

### 3 data stream paling dibutuhkan pebisnis online



Pernah melakukan survei online? Survei sering dilakukan sebagai upaya pengembangan pelanggan. Metode ini mampu memberikan data dan informasi. Sayangnya, data dan informasi tersebut seringkali tanpa disertai penjelasan sebab-musababnya.

Survei online memang memberikan data statistik, tapi tidak menjelaskan kenapa bisa begitu. Sedangkan cara konvensional akan membuat lebih paham mengenai apa yang sebenarnya terjadi pada bisnis.

Nah, kali ini akan saya berikan tiga data stream yang sangat dibutuhkan oleh para pebisnis online untuk mengembangkan pelanggan dan masa depan bisnisnya, di antaranya:

## First-hand knowledge



Apa itu first-hand knowledge? Ini adalah metode untuk dapat memahami pelanggan secara lebih dekat. Caranya? Lupakan survei online dan coba bertemu langsung dengan pelanggan. Tanyakan apa yang sebenarnya mereka mau, kumpulkan setiap informasi yang dibutuhkan secara langsung.

Banyak keuntungan yang akan diperoleh lewat metode ini, misalnya:

- Anda memiliki kesempatan untuk membangun “hubungan” yang lebih dekat dengan pelanggan
- Sangat mungkin memperoleh informasi mengenai kompetitor lewat pelanggan
- Lebih memahami kondisi nyata pasar

Nah, ketiga manfaat itu tidak akan didapatkan lewat survei online. Yang ada, survei online hanya memberi sekumpulan data. Data memang penting, tapi bukan data mentah (sekedar kumpulan data). Jika hanya berdasar data mentah, kemungkinan besar membuat Anda salah strategi. Ingat, kebutuhan pelanggan sangat dinamis bukan bersifat deterministik. Lanjut.

## Bird's eye view



Secara harfiah berarti pandangan mata burung. Artinya, Anda perlu melihat segala sesuatu secara lebih luas, menyeluruh, dan detail. Semua informasi terkait pelanggan, pasar, dan lingkungan kompetitif perlu dikumpulkan secara menyeluruh lewat berbagai media, misalnya:

- Situs web
- Media sosial (Facebook, Twitter, blog, dan sebagainya)
- Data penjualan
- Informasi untung atau rugi
- Data riset pasar
- Analisis kompetitif
- Data A/B testing
- Data survei pelanggan

Dari gambaran besar ini, para pebisnis online mencoba memahami bentuk pasar dan pola keseluruhan situasi bisnisnya. Mulai dari situasi pelanggan hingga persaingan yang sedang berlangsung. Pada saat yang sama, mereka dapat mengukur seberapa baik data industri dan seberapa aktual penjualannya sesuai dengan proyeksi dan pangsa pasar perusahaan.

Dengan mempelajari berbagai informasi dan pola perkembangan pasar, bukan tidak mungkin Anda akan dapat “memprediksi masa depan bisnis”. Tidakkah itu menarik?

## Sudut pandang pelanggan dan kompetitor



Ini penting. Anda perlu melihat posisi dan situasi bisnis lewat kacamata pelanggan dan pesaing. Kenapa? Dengan metode ini, Anda akan lebih paham mengenai kemungkinan langkah kompetitor dan mengantisipasi kebutuhan pelanggan.

Bagaimana caranya? Coba pelajari ini:

- Di pasar yang sudah ada, Anda perlu bertanya pada diri sendiri, *"Jika saya adalah kompetitor dan memiliki sumber daya yang cukup, apa langkah saya selanjutnya?"*
- Dari kacamata pelanggan, pertanyaannya mungkin, *"Mengapa saya harus membeli dari perusahaan ini? Kenapa bukan yang lain?"*
- Di pasar baru atau yang di-resegmentasi, pertanyaannya adalah, *"Mengapa lebih banyak pelanggan menggunakan aplikasi, situs web, atau membeli produk ini? Bagaimana caranya membuat pelanggan lain juga melakukan hal yang sama?"*

Seperti sebuah permainan catur, Anda harus melihat semua kemungkinan pergerakan dari kedua sisi papan catur. Apa yang akan dilakukan jika Anda adalah lawan? Bagaimana reaksinya? Apa yang akan direncanakan? Gabungkan ketiga data stream di atas kemudian lihat hasilnya.

Source:

<https://thinkgrowth.org/the-3-data-streams-that-every-founder-needs-2a883a310dfe>

<https://www.pexels.com/>