

Adword hack: cara menghemat bujet dan memperoleh lead sebanyak mungkin

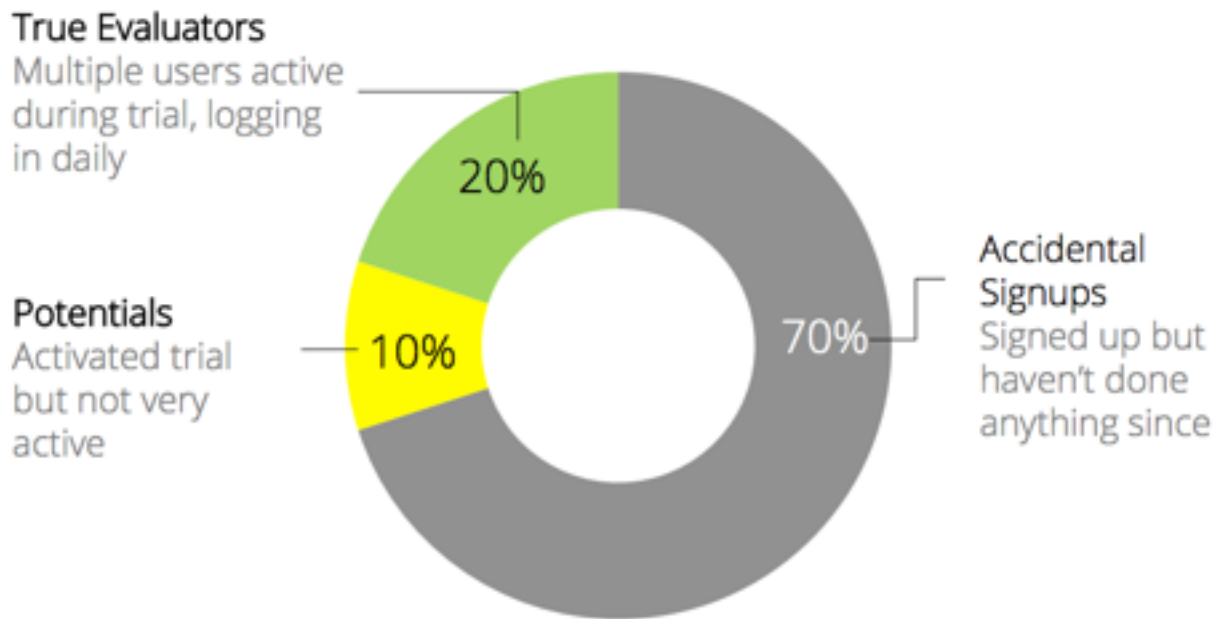


Jika Anda memiliki bisnis digital yang berbasis langganan pengguna, Anda perlu sedikit khawatir. Kenapa? Karena menurut penelitian Google, 80% pengguna aplikasi modern cenderung melakukan “churn” (uninstall aplikasi atau pindah ke aplikasi lain) setelah 3 bulan men-download sebuah aplikasi.

Anda perlu segera menemukan solusi untuk masalah ini. Jika tidak, pola perilaku pengguna tersebut akan mengancam kelangsungan masa depan bisnis Anda. Satu cara yang terbukti cukup efektif adalah remarketing (pemasaran ulang).

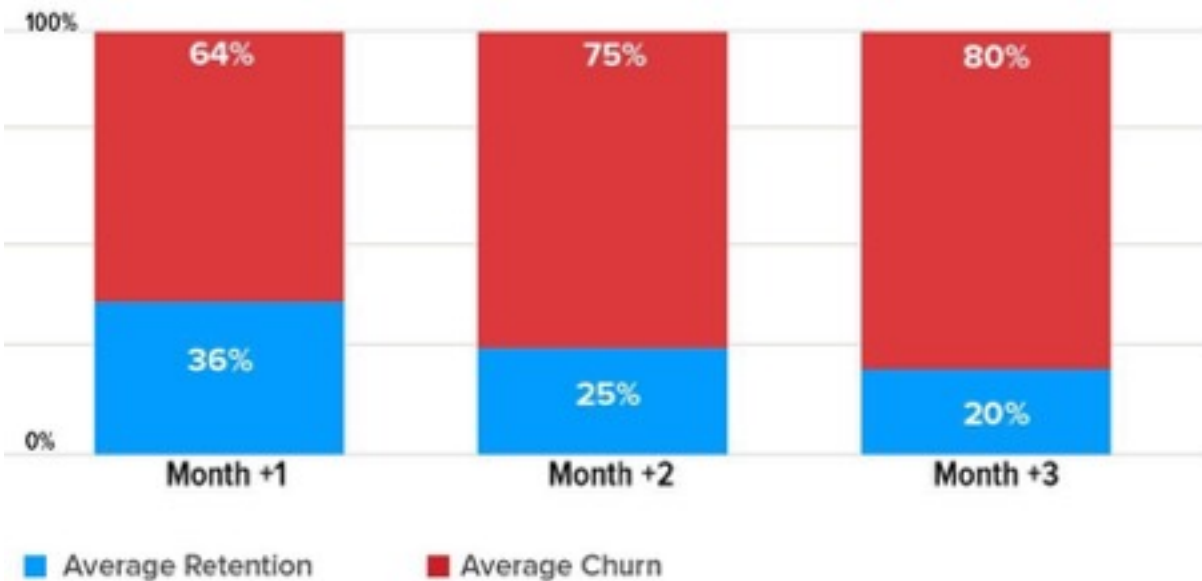
Kenapa harus melakukan pemasaran ulang?

Fakta pertama yang perlu Anda tahu, jumlah pengguna aplikasi yang melakukan pendaftaran akun secara “tidak sengaja” sangatlah tinggi. Berapa pastinya? Coba lihat statistik ini:



Anda tidak salah baca. Statistik tersebut berarti bahwa sekitar 70% orang yang menggunakan sebuah aplikasi hanya “coba-coba”. Bandingkan dengan 20% yang benar-benar ingin menggunakan aplikasi tersebut, atau 10% prospek lainnya. Mengerikan bukan?

Statistik lain mengungkapkan bahwa tingkat penyimpanan aplikasi mobile menurun dari 36% di bulan pertama menjadi sekitar 20% di bulan ketiga.



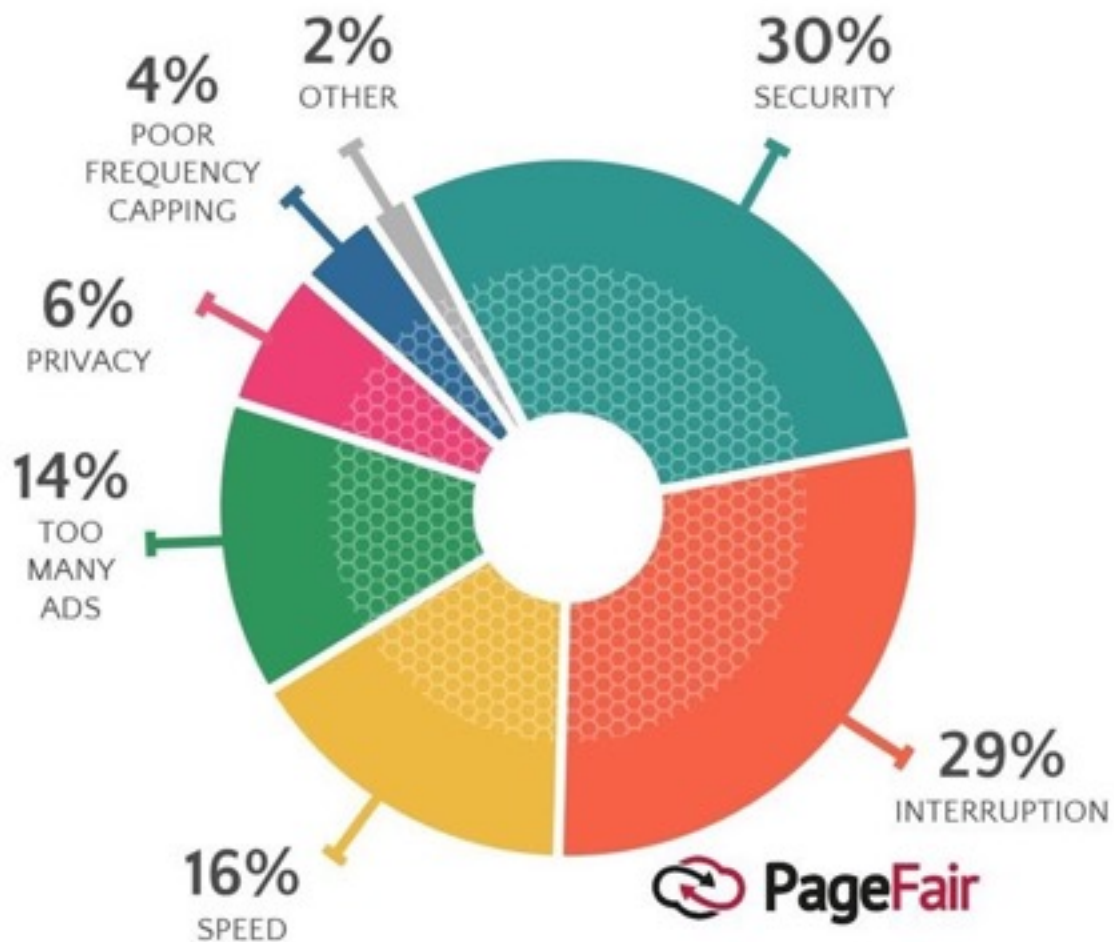
Localytics

Source: Localytics 2016

Bagaimana dengan iklan? Apakah dapat mengatasi masalah itu? Sebelum Anda membuang-buang dana untuk membayar pengiklan, coba lihat statistik berikut ini:



Jumlah user yang menggunakan aplikasi Adblocker meningkat dari 54 juta menjadi 300 juta pengguna hanya dalam waktu 3 tahun! Ini adalah beberapa alasan pengguna mem-block iklan:

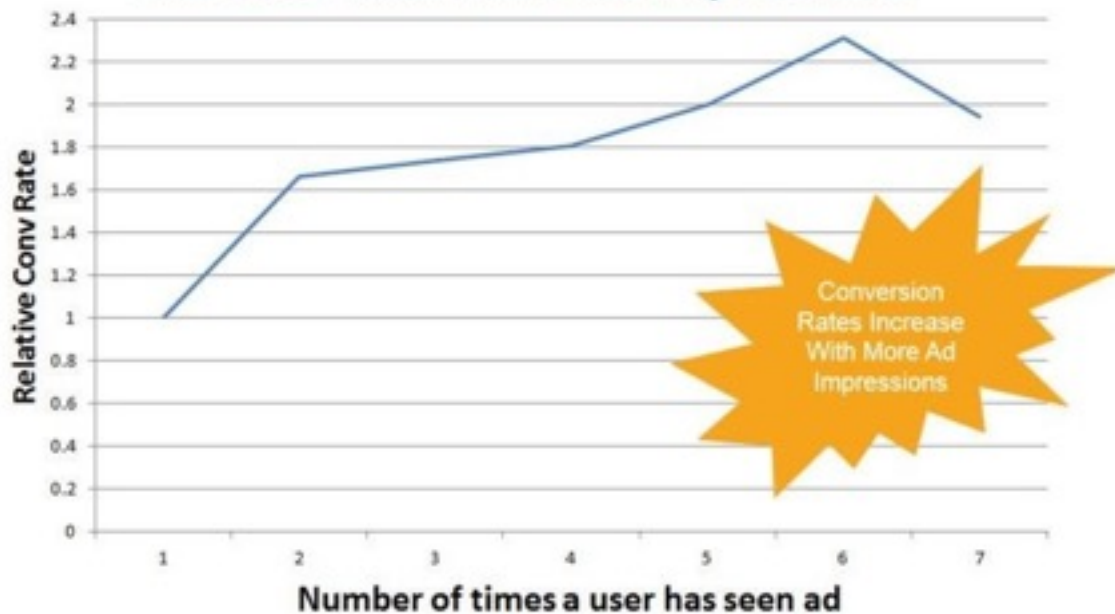


MOTIVATION BEHIND ADBLOCK USAGE

1. Exposure to viruses and malware
2. Interruption
3. Slow website loading time
4. Too many ads on webpages
5. Privacy and tracking by unknown parties

Berbanding terbalik, konsep remarketing (pemasaran ulang) justru meningkatkan rasio konversi. Statistiknya ada di bawah ini, dan inilah alasan kenapa Anda perlu melakukan remarketing dan retargeting.

Weird Thing About Remarketing: Conversion Rates Increase With More Ad Impressions



Cara kerja AdWords remarketing

Iklan retargeting ini bekerja dengan cara yang sederhana. Pertama, sistem akan melacak setiap orang yang pertama kali mengunjungi situs Anda dan mengunduh aplikasi. Setelah itu, sistem akan mengirim sebuah iklan kepada pengguna tersebut. Anda dapat mengatur apa saja yang ingin dikirimkan kepada pengguna. Anda dapat menyesuaikan iklan tersebut berdasarkan aktivitas pengguna di situs Anda, atau menyesuaikan dengan jenis aplikasi yang diunduh.

Untuk meningkatkan hasil iklan yang Anda lakukan, beberapa pilihan berikut ini akan sangat membantu:

YouTube dan mobile retargeting

Iklan retargeting memiliki sebuah kelemahan. Jika Anda ingin membuat segmentasi pasar, Anda membutuhkan begitu banyak audien. Padahal, Anda baru saja mulai menggunakan iklan. Ini cukup sulit. Anda perlu membuat para pengguna baru terus

berinteraksi dengan produk Anda. Caranya dengan memanfaatkan Adwords, buka Audience Manager, cari opsi YouTube dan tentukan kriteria target baru:

The screenshot displays the Google AdWords Audience Manager interface. At the top, there is a text input field labeled 'Audience name'. Below this, a section titled 'List members' contains the instruction 'Choose the people you'd like to include in this audience'. A dropdown menu is open, showing various criteria for selecting audience members. The criteria listed are: 'Viewed any video from a channel' (highlighted), 'Viewed certain videos', 'Viewed any video (as an ad) from a channel', 'Viewed certain videos as ads', 'Subscribed to a channel', 'Visited a channel page', 'Liked any video from a channel', 'Added any video from a channel to a playlist', 'Commented on any video from a channel', and 'Shared any video from a channel'. To the right of the dropdown menu, there is a small icon of a pencil. At the bottom left of the interface, there are two buttons: 'CREATE' and 'CANCEL'.

Anda dapat menambahkan orang ke daftar ini berdasarkan setiap aktivitas atau interaksi yang mereka lakukan di YouTube. Anda juga dapat terhubung ke fitur SDK analytics sehingga Anda dapat mengoptimalkan jangkauan audien lewat dua jalur: video seluler dan interaksi seluler.

App analytics

Link a third-party app analytics provider or your own software development kit (SDK) to your account to see user lists and conversions for your mobile apps

[LINK TO APP ANALYTICS](#)



YouTube

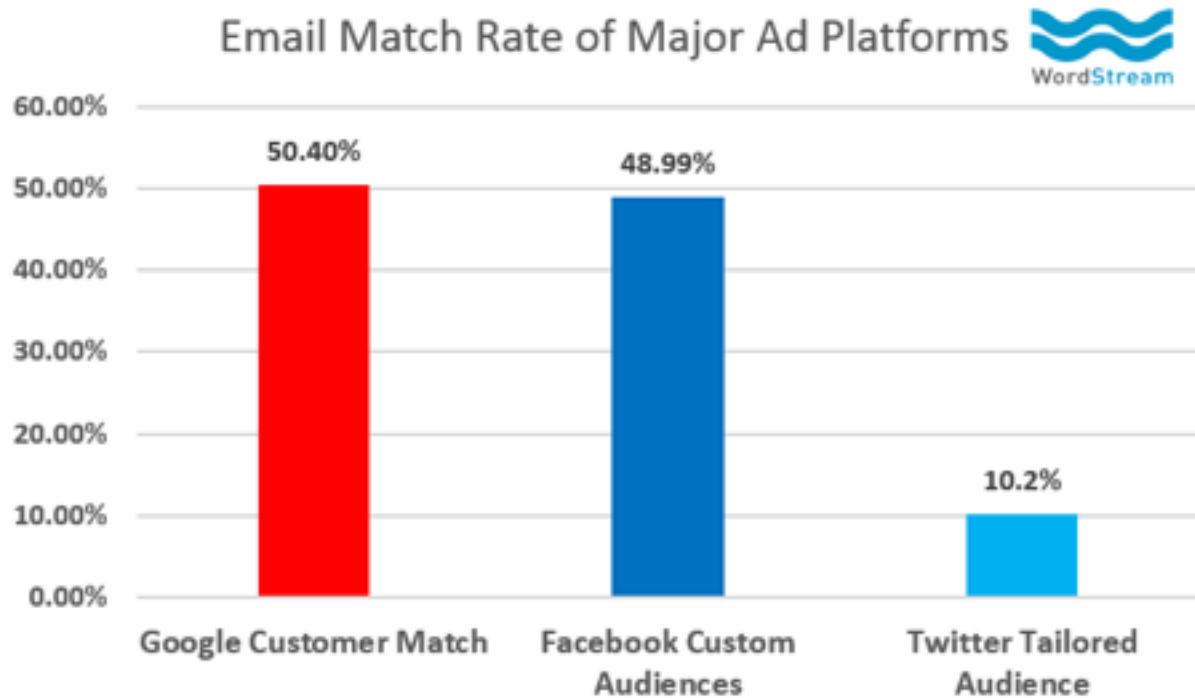
Remarket to people who interact with your channel, track actions people take after watching video ads, and drive clicks with call-to-action overlays

[LINK TO YOUTUBE](#) 

Customer match retargeting

Tujuan utama kita adalah membuat pelanggan terus “setia”. Bukan hanya untuk satu atau dua hari, tapi selama mungkin. Customer match retargeting digunakan untuk “menjaga” pelanggan yang benar-benar “dekat” dengan produk atau aplikasi Anda. Jika seseorang telah memberikan alamat, email, atau nomor telepon, itu artinya Anda perlu terus berinteraksi dengannya. Jangan sampai mereka beralih kepada kompetitor.

Terdapat beberapa platform sosial media yang menawarkan semacam fitur “email match”, seperti Twitter, Facebook, atau LinkedIn. Tetapi, saya sarankan Anda menggunakan fitur “email match” milik Google. Kenapa? Coba lihat statistik ini:



Dengan cara ini Anda dapat tetap berinteraksi dengan para pengguna sekaligus melakukan segmentasi berdasarkan ketertarikan mereka. Intinya, mendapatkan audien lebih mudah daripada mempertahankannya. Beberapa cara di atas dapat Anda terapkan dan buktikan sendiri hasilnya.

Source:

<https://blog.kissmetrics.com/adwords-retargeting/>

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