

Kemampuan design thinking memudahkan diri Anda menghadapi persaingan online marketing



Dalam dunia online marketing, data memang menjadi salah satu kunci utama untuk menentukan strategi bisnis. Ketika dihadapkan pada sebuah persoalan, para marketer cenderung menggunakan data atau pengalaman untuk menemukan solusi. Bukankah memang begitu seharusnya? Ya. Tapi ada kalanya terlalu bergantung pada data bukanlah pilihan terbaik.

Misal Anda menemui sebuah masalah baru yang belum pernah terjadi sebelumnya, bagaimana Anda akan menyelesaikannya sedangkan data saja tidak punya. Ingatlah, dunia bisnis online tidak pernah berjalan di tempat. Selalu ada inovasi dan perubahan. Dalam posisi ini, Anda dituntut untuk lebih intuitif. Anda harus memiliki kemampuan “design thinking” untuk menyelesaikan semuanya. Apa itu design thinking? Beberapa poin berikut akan membantu Anda memahami lebih jauh.

Konsep dasar design thinking

Secara sederhana, design thinking adalah sebuah metodologi untuk mendorong munculnya inovasi. Konsepnya yaitu menyatukan sebuah ide “magnet” untuk menarik pelanggan dengan apa yang secara teknis dan ekonomi layak bagi sebuah bisnis.

Metode ini memungkinkan antara inovasi dan pengembangan ide terobosan tetap berjalan secara realistis. Bagaimana langkahnya?

Bedah dan selaraskan semua ide

Langkah pertama untuk memecahkan sebuah masalah pemasaran adalah mengumpulkan seluruh anggota, duduk bersama, bedah dan selaraskan semua gagasan yang ada. Semuanya harus terlibat, tidak hanya satu divisi. Tinjau peluang bisnis, visi, penelitian pengguna yang relevan, dan kapasitas teknisnya. Seluruh kelompok kemudian menyampaikan pertanyaan, risiko, asumsi, dan hambatan pada tujuan jangka panjangnya.



Setiap gagasan yang muncul harus ditampung. Kemudian kelompokkan gagasan yang bertema sama. Setelah itu akan muncul beberapa tema berdasarkan hasil pengelompokan gagasan. Pilih dua tema yang paling inovatif dan paling mungkin mampu menyelesaikan permasalahan. Ini adalah sebuah cara yang cukup efektif untuk menyelaraskan banyak gagasan berbeda. Kemudian?

Buat sketsa kerja

Setelah dua tema terpilih, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan berbagai referensi yang sesuai dengan masing-masing tema. Kumpulkan referensi-referensi

solusi yang paling inovatif. Jika perlu, masukkan juga situs kompetitor sebagai bahan pertimbangan. Tidak masalah.



Tujuannya untuk mengevaluasi bagaimana berbagai merek mengatasi permasalahan yang serupa. Lalu buatlah sketsa kerja untuk mengeksekusi dua tema tersebut. Susun semua elemen kunci untuk memecahkan permasalahan menggunakan dua tema yang berbeda. Semua harus rapi dan terstruktur. Langkah selanjutnya akan sangat krusial.

Pengambilan keputusan

Pada tahap inilah masa depan perusahaan Anda ditentukan. Dua tema inovatif dengan strukturnya masing-masing akan segera dipilih. Anda perlu mengumpulkan semua divisi dan dewan direksi dalam pengambilan keputusan ini. Pada akhirnya, tema terbaiklah yang akan dipilih sebagai solusi permasalahan pemasaran. Solusi dengan potensi untuk mendorong kesuksesan terbesar. Deal!



Keputusan telah diambil. Langkah selanjutnya adalah membuat semacam “prototype” solusi tersebut. Semua kembali pada area kerjanya masing-masing. Pastikan selalu ada langkah “review” dari pengerjaan proyek sebelum benar-benar diuji dalam sebuah langkah “eksekusi”.

Pengujian pada pengguna

Setelah prototype selesai dikerjakan, tahap selanjutnya yaitu “peluncuran”. Anda perlu tahu hasilnya secara langsung. Caranya? User Testing. Solusi inovatif yang telah Anda ciptakan perlu diimplementasikan secara langsung pada situs Anda. Silakan “deg-degan” pada tahap ini. Ini adalah hasil yang Anda dapatkan setelah bekerja keras bersama tim.

Hasilnya? Jika solusi yang Anda rancang benar-benar bekerja dengan baik, maka saatnya untuk mengimplementasikan dalam skala yang lebih besar. Masalah selesai.



Sampai di situ saja? Tidak. Anda perlu melakukan evaluasi secara berkala untuk memantau sejauh mana solusi bekerja. Selain itu Anda dapat menyisipkan inovasi-inovasi baru untuk memperoleh hasil yang maksimal. Ada pertanyaan? Hubungi kontak kami.

Source:

<https://blog.hubspot.com/marketing/design-thinking-marketing-challenges>

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