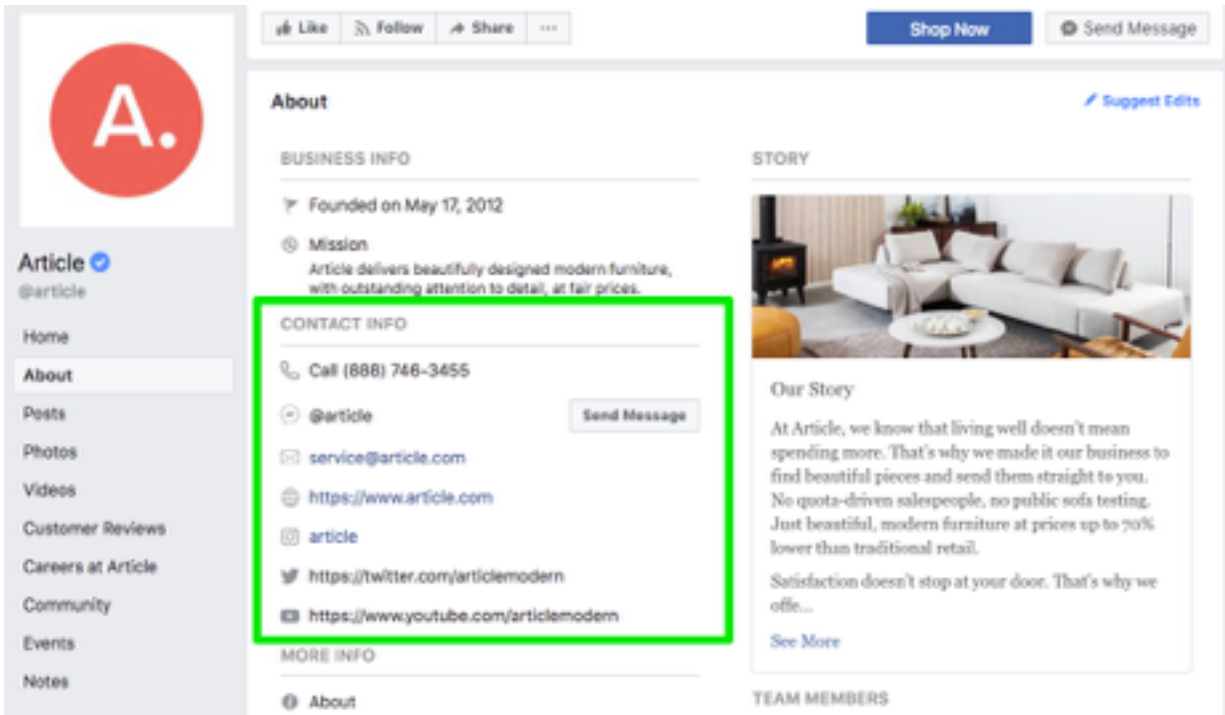


12 Tips media social promotion yang sering diabaikan bisnis baru

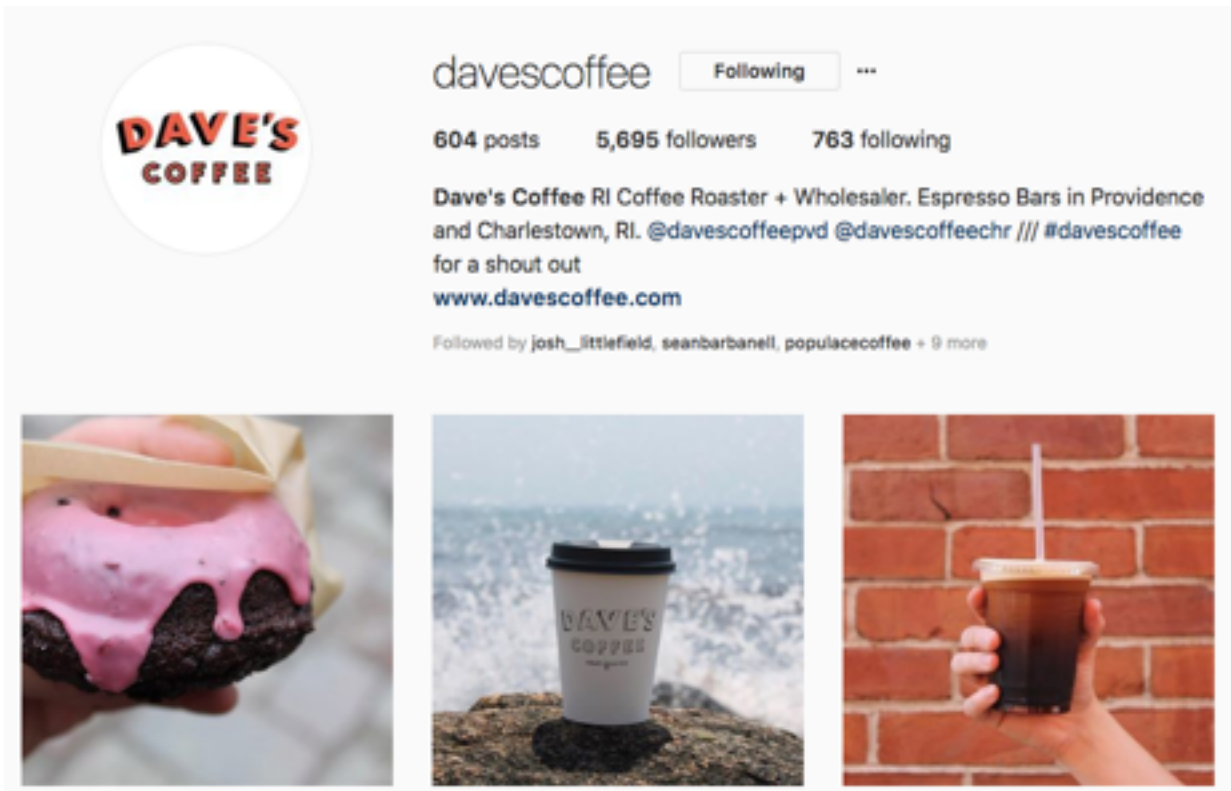


Konten berkualitas jelas selalu menjadi modal utama dalam bisnis digital. Namun menciptakan konten berkualitas saja tak cukup. Percuma konten bagus jika tak ada orang yang tahu. Dalam hal ini, tugas Anda yakni mempromosikan konten yang telah dibuat. Bagaimana caranya? Ikuti 12 tips berikut ini.

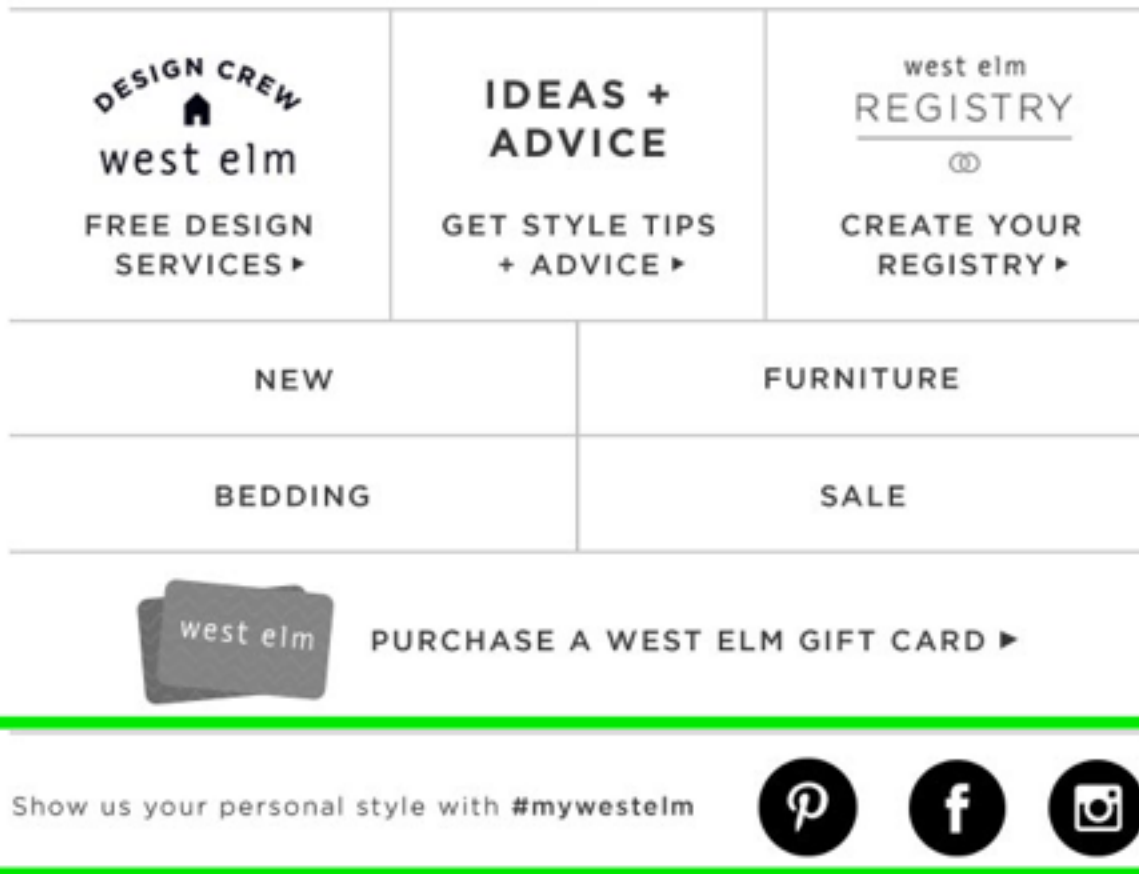
1. **Isi profil.** Sepertinya sepele, namun informasi profil yang lengkap memiliki dampak cukup besar dalam social promotion. Mari ambil contoh dari platform Facebook. Pada tab About, Anda memiliki space untuk menambahkan link, termasuk profil jejaring sosial lainnya. Bagian Story memungkinkan Anda untuk memberikan lebih banyak informasi tentang perusahaan Anda dalam format cerita.



2. **Tambahkan branded hashtag.** Instagram baru-baru ini menambahkan fitur untuk menautkan akun lain dan hashtag ke bio Anda. Manfaatkan space ini untuk mempromosikan akun spesifik berdasarkan lokasi dan menambahkan hashtag.



3. **Promosikan lintas saluran.** Kegiatan promosi pada berbagai saluran berbeda bertujuan untuk memberitahu follower bahwa Anda memiliki akun media sosial lainnya. Coba buat skema promosi yang terlihat seperti link ke halaman media sosial disertai dengan ajakan bertindak untuk meminta orang mengikuti akun tersebut.
4. **Gunakan ikon unik atau bermerek di website Anda.** Ketika pelanggan mencari brand Anda, website biasanya yang pertama muncul di hasil pencarian. Permudah mereka untuk menemukan jaringan sosial yang Anda ikuti. Buat ikon sosial media unik dengan menambahkan grafik atau warna merek Anda ke dalamnya.
5. **Promosikan akun sosial Anda di newsletter atau email signature.** Jika Anda pernah mengirim semacam artikel ke surat kabar, jangan lupa untuk mencantumkan akun sosial. Cara ini akan mempermudah pelanggan menemukan brand Anda. Selain itu, ketika mengirimkan email marketing kepada klien, sertakan pula akun-akun sosial tersebut.



6. **Buat iklan bertarget.** Ada banyak cara untuk menargetkan seseorang dengan iklan di Facebook. Untuk memulainya, Anda dapat menambahkan Facebook Pixel ke website perusahaan. Setelah itu, Anda dapat menyiapkan iklan untuk menargetkan pengunjung website secara otomatis. Manfaatkan data audiens Facebook untuk menargetkan grup minat. Misal jika seseorang baru saja berbelanja sepatu secara online, mereka akan menerima lebih banyak iklan sepatu daripada sebelumnya. Itu karena Facebook mencatat kebiasaan belanjanya dan menambahkan si pengguna ke kategori minat tersebut.

Suggested Post



Nectar Sleep

Sponsored · 🌐

👍 Like Page



Our Promise: After just one night you'll always want to get back to your Nectar mattress. Unfortunately, we can't guarantee you'll ever want to get out. #SorryNotSorry 🙄

For a limited time get \$125 OFF + 2 FREE premium pillows

- ✅ 365 Night Trial
- ✅ Forever Warranty
- ✅ Free Shipping & Returns



With Nectar, Good Nights Make GREAT Mornings

Nothing but your sweet, sweet sleep. At NECTAR, we've aligned all our efforts around one simple promise: The best sleep of your life, guaranteed. Start Sleeping Right

NECTARSLEEP.COM

Learn More

👍❤️🙄 416

348 Comments 31 Shares

7. **Tag produk ke tulisan Anda.** Fitur yang tersedia di Instagram dan Facebook, shoppable tag sangat berguna untuk merek ritel. Fitur ini mampu mengidentifikasi produk Anda ke pelanggan dan pelanggan dapat dengan mudah membeli dari website melalui tag.





letterfolk

[View on Website](#)**The Writer White****\$140.00**



The Writer White is an elegant, vivid reimagination of the classic letter board. Featuring a vintage-inspired marble white felt and light oak frame, this limited-run 16" x 20" board is the perfect signature piece for any room.



8. **Berikan diskon khusus sosial.** Dalam iklan konvensional, Anda bisa melihat transaksi mingguan di surat kabar atau menerima diskon dalam email. Demikian pula di media sosial, diskon ini disajikan ke segmen tertentu dari audiens Anda dan berakhir setelah durasi tertentu. Cobalah melakukan flash sale dengan jumlah terbatas di Instagram Stories atau posting penawaran di Facebook.

 **Zappos.com** shared an offer.
Sponsored • 

Join Zappos Rewards and receive a \$25 Rewards Code to use on your next purchase of \$75 or more. And if that's not sweet enough, Rewards members get FREE Expedited Shipping, plus Points for Purchases, Logging In, and Leaving Product Reviews.



\$25 Off Your Next Purchase
Expires Jun 26, 2018 • Online only

9,483 PEOPLE GOT THIS OFFER

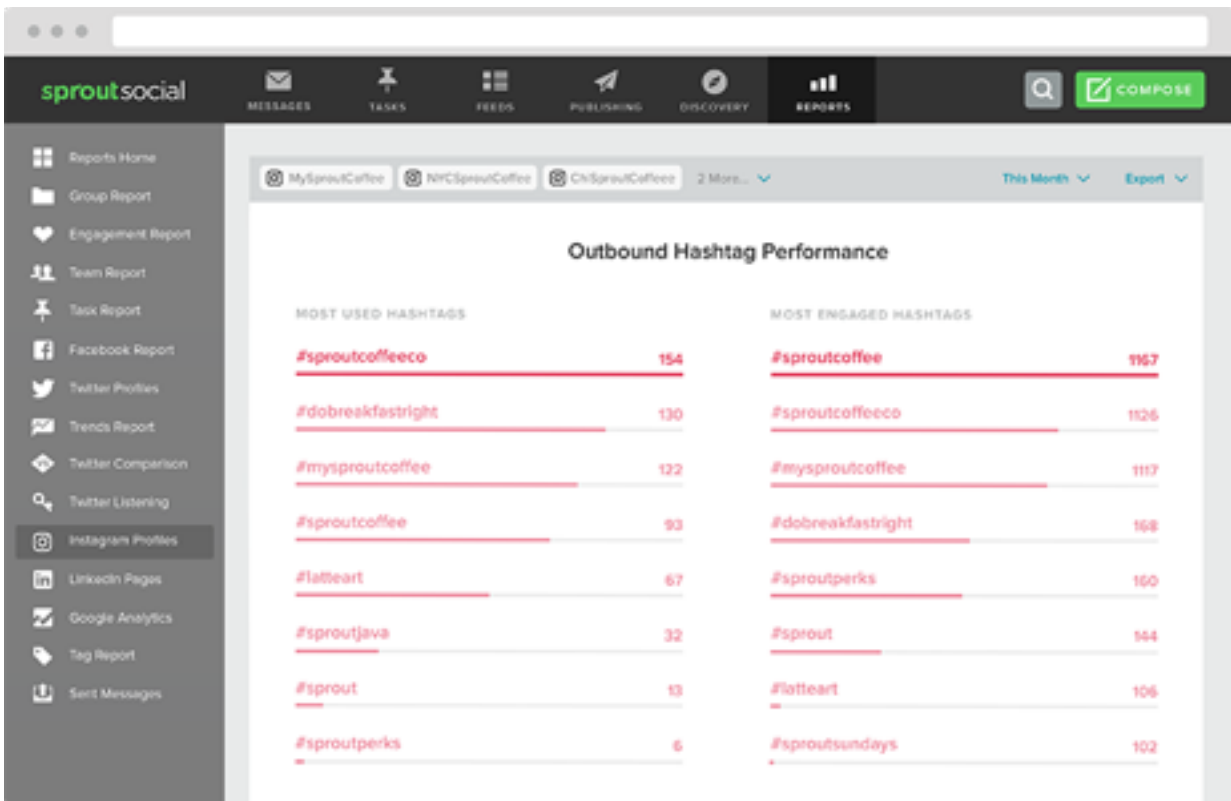
[Get Your Code](#)

 476

147 Comments

9. **Kontes dan hadiah.** Mengadakan kontes berhadiah tak hanya efektif untuk mempromosikan merek, tapi juga mendorong konversi. Jika Anda ingin hasil

lebih maksimal, cobalah kontes buatan pengguna di mana ada hashtag khusus untuk acara tersebut. Untuk memantau dan menanggapi entri, gunakan alat pelacakan hashtag seperti Sprout Social. Fitur ini juga akan melacak seberapa sukses kampanye kontes.



10. **Ubah pendekatan per jaringan.** Menulis copy yang sama untuk setiap jaringan tidak akan memberi Anda hasil terbaik. Audiens Anda di LinkedIn kemungkinan tidak sama dengan yang ada di Facebook. Anda dapat menggunakan foto atau video yang sama tetapi caption harus diubah.
11. **Dorong karyawan untuk turut terlibat.** Advokasi karyawan dapat menjadi sumber utama penguatan konten. Anda dapat mendorong mereka untuk mempromosikan pesan yang spesifik dan disesuaikan langsung ke saluran sosial mereka untuk jangkauan yang lebih luas.
12. **Buat ambassador atau program loyalty.** Seluruh ide program ambassador didasarkan pada kesadaran merek. Membuat dan mendukung program ambassador membutuhkan waktu dan kesabaran. Jika Anda tidak memiliki sumber daya, pertimbangkan untuk menyiapkan program loyalitas atau rujukan. Berikan pelanggan Anda beberapa kode rujukan dan beri mereka hadiah atau diskon saat pembelian rujukan mereka.

Source:

<https://sproutsocial.com/insights/social-media-promotion/>

<https://unsplash.com/>