

Gunakan Positive Language supaya bisnis mendapat puluhan ribu audiens



Dalam digital marketing, Anda harus mencari tahu informasi tentang audiens. Apa yang mereka minati dan apa yang mereka cari di situs Anda. Kemudian, semua informasi yang terkumpul digunakan untuk membuat konten yang menarik, menghibur, meningkatkan kesadaran merek, dan menjual produk.

Ingat, menjual adalah tujuan utama dari konten. Dan kunci untuk menulis konten yang “menjual” yaitu menggunakan bahasa persuasif yang mengarahkan audiens menuju tindakan tertentu. Di sinilah positive language mengambil peran.

Apa itu positive language?

Selalu ada dampak tertentu ketika Anda berkomunikasi dengan orang lain, baik atas nama pribadi maupun instansi. Orang akan menerima sebuah kalimat atau informasi, kemudian melakukan reaksi. Itulah sifat alami manusia.

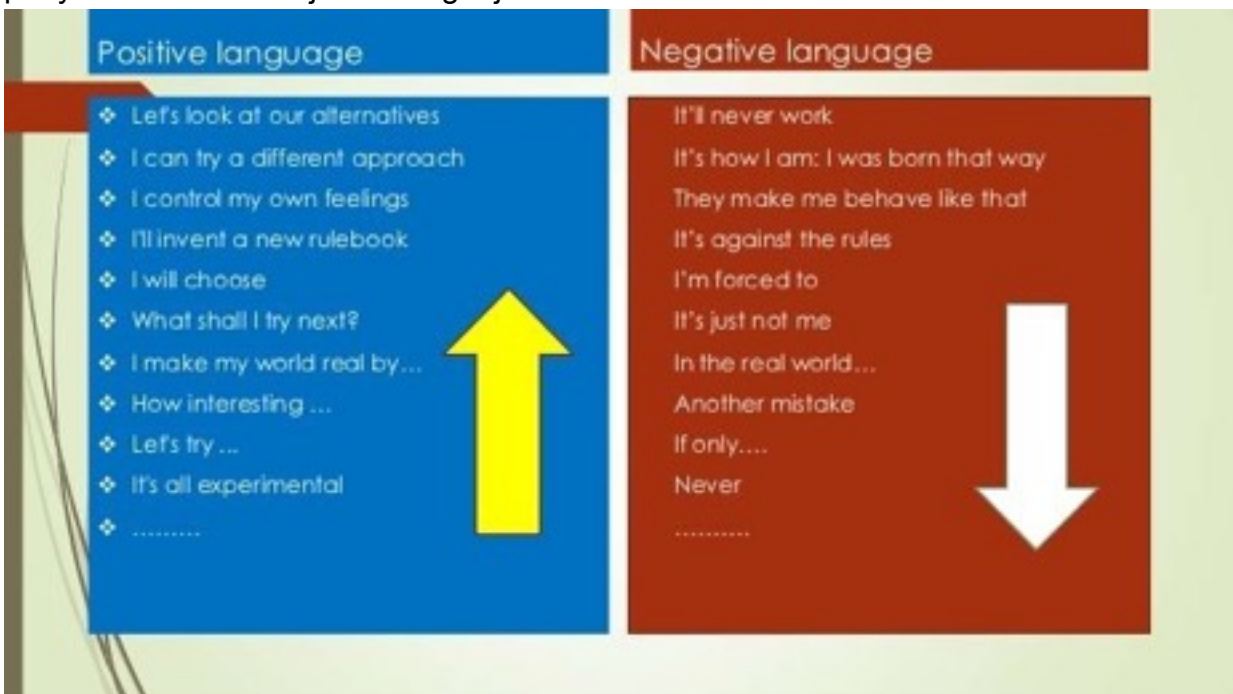
Reaksinya bermacam-macam, bisa kecil maupun besar. Jika dikaitkan dengan masalah digital marketing, inilah tujuannya. Mendorong reaksi audiens.

Karena alasan inilah, penting bagi Anda menggunakan bahasa positif dalam tulisan. Positive language pada dasarnya adalah ketika Anda memberi tahu pembaca apa yang harus mereka lakukan, daripada apa yang seharusnya tidak mereka lakukan. Sebagai contoh:

"Hubungi kami hari ini.": Kalimat ini memberi tahu audiens apa yang harus mereka lakukan. Dan, mendorong mereka untuk mengambil tindakan positif. Sebuah tindakan positif juga memiliki potensi untuk memicu tindakan positif selanjutnya.

Bandingkan dengan ini:

"Jangan ragu untuk menghubungi kami.": Ini memberi tahu audiens apa yang tidak boleh dilakukan daripada apa yang seharusnya mereka lakukan. Kalimat seperti ini tidak mendorong mereka untuk bertindak, dan cenderung tidak menghasilkan penyelidikan lebih lanjut tentang tujuan Anda.



Cara Anda berkomunikasi dengan pelanggan akan memengaruhi tindakan mereka selanjutnya. Apakah hanya sampai tahap kesadaran informasi, atau Anda “mendesak” konsumen sampai pada tahap pengambilan keputusan pembelian. Positive language akan “menuntun” audiens ke tahap yang lebih jauh secara perlahan.

Kapan harus menggunakan positive language?

Faktanya, hanya karena seseorang mengunjungi situs Anda bukan berarti mereka benar-benar ingin mengunjunginya. Jadi, setiap elemen dari konten harus digunakan untuk mendorong pembaca agar melakukan tindakan. Menggunakan bahasa positif kepada pengguna yang tidak ingin membeli sesuatu adalah cara yang bagus untuk membuat mereka tetap tertarik dengan merek Anda.



Dorong audiens untuk bersikap proaktif ketika membahas brand Anda. Memancing serangkaian reaksi kecil (namun positif) dari audiens - seperti mengunduh brosur atau mendaftar bulletin - akan meningkatkan kemungkinan mereka mengambil tindakan yang lebih besar.

Hindari bahasa yang terlalu serius dari awal, karena berisiko menimbulkan kecurigaan. Di sinilah positive language sangat berguna. Anda dapat menuntun audiens untuk mengambil langkah-langkah kecil menuju pembelian (seperti lebih banyak membaca konten Anda).

Manfaat penggunaan positive language

Pada dasarnya, memasarkan tujuan berbeda dengan memasarkan produk nyata. Ini dikarenakan konsumen melakukan “perjalanan” menuju finish. Pengalaman-pengalaman yang dirasakan audiens biasanya terkait dengan respons emosional tertentu. Dan itu adalah kunci untuk mencapai sebuah tujuan pemasaran.

Taktik menggunakan emosi untuk menjual produk memang perlu digunakan sejak awal pemasaran. Tapi ketika menemukan emosi kunci terkait konsumen, Anda dapat mulai memasukkannya ke dalam setiap elemen strategi marketing.

Dengan menggunakan bahasa positif plus dorongan emosi, Anda cenderung mendapat respons yang kuat dari audiens. Hasilnya, Anda dapat mendorong mereka ke tujuan penjualan yang sangat penting.



Kesimpulannya, penggunaan positive language sangat penting dalam strategi pemasaran. Terlebih jika bisnis Anda menggunakan ujung tombak berupa content marketing. Positive language akan meningkatkan efektivitas informasi yang Anda bagikan kepada audiens. Sehingga, perlahan akan mendorong aksi nyata dari mereka.

Source:

<https://iti-digital.com/why-positive-language-matters-to-destination-marketing-754292926842>

<https://www.slideshare.net/tanpham547/using-positive-language>

<http://www.paulwalsh.co/resources/view/SpeakingInThePositive#.Wt3uCi5ubIU>

<https://www.helpscout.net/blog/customer-perception/>

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