

Content marketing spesial bagi audiens yang super sibuk



So, pola pemasaran saat ini hampir sepenuhnya telah berubah. Dulu, karyawan dan pemilik toko dianggap sebagai pakar, mereka lebih tahu segalanya daripada pelanggan itu sendiri. Sekarang, semuanya terbalik. Pembelilah ahlinya. Faktanya:

- Rata-rata, pembeli akan menghabiskan 60 hingga 90 persen waktu mereka untuk mempelajari channel penjualan toko sebelum menghubungi penjualnya.
- Kurang dari 82% pembeli akan melakukan riset online sebelum mereka memutuskan untuk datang ke toko.
- Saat ini konsumen akan menghabiskan rata-rata 79 hari melakukan riset online sebelum benar-benar melakukan pembelian besar.

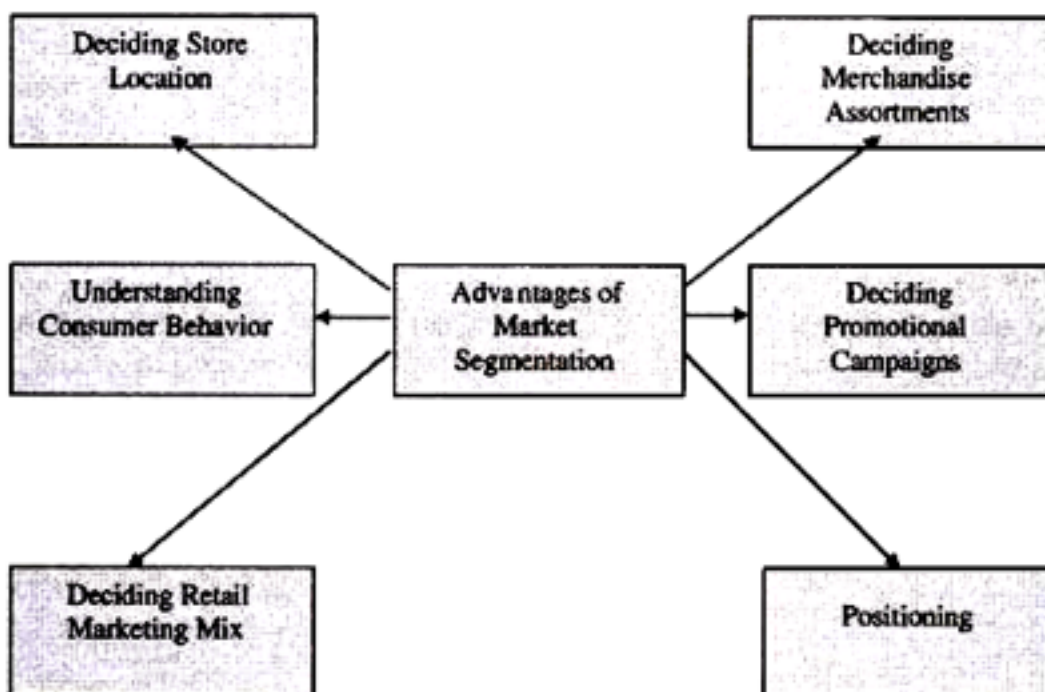
Kabar buruknya, pelanggan semakin cerdas, dan itu berarti bahwa pebisnis tidak lagi bisa melakukan trik-trik lamanya. Kabar baiknya, kebiasaan perilaku konsumen di atas dapat dimanfaatkan lewat content marketing.

Lalu, bagaimana langkah content marketing yang tepat?

Mari kita lihat dulu langkahnya secara garis besar:

- **Planning.** Pahami tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dan apa peran konten dalam hal layanan, iklan, promosi, atau penjualan.
- **Segmentasi audiens.** Cobalah untuk membuat kategori konsumen berdasarkan minat dan informasi yang mereka butuhkan. Tujuannya agar setiap upaya Anda spesifik dan tidak meleset.

Figure 5.1
Advantages of Market Segmentation



- **Pilih konsep yang tepat.** Pastikan tema konten sesuai dengan tujuan perusahaan, audiens, juga search engine.
- **Eksekusi rencana.** Tentukan bagaimana konten Anda akan didistribusikan, topik apa yang akan dibahas, dan seberapa sering melakukan update. Faktanya, konsistensi adalah cara terbaik untuk membangun audiens.
- **Pantau hasilnya.** Perhatikan apakah konten Anda berpengaruh pada lalu lintas website atau peringkat search engine. Bagaimana interaksi pengunjung? Bagaimana Anda menanggapi mereka?

Itulah gambaran umumnya. Untuk mengeksekusi setiap langkah di atas, ada beberapa tips yang bisa Anda coba.

Tips jitu content marketing plan

Mari kita mulai dari mengumpulkan semua data pendukung yang terkait dengan topik konten. Beberapa sumber potensial pengumpulan data ini meliputi:

- Lakukan pencarian keyword dan frase yang terkait secara langsung ke website Anda.
- Gunakan data internal untuk mengumpulkan kata kunci.
- Gunakan pertanyaan dukungan pelanggan Anda untuk menganalisis tema.
- Implementasikan semua data planning yang didapatkan ke dalam langkah pembuatan konten.



Persiapan yang tepat sangat berpengaruh pada langkah berikutnya. Mari kita lanjutkan.

Trik untuk menciptakan konten berkualitas tinggi

Setelah Anda memiliki strategi pengembangan bisnis dan konten yang akan digunakan, sekarang saatnya untuk mulai menulis konten tersebut. Pastikan konten tidak hanya relevan tetapi juga harus menarik.

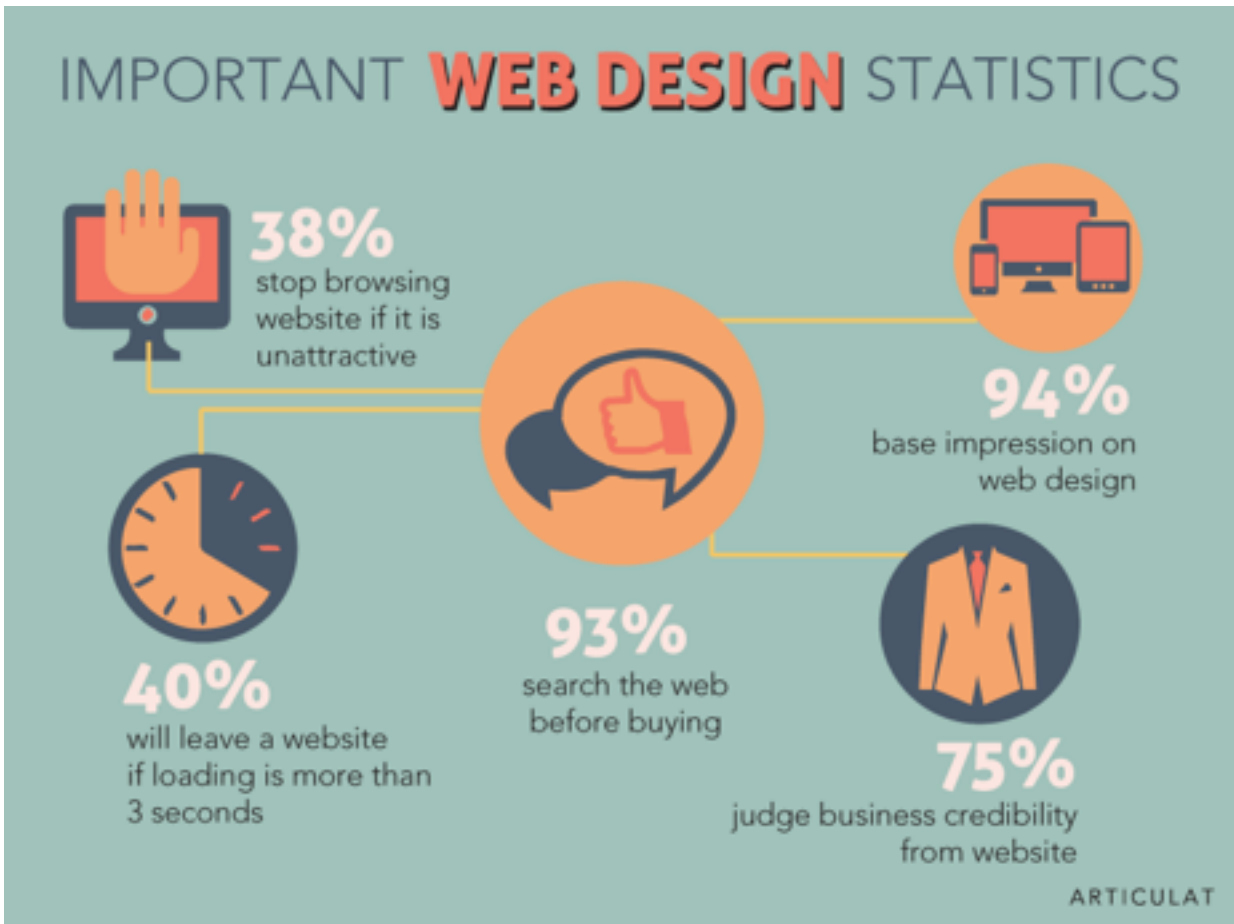
Enam langkah berikut ini akan membantu Anda menciptakan konten berkualitas tinggi:

- Tentukan topik dan metode pendekatan yang akan digunakan
- Lakukan penelitian (terkait topik konten dan target audiens)
- Organisir semuanya
- Eksekusi penulisan konten
- Luangkan waktu untuk relaksasi diri
- Edit konten

Pastikan Anda melalui semua tahap itu dan lihat konten seperti apa yang tercipta.
Next.

Pahami content marketing di website

Konten untuk website berbeda dari jenis tulisan di platform lainnya. Faktanya, jika konten tidak mampu memberi apa yang mereka cari bisa dipastikan pengunjung akan “cabut” dan kemungkinan tidak akan kembali. Rata-rata pengunjung hanya menghabiskan sekitar 10 detik di situs. Artinya, Anda harus bisa memanfaatkan waktu singkat untuk menarik perhatian pengunjung.



Coba terapkan tips berikut ini:

- Pastikan konten Anda valuable dan relevan
- Pastikan untuk tetap pada topik (tidak melenceng ke mana-mana)
- Selalu periksa ulang kesalahan ejaan dan penulisan
- Tulis dengan singkat, padat, dan jelas
- Pastikan Anda menulis untuk audiens (SEO, back link, dan trik lainnya memang penting, tapi audiens harus tetap jadi prioritas)

Trik seperti ini sangat cocok untuk audiens yang supersibuk. Selain itu, perhatikan pula desain tata letak website, warna, serta font yang digunakan. Terakhir, pantau dan sesuaikan. Sangat penting untuk terus memantau konten guna mengukur kinerja dan menerapkan peningkatan. Selamat mencoba!

Source:

<https://medium.com/@nileadcom/content-marketing-for-busy-business-owners-2295871316ae>

<http://www.yourarticlelibrary.com/retail-marketing/retail-marketing-segmentation-concept-and-significance/48079>

<http://www.mantran.in/services/content-marketing-strategy/>

<https://www.littlebigreddot.com/businesses-invest-web-design/>

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