitor Anda. Apa yang perlu Anda amati?

Pertama, platform media sosial apa yang digunakan dan bagaimana pelaksanaannya. Lalu, lakukanlah analisa.

Jika mereka belum berhasil di platform tertentu, artinya ada kesempatan untuk menggunakan platform yang sama tapi dengan program promosi yang lebih baik.

Kedua, konten promosi dan hashtag apa yang digunakan.

Jika Anda melihat konten dan hashtag kompetitor tidak berhasil, Anda bisa mempelajari kekurangannya dan menciptakan konten yang lebih baik. Sebaliknya, apabila konten mereka berhasil, gunakan idenya dan ciptakan konten lain yang unik.

Masih kurang memahami social media marketing dengan baik, kami memiliki penjelasan lengkapnya di [artikel ini](#).

4. Email Marketing

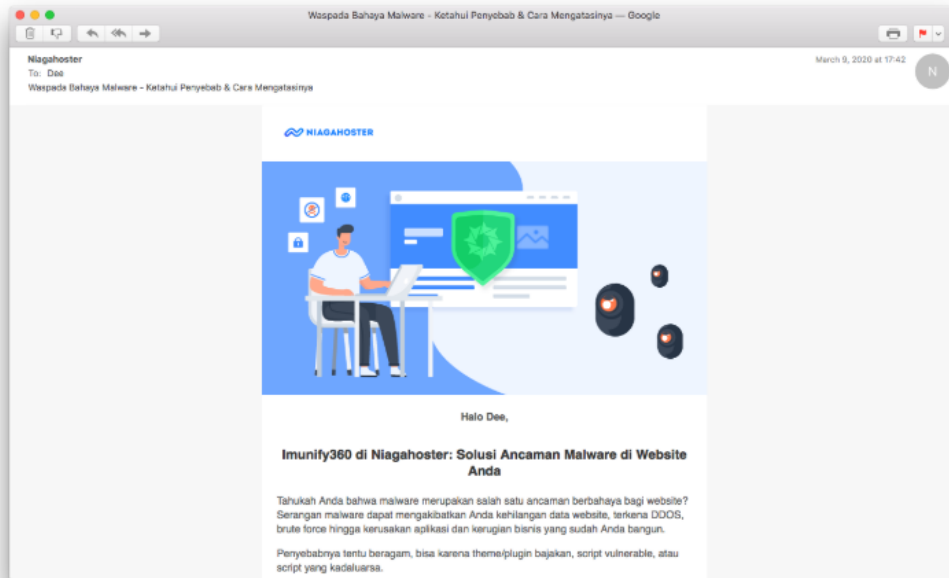
Apakah channel marketing yang paling disukai konsumen untuk mendapatkan promo produk? **Jawabannya: email!**

Sebuah penelitian menunjukkan kecenderungan konsumen untuk memilih email hingga 70%. Jauh dibandingkan promosi via sms yang hanya 2%.

Artinya, jika upaya pemasaran Anda tidak mencakup upaya email marketing, Anda melewatkan kesempatan besar.

Contoh paling nyata datang dari produsen elektronik, **Dell**. Program email marketing mereka jalankan mampu meningkatkan revenue hingga **109%**! Caranya, dengan membuat animasi GIF kreatif yang disukai calon konsumen mereka.

Bagaimana cara membuat upaya marketing Anda berhasil? Berikut ini beberapa strategi yang bisa Anda lakukan:



1. Lakukan Personalisasi

Jangan lagi gunakan kata “pelanggan”. Sebut nama mereka secara personal untuk lebih membangun kedekatan.

Namun, pastikan langkah ini Anda lakukan terutama ke orang yang sudah memiliki ketertarikan dengan produk Anda sebelumnya (leads). Jangan gunakan ke calon konsumen yang baru sama sekali.

2. Gunakan Judul Email Singkat, Jelas dan Menarik

Hal pertama yang dibaca konsumen adalah judul. Maka, buatlah judul promosi penawaran yang menarik tapi singkat.

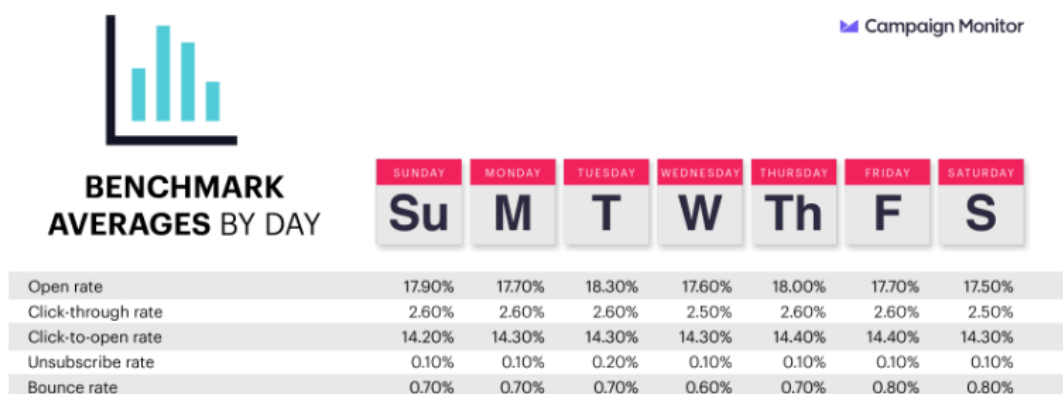
Langkah ini penting mengingat email dengan judul menarik lebih memungkinkan dibuka oleh target marketing Anda. Artinya, menjadi lebih mudah untuk dapat memberikan penjelasan lengkap tentang upaya penawaran produk yang Anda lakukan.

3. Pilih Waktu yang Sesuai

Mengirimkan email untuk upaya pemasaran tidak bisa sembarangan. Strategi email marketing Anda harus memperhitungkan waktu yang paling efektif menjangkau target pemasaran.

Alasannya, terdapat hari dan jam tertentu dimana target Anda lebih cenderung untuk membaca email tersebut dan bahkan melakukan pembelian sesuai dengan promosi yang ditawarkan.

Data dari **CampaignMonitor** menyebutkan bahwa untuk semua jenis industri email yang paling efektif menjangkau pelanggan adalah yang dikirimkan di hari **Selasa**. Sebaliknya, yang paling jarang dibuka pelanggan adalah email penawaran di hari **Sabtu**.



2020 Global Email Benchmarks data

Untuk mengetahui panduan lengkap email marketing, silakan baca [artikel kami berikut](#).

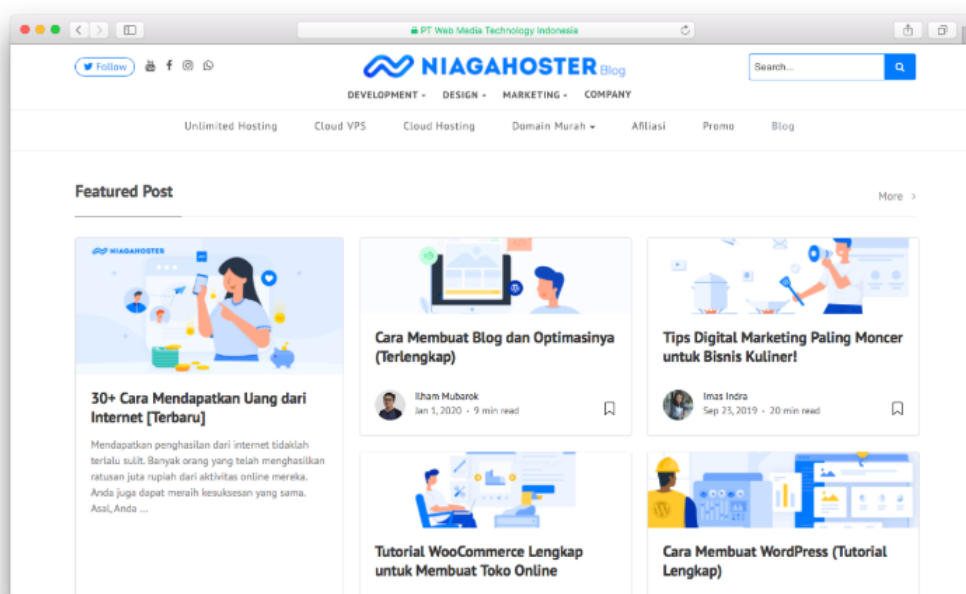
5. Blog

Menggunakan blog untuk pemasaran? Ya. Anda tidak salah dengar.

60% konsumen membeli sebuah produk setelah membaca konten di blog. Itulah alasan lebih dari **90% bisnis** di seluruh dunia membuat blog untuk dapat meningkatkan penjualan.

Jika Anda masih ragu dengan blog untuk marketing, kami punya penjelasan begini.

Iklan merupakan langkah ampuh untuk menggenjot penjualan. Kenyataannya, banyak pengguna internet yang memasang ad block. Artinya, iklan yang Anda pasang dengan biaya mahal belum tentu sampai ke calon konsumen.



Pendekatan blog berbeda. Dengan menciptakan konten yang menarik, relevan dan bermanfaat, pembaca menjadi mendapatkan value lebih. Justru sebaliknya, konten blog Anda yang akan dicari oleh calon konsumen.

Nah, dari penjelasan itu, apa yang perlu Anda lakukan agar strategi blog Anda sukses?

1. Tentukan Topik Blog Tepat

Menentukan topik akan memudahkan Anda untuk mengembangkan blog untuk jangka panjang. Pilihlah blog yang sesuai dengan visi, misi dan jenis bisnis yang Anda jalankan.

Salah satu contohnya adalah blog Niagahoster. Berbagai artikel di dalam blog tersebut dibuat agar memudahkan pengunjung untuk mencapai kesuksesan bisnis secara online.

Membatasi blog Anda pada satu topik tertentu akan membuat blog Anda mudah dipahami baik oleh pengunjung maupun oleh mesin pencari. Dengan demikian akan mudah mendapatkan organic traffic dari Google.

Jika Anda ingin mendapatkan ide topik yang baik, [artikel berikut](#) dapat membantu Anda.

2. Jangan Pisahkan dari Website Utama Anda

Strategi ini mungkin terdengar teknis: selalu kaitkan blog dengan website utama Anda. Tujuannya, agar bisa saling mendukung satu sama lain.

Secara umum, ada tiga cara menghubungkan blog dengan website bisnis Anda:

- menggunakan subdomain ([blog.websiteanda.com](#))
- menggunakan subfolder ([websiteanda.com/blog](#))
- membuat website terpisah ([blog.com](#)).

Cara pertama dan kedua adalah pilihan yang harus Anda gunakan. Namun, untuk hasil terbaik, selalu prioritaskan penggunaan subfolder. Sebab, teknik tersebut mampu menghasilkan pengunjung [40% lebih baik](#).

3. Ciptakan Konten Terbaik

Konten blog yang Anda buat harus mampu memberikan manfaat bagi pembacanya. Oleh karena itu, memahami search intent dengan baik, bisa membantu Anda menciptakan konten terbaik.

Tidak hanya itu, konten dengan informasi yang valid dapat menjadi sumber rujukan. Hal ini tentu akan semakin meningkatkan kepercayaan terhadap expertise (keahlian) Anda. Reputasi bisnis semacam ini harus dibangun sebagai langkah branding yang efektif.

Selain itu, pastikan konten Anda dapat dengan mudah mendapatkan peringkat atas di mesin pencari. Simak bagaimana membuat artikel SEO-friendly di [artikel ini](#).

4. Optimalkan Penggunaan CTA

CTA atau Call to Action adalah sebuah tautan yang mengarahkan pengunjung ke halaman produk di website Anda. Dengan mengoptimalkan penggunaan CTA di blog Anda akan dapat membantu meningkatkan conversion rate.

Akan tetapi, Anda perlu memastikan bahwa CTA tersebut sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan diletakkan pada posisi yang tepat.

5. Sediakan Kolom Berlangganan

Jika blog Anda memiliki konten yang berkualitas, tak jarang pengunjung rela memberikan identitas berupa nama dan email untuk dapat berlangganan artikel blog Anda. Dengan menyediakan kolom berlangganan, Anda akan memudahkan pengunjung mendapatkan update.

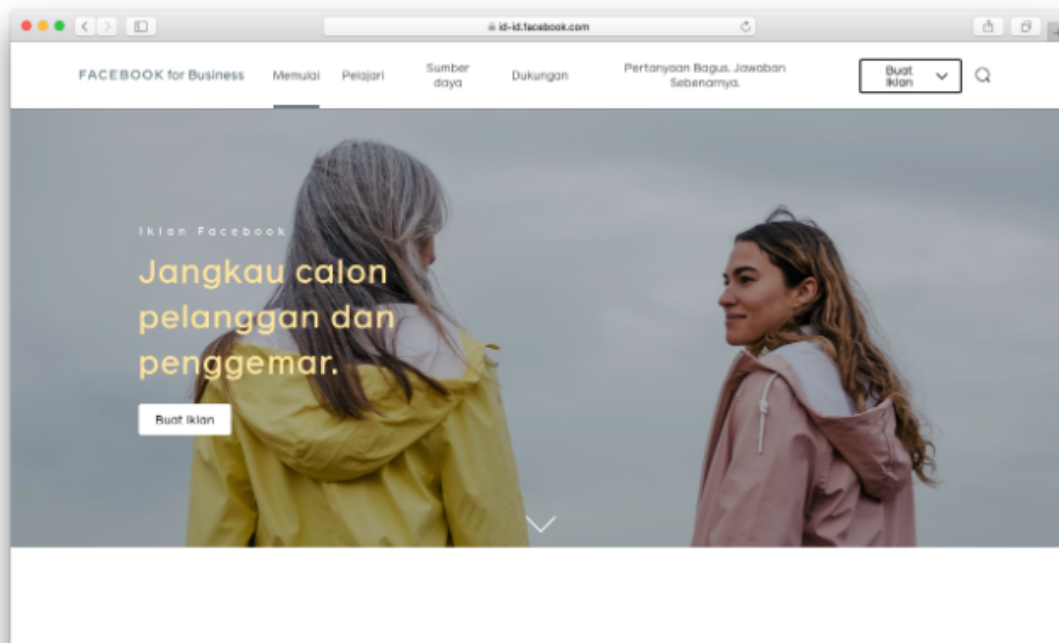
Dengan kata lain, kolom berlangganan di dalam blog efektif untuk mendapatkan leads (calon pembeli). Informasi leads inilah yang bisa Anda gunakan untuk melakukan strategi digital marketing lainnya seperti email marketing.

6. Facebook & Instagram Ads

Kenapa harus menggunakan iklan berbayar kalau Anda bisa memposting konten promo secara gratis di akun Anda?

Meskipun posting di akun Anda sendiri bisa dilakukan dengan gratis, tapi ada kelebihan yang ditawarkan Facebook dan Instagram Ads. Apa itu?

Anda bisa menjangkau audiens yang lebih spesifik dan mendapatkan hasil yang lebih cepat.



Jika melakukannya sendiri, perlu waktu bagi Anda untuk melakukan riset untuk menjangkau audiens yang tepat. Itupun harus dengan beberapa langkah evaluasi yang cukup rumit.

Platform Facebook memudahkan hal ini untuk Anda berkat akses data yang mereka miliki. Hal ini tentu sesuai dengan profil yang tercatat dari masing-masing pengguna Facebook.

Sebagai contoh, jika Anda seorang freelancer foto pre wedding. Calon konsumen Anda adalah orang akan menikah atau engaged. Nah, dengan Facebook Ads Anda tak perlu mencari satu-satu calon konsumen tersebut dan menawarkan jasa Anda.

Nah, jika strategi Facebook dan Instagram Ads ini cukup memudahkan upaya marketing Anda, apa yang harus Anda perhatikan?

1. Menentukan Biaya Iklan dengan Tepat

Facebook dan Instagram Ads memberikan Anda keleluasaan untuk menentukan jenis biaya untuk iklan. Pilihlah dengan tepat.

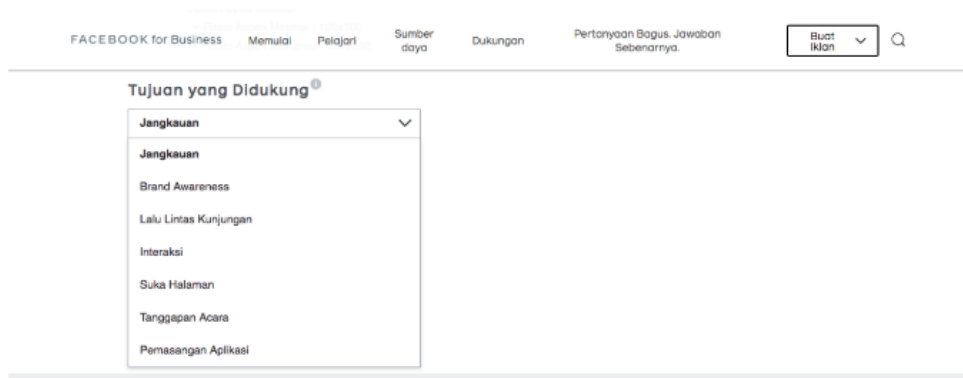
Beberapa pilihan tersebut adalah:

- **CPC (Cost per Click).** Biaya akan dibebankan saat ada pengguna melakukan klik pada iklan Anda.
- **CPV (Cost per View).** Biaya akan dibebankan saat pengguna melihat iklan Anda.
- **CPA (Cost per Action).** Biaya akan dibebankan saat pengguna sudah melakukan transaksi pembelian setelah melihat iklan Anda.

Dengan memilih jenis iklan yang tepat, Anda bisa menghemat biaya promosi sekaligus meningkatkan efektifitas iklan yang dipasang.

2. Membuat Program Sesuai Tujuan Pemasaran

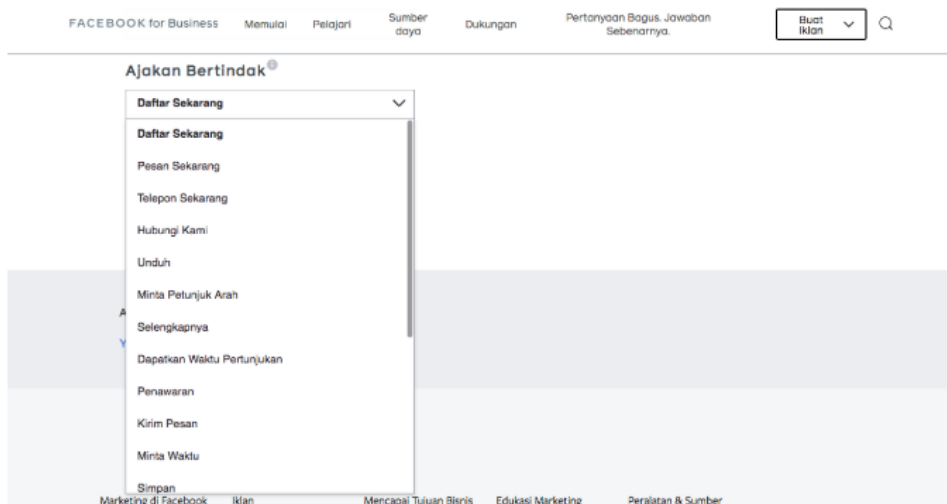
Banyak strategi yang bisa Anda terapkan ketika menggunakan Facebook Ads. Beberapa diantaranya adalah brand awareness, peningkatan jumlah trafik, penambahan jumlah like, dan lainnya. Pilihlah yang sesuai dengan skala dan jenis bisnis Anda.



Sebagai contoh, jika Anda baru membangun bisnis dan ingin meningkatkan visibilitas, maka bisa memilih “brand awareness” atau “sukai halaman”. Jika ingin membangun engagement yang lebih baik, bisa menggunakan “interaksi”.

3. Gunakan Call-to-Action yang Tepat

Memilih Call to Action merupakan hal yang penting dalam menunjang efektivitas iklan yang dipasang. Tidak hanya kata yang digunakan, tapi juga halaman tautan yang dituju harus benar.



Jika iklan yang ditampilkan adalah promosi produk baru, Anda bisa memilih CTA “**Selengkapnya**”. Lalu, mengarahkan pelanggan ke halaman landing page produk baru tersebut.

Di halaman landing page, Anda bisa menempatkan CTA lain yang akan memudahkan pelanggan ketika ingin melakukan pembelian.

4. Tentukan Durasi, Jam tayang dan Penempatan Iklan yang Ideal

Iklan yang ditayangkan oleh Facebook tergantung pengaturan yang Anda lakukan. Setup wizard akan merekomendasikan beberapa pengaturan default. Jika tidak sesuai dengan strategi Anda lakukan perubahan.

Durasi iklan bisa Anda pilih apakah menggunakan waktu satu minggu atau satu bulan. Hal tersebut berlaku juga untuk waktu penayangan iklannya. Gunakan data riset Anda untuk bisa memilih waktu pemasangan iklan yang paling ideal. Selain itu, Anda bisa melakukan penempatan iklan secara custom untuk lebih meningkatkan hasil yang ingin dicapai.

Silakan baca panduan [Facebook Ads](#) dan [Instagram Ads](#) ini lebih lanjut.

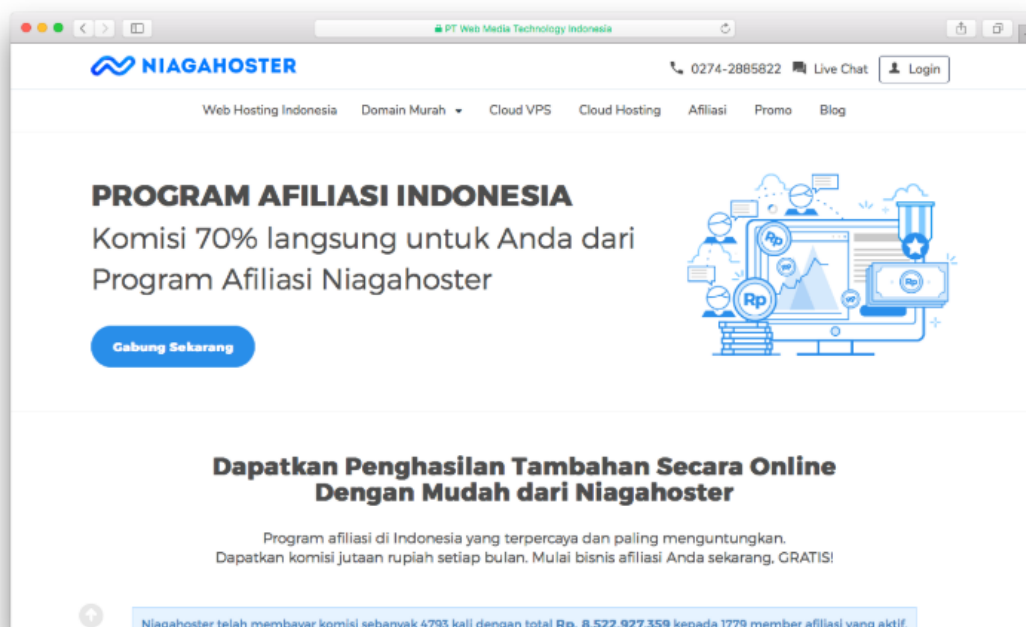
7. Affiliate Marketing

Jangan dulu mengernyitkan dahi mendengar istilah affiliate marketing. Banyak dari Anda sebenarnya sudah pernah menggunakan strategi ini, meskipun sebagai affiliates-nya.

Affiliate marketing adalah upaya pemasaran dengan bantuan pihak lain dengan imbalan berupa komisi. Cara promosinya adalah menggunakan kode kupon atau referral yang unik.

Banyak perusahaan besar di dunia yang menggunakan strategi ini untuk meningkatkan penjualan. Contohnya, **Uber** dan **Airbnb**.

Niagahoster juga memiliki **Program Afiliasi Indonesia** yang cukup menarik minat banyak affiliates di Indonesia.



Secara sederhana affiliate marketing bekerja dalam 3 tahapan:

1. Anda membuka program afiliasi dan orang mendaftar.
2. Anggota afiliasi Anda mulai mempromosikan produk dengan kode referral.
3. Anda memberikan komisi atas setiap penjualan yang sukses dilakukan.

Inti dari strategi ini adalah meningkatkan jumlah orang yang menjual produk Anda. Dengan kata lain, Anda jadi memiliki banyak marketer.

Lalu, bagaimana melakukan strategi affiliate marketing dengan baik? Berikut ini beberapa tipsnya:

1. Pilih Affiliate Marketer Terbaik

Sebagai duta penjualan Anda, marketer yang baik tidak hanya akan dapat meningkatkan penjualan tapi juga menjaga reputasi bisnis Anda dengan baik.

2. Berikan Komisi berdasarkan Penjualan

Semakin banyak partner Anda menjual, semakin banyak komisi yang Anda berikan. Baik dengan sistem prosentase komisi flat atau berjenjang.

3. Tuliskan Syarat dan Ketentuan dengan Jelas

Selain untuk menghindari kesalahpahaman, Anda perlu menuliskan syarat dan ketentuan untuk menunjukkan kesan profesional. Misalnya, dengan menentukan kapan komisi bisa dicairkan.

4. Tentukan Cara Promosi

Anda bisa menggunakan kode kupon untuk dibagikan atau bisa menggunakan link yang akan melacak aktivitas penjualan dari promosi partner Anda.

Jika strategi ini mampu dijalankan dengan baik, peningkatan revenue bisnis Anda bisa didapatkan dengan mudah. Faktanya, [16%](#) dari hasil transaksi online berasal dari afiliasi.

8. Online PR

Strategi digital marketing Anda kurang lengkap tanpa Online PR (public relation). Sebab, upaya public relation yang dilakukan dengan tepat dapat membangun citra bisnis yang baik di masyarakat.

Seperti Anda tahu, reputasi online sangat penting untuk kelangsungan bisnis jangka panjang.

Ketika Anda melakukan promosi dengan iklan, Anda menunjukkan bahwa produk Anda berkualitas. Sebaliknya, jika menggunakan upaya PR yang berhasil, orang lain akan mengakui keunggulan produk Anda.

Jadi, dua hal yang berbeda ini seharusnya menjadi strategi yang Anda gunakan bersama dan saling mendukung.

Apa strategi yang perlu Anda lakukan untuk melakukan online PR yang berhasil?

1. Tunjukkan Social Awareness

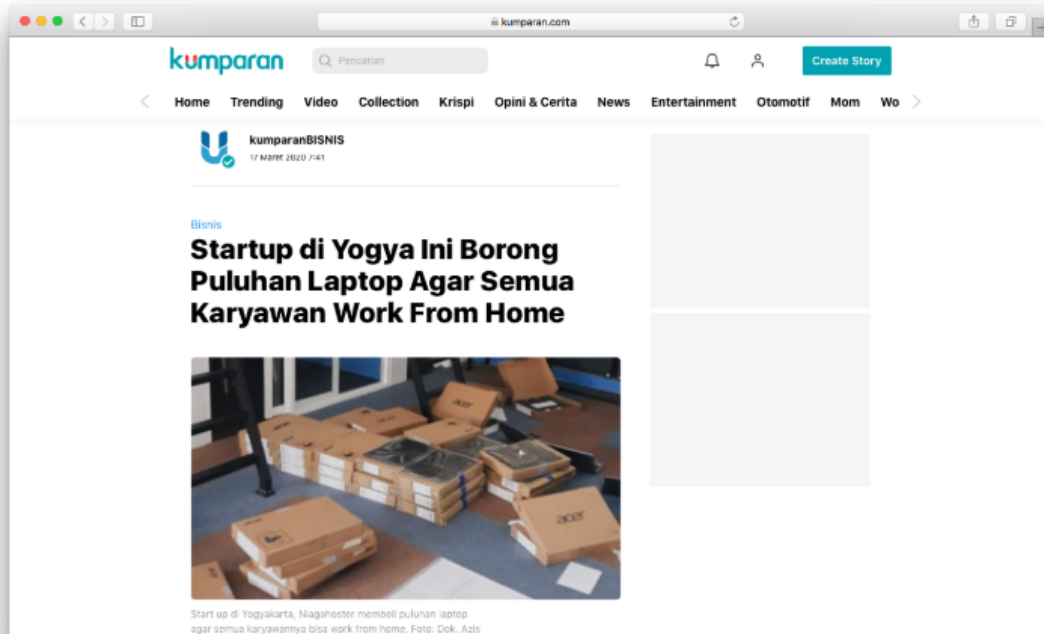
Kepedulian terhadap masyarakat merupakan langkah PR yang efektif.

Bisnis Anda merupakan bagian dari masyarakat. Jadi, masyarakat akan cenderung membeli produk yang memberikan manfaat kembali kepada mereka.

Bentuk kegiatan yang bisa dilakukan beragam. Bisa dengan melaksanakan program yang sifatnya menggugah kesadaran masyarakat hingga langsung terjun ke lapangan untuk menjadi pelaku dari perubahan tersebut.

2. Jangan Melulu Membuat Iklan

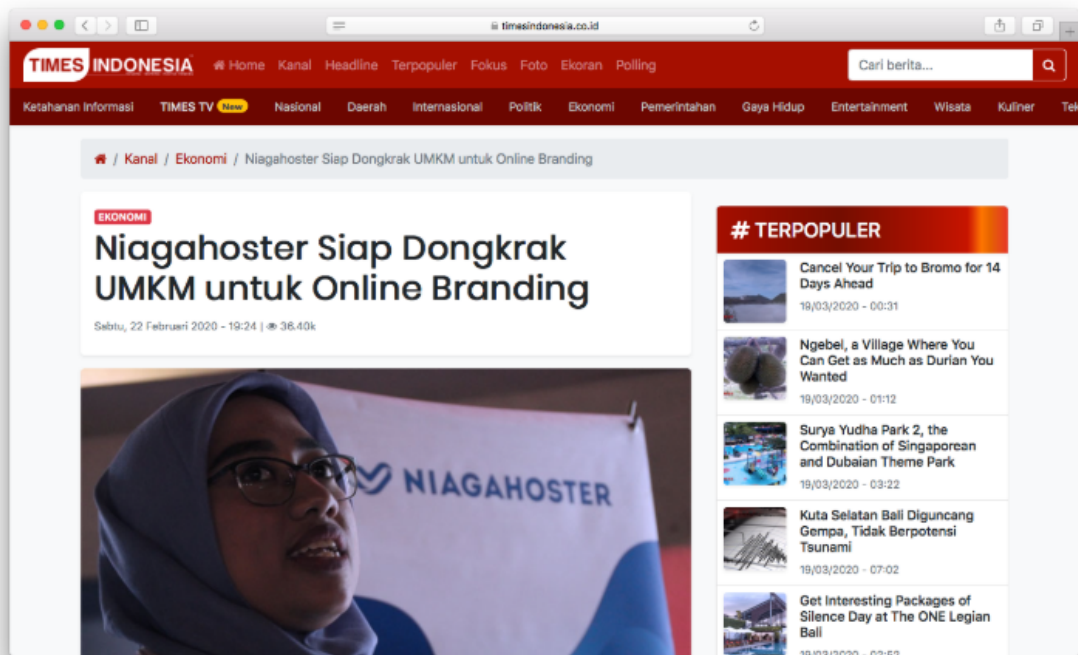
Anda bisa membuat konten yang mengena di hati pelanggan Anda tanpa harus menggunakan iklan. Konten bermanfaat yang unik akan menunjukkan bagaimana bisnis Anda memiliki brand yang baik.



Contohnya, program online PR Niagahoster tentang “**Work from Home**”. Kampanye tersebut merupakan upaya dukungan kepada pemerintah dalamantisipasi penyebaran Covid-19. Dengan meminta karyawan bekerja dari rumah, tentu dapat membantu upaya social distancing yang sedang digalakkan.

3. Jalin Hubungan yang Baik dengan Berbagai Media

Sebaik apapun program PR online yang dilaksanakan, tanpa dukungan pemberitaan media tentu kurang mendatangkan hasil. Oleh karena itu, menjalin hubungan yang baik dengan media merupakan strategi yang tepat.



Brand mention dari banyak media juga akan meningkatkan visibilitas brand Anda. Dengan demikian akan membuka kesempatan untuk bisa meraih konsumen baru yang mampu menjadi pelanggan loyal.

Kegiatan Online PR yang baik akan dapat meningkatkan brand awareness bisnis Anda. Semakin baik kesadaran tentang produk Anda, kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian tentu semakin besar.

9. Influencer

Seberapa sering Anda membeli sebuah produk setelah mendapat rekomendasi orang lain?

Jika sering, berarti peran influencer untuk mempengaruhi keputusan pembelian Anda cukup besar.

Influencer adalah seseorang yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian orang lain berkat keahlian, ketenaran dan reputasi yang dimiliki.

Jika berbicara dunia digital, influencer tentu seseorang yang memiliki basis masa (follower) di berbagai platform digital baik media sosial, blog dan lainnya. Seorang influencer biasanya akan menjadi trendsetter yang akan diikuti oleh followernya.

Kelebihan menggunakan influencer sebagai strategi marketing adalah dapat meningkatkan brand awareness produk Anda, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan mendorong penjualan.

Untuk menerapkan strategi digital marketing menggunakan influencer ada tips yang perlu Anda lakukan:

1. Tentukan budget

Anda tak perlu takut bahwa menggunakan influencer mengharuskan Anda mengeluarkan miliaran rupiah. Sebab, banyak jenis influencer yang bisa Anda pilih sesuai dengan jenis bisnis Anda, yaitu influencer mikro, makro, dan premium.

Bagi pemula, Anda bisa saja menggunakan influencer mikro yang jumlah follower-nya ribuan orang. Jangan salah, meskipun followernya tidak banyak, efektifitas rekomendasinya cukup tinggi.

2. Pilihlah yang Memiliki Reputasi Baik

Pilihlah seorang influencer yang memiliki reputasi baik dan mudah diajak bekerjasama memasarkan produk.

Jika influencer Anda memiliki follower banyak tapi tidak menjalankan upaya promosi sebagaimana brief yang Anda berikan, tentu kurang bisa mencapai hasil optimal.

3. Buat Perjanjian Kerjasama yang Jelas

Setiap influencer tak jarang memiliki ketentuan sendiri pada saat menjalankan program promosi. Hal ini perlu dibicarakan dengan baik.

Jika sudah mencapai kesepakatan, buatlah perjanjian kerjasama yang jelas. Hal ini bertujuan untuk mencegah kesalahpahaman yang berujung pada kerugian di salah satu pihak.

Apalagi jika berimplikasi hukum tentu kurang baik bagi reputasi bisnis Anda untuk jangka panjang.

Membangun Website Sebagai Strategi Digital Marketing Terbaik

Digital marketing adalah upaya pemasaran terbaik saat ini.

Di panduan ini, Anda telah belajar berbagai strategi digital marketing yang bisa Anda gunakan. Mulai dari social media marketing, email marketing, hingga memanfaatkan influencer.

Namun, ada satu hal yang sangat dasar dan penting: **memiliki website untuk bisnis Anda.**

Kenapa strategi digital marketing harus tergantung adanya website? Website adalah media utama bagi calon konsumen untuk melakukan pembelian produk.

Ketika menggunakan email, Anda akan mengarahkan konsumen ke website. Saat menggunakan SEM, Anda juga menautkannya ke landing page website. Dan seterusnya.

Di website itulah, konsumen akan melakukan pembelian produk mereka yang pertama dan berikutnya.

Untungnya, **membuat website itu mudah.** Anda hanya membutuhkan domain dan hosting untuk bisa online.

Niagahoster adalah penyedia layanan hosting dan domain murah dengan beragam fitur. Salah satunya, **One-Click Installer** yang membuat website Anda siap diakses tanpa menunggu setup yang lama.

Nah, sudah siap menjual produk lebih banyak dengan digital marketing?

