

Studi kasus bagaimana River Island mendapat 3 juta fans baru



Love fashion. Love River Island. Itu adalah tagline yang akan Anda temukan ketika membuka halaman “About Us” di situs resmi River Island. Sekadar informasi, River Island adalah sebuah brand fashion terkenal yang telah berpengalaman di dunia ritel fashion selama lebih dari 60 tahun. Memiliki lebih dari 350 toko yang tersebar di seluruh Britania Raya, Eropa, hingga Asia. Jumlah pengikut media sosialnya pun tidak sedikit, yaitu lebih dari 3 juta orang!

Apa saja tips dan trik yang diterapkan River Island hingga mampu meraih pengikut sedemikian banyaknya? Berikut rangkuman poin penting hasil wawancara dengan Emma Goble, Editor Media Sosial & Pemasaran River Island.

Apa tujuan strategis River Island di media sosial?

Menurut Emma Goble, pada awalnya fokus utama River Island adalah untuk menumbuhkan jumlah penggemar akun sosial media mereka. Sekarang, mereka telah mendapatkan 3,3 juta akun pengikut. Jadi, mereka mulai mengalihkan tujuan pada pengarahan lalu lintas situs, peningkatan keterlibatan, dan peningkatan kesadaran merek. Kenapa begitu?

Emma menuturkan bahwa tidak ada gunanya terus meningkatkan jumlah audiens jika tingkat keterlibatan mereka tetap rendah. Atau audiens tidak relevan dengan brand dan produk. Untuk mengubah situasi ini, rahasianya yaitu rajin memproduksi konten menarik dan tetap up to date. River Island bahkan sering meng-update konten hingga

lima kali seminggu. Menggunakan Twitter sebagai media promosi utama blog mereka. Cara ini terbilang efektif untuk menjangkau para influencer, blogger, hingga selebriti untuk memperoleh “dukungan” baru.

Bagaimana cara menyampaikan ide konten secara efektif kepada audiens?

Langkah ini membutuhkan beberapa tahap analisis. Pertama, tim River Island melakukan analisis terhadap konten atau produk mana yang memberikan hasil terbaik, kapan waktu yang tepat untuk menjangkau audiens lewat update terbaru, hingga segmentasi dari pelanggan itu sendiri. Kemudian River Island menerapkan trik untuk tetap “mengunci” keterlibatan audiens meskipun isi konten telah beralih menjadi promosi produk. Apa itu?



Storytelling. Promosi produk akan tetap menarik asalkan dikemas secara menarik pula. Masukkan produk ke dalam pembahasan konten. Selain itu, River Island juga

menggunakan taktik dengan memanfaatkan momen yang tepat. Misal ketika musim panas, maka River Island akan menerbitkan konten yang berhubungan dengan musim panas kemudian perlahan memasukkan produk musim panas mereka ke dalam pembahasan.

Bagaimana cara memantau efektifitas hasil kampanye?

Trik yang digunakan River Island terbilang sederhana namun hasilnya cukup nyata. Mereka menggunakan hashtag berbeda dalam setiap kampanye yang dilakukan. Misal pada musim gugur atau musim dingin beberapa waktu lalu, River Island menggunakan [#ImWearingRI](#) dalam setiap produk dan kampanye yang mereka lakukan.



Laura Moore
@LoveLauraMoore



Blog Post Up now + #ootd #ImWearingRI @riverisland
lauramooreadores.blogspot.co.uk/2015/01/the-ne...

9:56 PM - Jan 14, 2015



2 See Laura Moore's other Tweets

Pelanggan akan menggunakan hashtag tersebut setiap kali mengunggah pembelian produk River Island. Dengan demikian, River Island dapat memantau tingkat keberhasilan kampanye mereka lewat hashtag tersebut. Untuk mengoptimalkan kampanye ini, River Island juga memberikan diskon 10% bagi mereka yang menggunakan hashtag tersebut. Hasil terbaru River Island mengungkapkan bahwa ada sekitar 8.000 akun yang menggunakan [#ImWearingRI](#) dalam unggahan mereka. Ini artinya kesuksesan kampanye ada dalam genggamannya.

Kerja sama dengan influencer

Selain beberapa trik di atas, ada lagi strategi yang dilakukan River Island untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan audiens. Kuncinya yaitu menjalin kerja sama dengan para influencer. Metode ini sangat efektif karena para influencer telah memiliki audiens dan tinggal memanfaatkan pengaruh mereka untuk mendorong kesuksesan kampanye. Salah mitra satu kerja sama River Island yaitu artis papan atas Hollywood, Rihanna:



Source:

<https://audiense.com/case-study-interview-how-river-islands-stylish-social-strategies-connect-with-over-3-million-fans/>

<https://www.riverisland.com/inside-river-island/about-us>

<http://www.oddlondon.com/news/river-island-appoints-odd-for-ss17-global-campaign/>

