

## 5 Cara mobile shopping untuk mencipta hubungan positif dengan customer



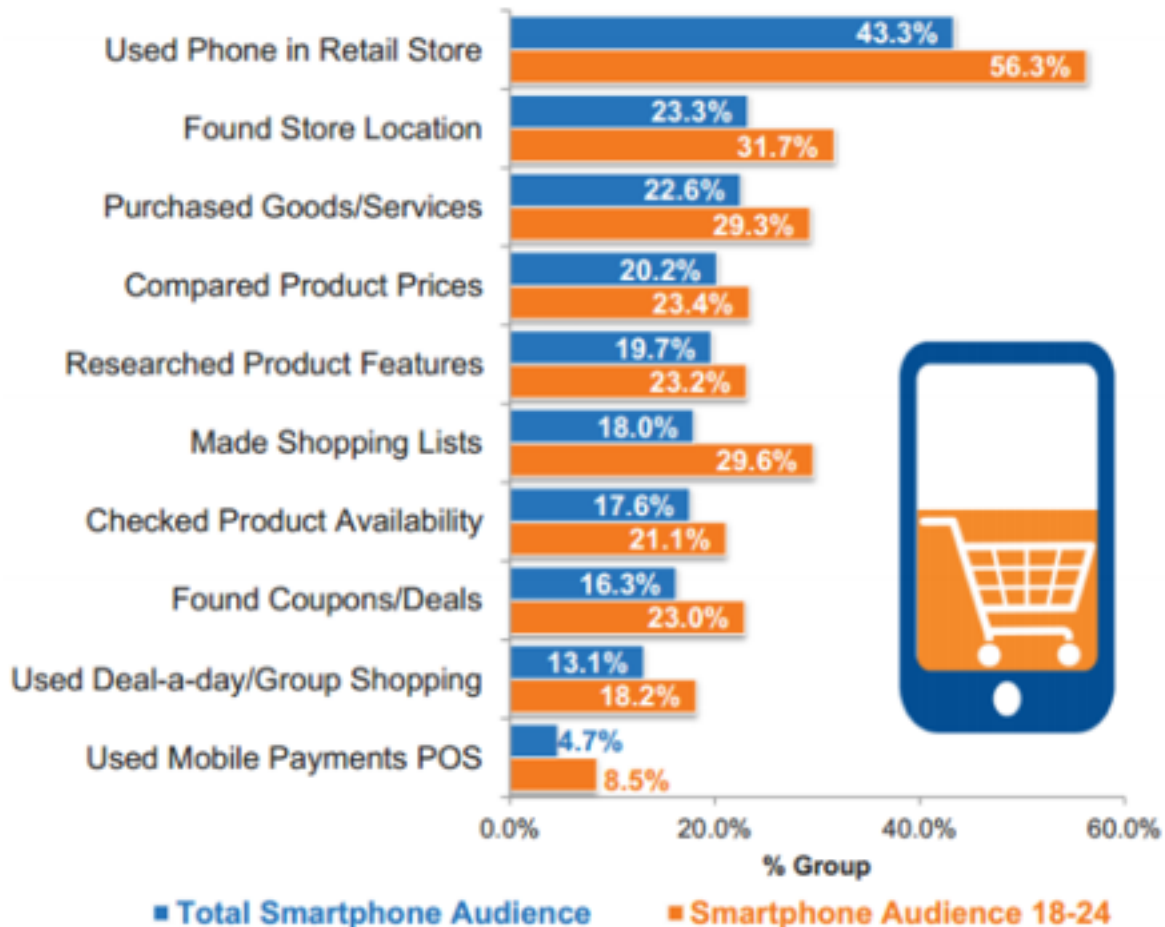
Perkembangan perangkat mobile mengubah perilaku pelanggan baik di dalam maupun di luar toko. Inilah dampak yang mau tak mau harus diterima oleh semua brand, baik yang berskala lokal maupun internasional.

Belanja smartphone telah mencapai tingkat luar biasa dalam beberapa waktu terakhir. Penelitian Google bahkan membuktikan bahwa penelusuran terkait belanja seluler meningkat 120% dalam setahun terakhir. Pertumbuhan ini mengindikasikan bahwa perangkat mobile memainkan peran penting dalam mendorong pembeli di dalam toko.

Pembeli saat ini cenderung menggunakan smartphone mereka dalam setiap micro-moment, seperti:

- Saya ingin tahu
- Saya ingin membeli
- Yang terpenting, “saya ingin membeli lagi”

## Selected Retail & Shopping Activities



Momen-momen tersebut merupakan peluang luar biasa bagi brand. Karena melalui perangkat seluler, pemasar memiliki kekuatan unik untuk menyesuaikan pesan pemasaran dengan sinyal kontekstual, seperti:

- Apa yang mereka cari?
- Di mana mereka sekarang?
- Orang seperti apa yang belanja?

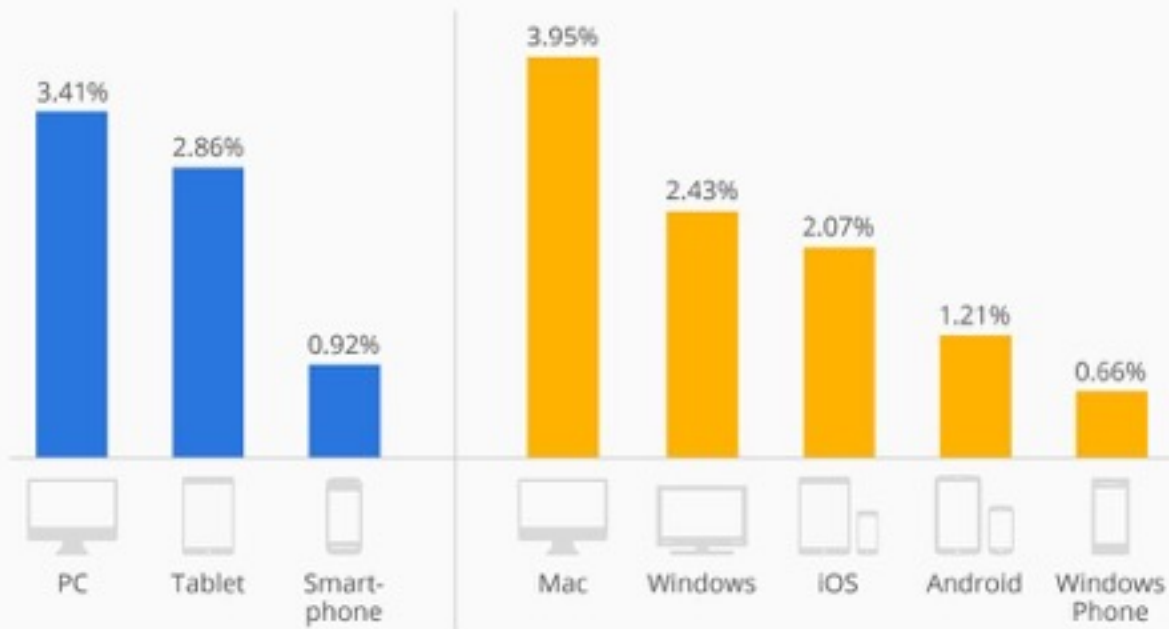
Untuk dapat melibatkan pembeli di micro-moment di atas, inilah beberapa hal yang perlu dipelajari:

1. **Belanja smartphone telah menciptakan semacam "pintu depan ke toko".** Ungkapan tersebut berasal dari perusahaan ritel raksasa yakni Target setelah mengetahui bahwa 3/4 dari tamunya memulai perjalanan belanja mereka dari

perangkat mobile. Selain itu, 1/3 tamu yang mengklik iklan penelusuran seluler melakukan perjalanan ke toko Target. Demikian pula perusahaan telekomunikasi Sprint yang menemukan bahwa satu dari empat orang yang mengklik iklan pencarian seluler mereka berakhir di toko ritel Sprint.

## Smartphone Shoppers Rarely Close The Deal

Conversion rates of online shoppers in Q4 2014, by device and platform



\* based on a sample of more than seven billion shopping sessions in Q4 2014

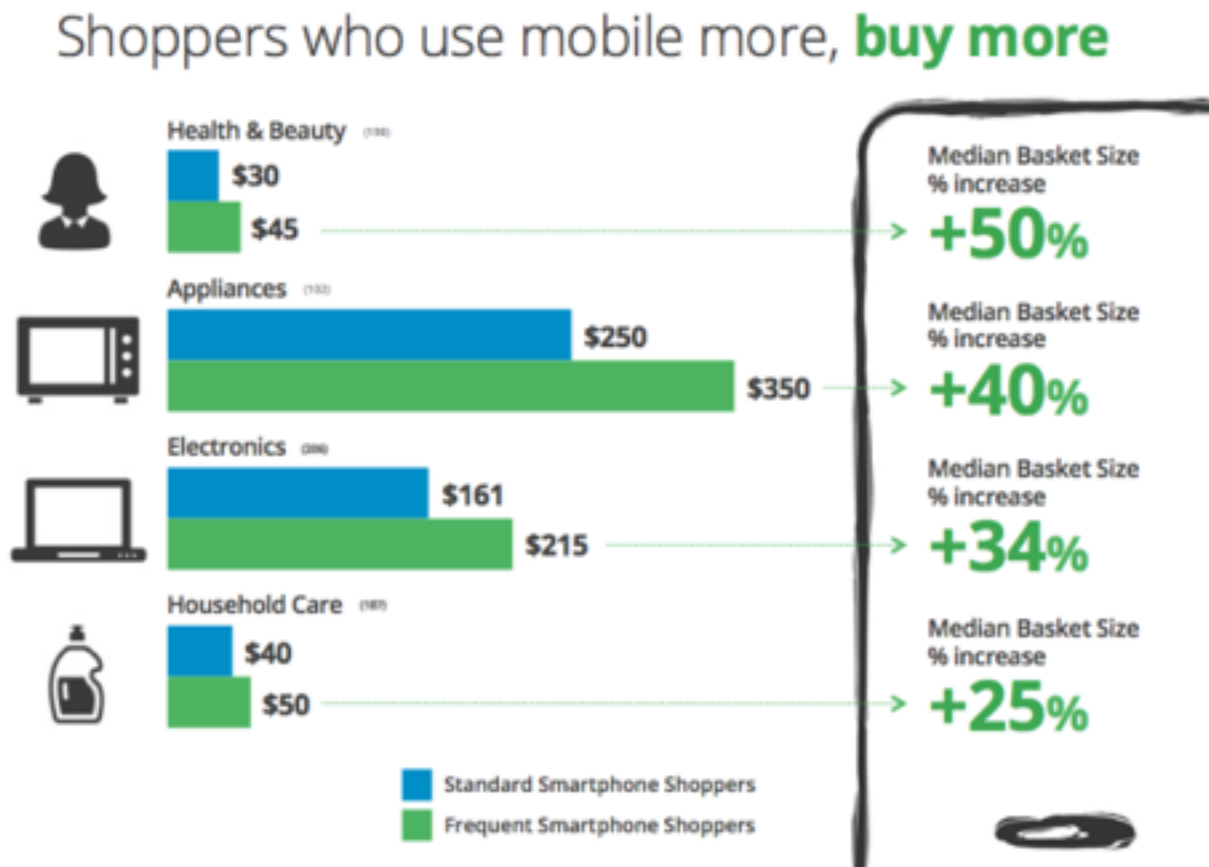
Source: Monetate

statista

2. **Konsumen saat ini lebih “lapar” akan informasi lokal daripada sebelumnya.** Penelusuran Google dengan kata kunci "di dekat saya" telah tumbuh 2,4 kali lipat dari tahun ke tahun. Penelitian lain bahkan menyatakan bahwa 50% konsumen yang melakukan penelusuran lokal di smartphone mereka mengunjungi toko di hari yang sama, dan 18% di antaranya mengarah ke pembelian.
3. **Iklan yang mencantumkan inventaris lokal mendorong pembeli ke toko.** Faktanya, satu dari empat orang yang menghindari toko mengatakan bahwa hal itu dikarenakan mereka tidak tahu apakah suatu produk ada dalam stok atau tidak. Para retailer omnichannel perlu menunjukkan kepada pembeli barang-barang yang terdapat di toko. Jika kompetitor melakukan ini, maka kabar buruk bagi Anda. Setelah mengadopsi local inventory ads (LIA), Sears

Hometown dan Outlet Stores melihat peningkatan kunjungan toko sebesar 122%.

4. **Smartphone ibarat penasihat penelitian digital.** Penelitian menunjukkan bahwa 82% pembeli mengatakan mereka berkonsultasi dengan telepon terkait pembelian yang akan mereka lakukan di toko. Fakta lain menunjukkan satu dari empat pembeli mengatakan mereka telah berubah pikiran saat berada di garis kasir setelah mencari rincian menggunakan smartphone.
1. Retailer kecantikan dan perawatan tubuh, Sephora telah lebih dulu memperlakukan perilaku mobile di dalam toko sebagai peluang besar. Mereka mendorong pelanggan di dalam toko untuk memindai produk ke dalam aplikasi mobile Sephora untuk menerima peringkat produk, ulasan, dan informasi penting lainnya.



5. **Pembeli omnichannel melakukan lebih banyak transaksi.** Menurut MasterCard, pelanggan yang berbelanja secara omnichannel (online dan offline) membeli rata-rata 250% lebih banyak. Selain itu, Macy's menemukan

bahwa pembeli omnichannel 8 kali lebih berharga dibanding mereka yang berbelanja di satu saluran.

Berbagai statistik di atas membuktikan bahwa tak peduli Anda adalah brand global ataupun lokal, perangkat mobile mengubah perilaku pembeli di dalam dan di luar toko. Yang terpenting yakni menciptakan pengalaman yang kaya dan relevan untuk menghubungkan toko Anda dengan pembeli di semua micro-moment mereka. Plus, mendorong mereka untuk kembali lagi.

Source:

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/5-ways-consumers-connect-stores-mobile-shopping/>

<https://www.statista.com/chart/541/conversion-rates-of-online-shoppers-in-q4-2013/>

<https://marketingland.com/study-frequent-smartphone-shoppers-buy-more-than-others-42874>

<https://www.e-xanthos.co.uk/blog/mobile-ecommerce-statistics-that-prove-its-time-to-go-responsive-in-2016/>

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