

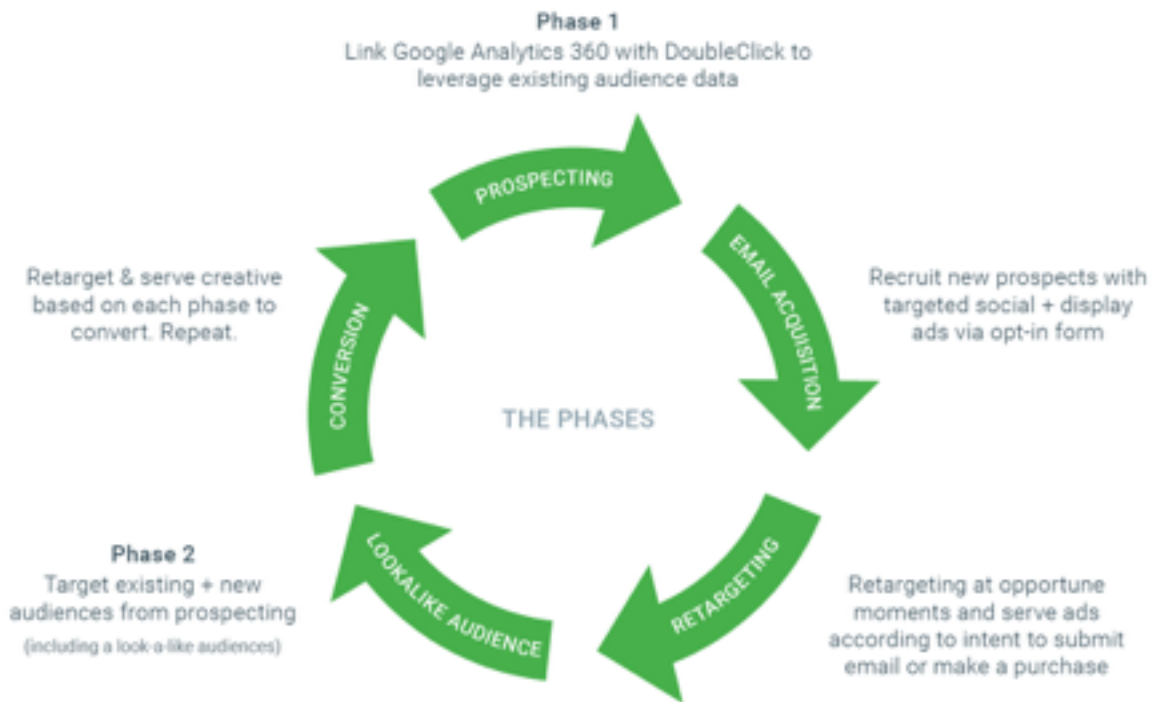
Step by step merancang skema pembelian terprogram untuk meningkatkan penjualan



Banyak jalan yang bisa ditempuh untuk terhubung dengan pelanggan potensial. Namun tak mudah untuk mempertahankan hubungan baik tersebut dari waktu ke waktu. Semua itu hanya bisa diwujudkan dengan sebuah skema pembelian terprogram. Untuk bisa mewujudkan hal ini, ikuti step by step berikut.

Step pertama: Atur wawasan audiens

Melalui pembelian, kesetiaan, dan advokasi, konsumen menghargai merek yang relevan dengan mereka serta memberikan pengalaman hebat. Relevansi tidak dapat diciptakan hanya dalam semalam. Dengan mengatur wawasan audiens dan menggunakan data pelanggan secara efektif, brand dapat menarik target serta meningkatkan dampak dari campaign yang diluncurkan. Ketika audiens didefinisikan secara tepat, lebih mudah untuk menghadirkan relevansi, menyampaikan pesan yang tepat pada saat yang tepat.



Step kedua: Desain kreatif nan menarik

Ketika tim kreatif “dipersenjatai” dengan data, keterlibatan menjadi lebih mudah. Step ini menunjukkan bagaimana pemanfaatan wawasan audiens dapat membantu merek brand membuat materi iklan yang lebih baik dan lebih menarik. Sebuah iklan harus benar-benar menceritakan kisah yang hebat. Berkat kemajuan teknologi, brand dapat menggunakannya untuk membuat cerita yang lebih baik, memastikan relevansi campaign yang diluncurkan, dan memperdalam hubungan mereka dengan pelanggan.



Ad creative for Colombian audience



Ad creative for Brazilian audience

Masalahnya, konsumen saat ini sudah terbiasa untuk mengontrol kapan, di mana, dan bagaimana mereka menggunakan gadget. Mereka akan memilih antara smartphone, tablet, dan perangkat desktop untuk digunakan di saat tertentu. Jadi, materi iklan Anda harus cukup menarik untuk melibatkan pemirsa di seluruh saluran tersebut.

Step ketiga: Eksekusi dengan teknologi terintegrasi

Teknologi terintegrasi merupakan langkah penting kesuksesan pemasaran, tetapi semuanya harus dieksekusi dengan baik. Step ini menunjukkan bagaimana platform teknologi terintegrasi dapat membantu memastikan keefektifan campaign Anda.

Mengintegrasikan seluruh platform pemasaran bertujuan untuk memberikan pengalaman lintas saluran yang mulus kepada pengguna. Hal ini mengarah pada:

- Wawasan pemirsa yang lebih jelas
- Hasil merek yang lebih baik
- Penggunaan sumber daya yang lebih efisien

Ketika pembelian terprogram dilakukan pada platform teknologi terintegrasi, pesan merek dapat dikirimkan dengan lebih efektif dan efisien. Dengan membantu merek mengevaluasi, membeli, mengaktifkan, dan mengukur media dalam skala global (secara real time) teknologi terintegrasi membuat wawasan audiens menjadi lebih berharga dan dapat ditindaklanjuti.

Step keempat: Jangkau audiens di seluruh layar (platform)

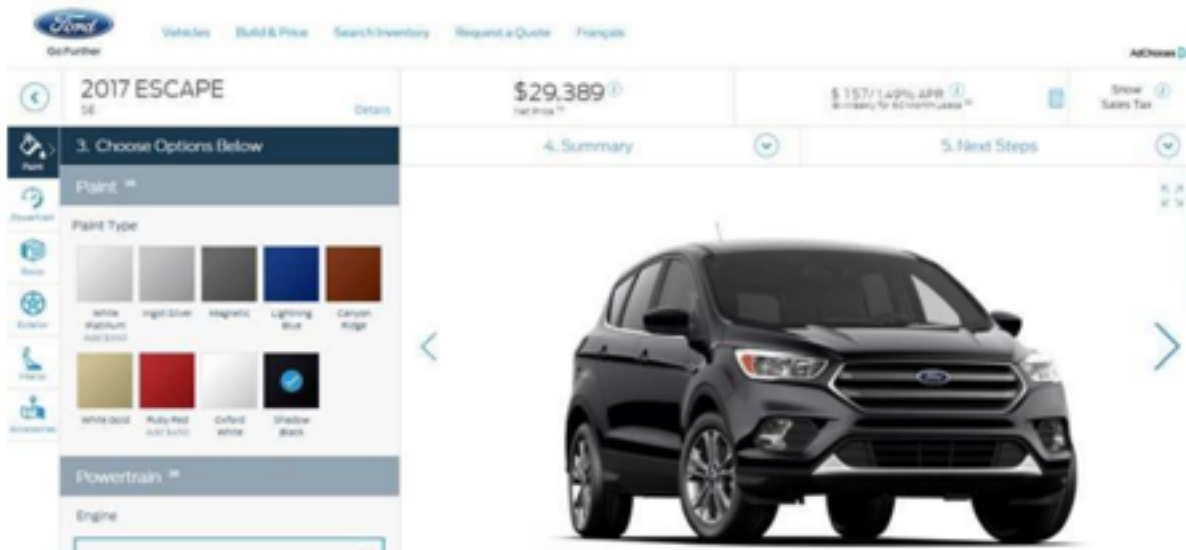
Sangat penting bagi brand untuk tersedia ketika konsumen membutuhkan sesuatu, di media apapun dan di platform apapun, seperti:

- TV
- Smartphone
- Tablet
- Desktop
- Web seluler
- Video

Pembelian terprogram membantu brand menemukan dan menjangkau audiens mereka dengan cara paling efektif, baik melalui iklan video di ponsel atau iklan bergambar di tablet. Semua dilakukan demi mendorong dampak terbesar. Dengan metode ini, dalam jangka waktu tertentu, brand akan memiliki fleksibilitas dan jangkauan yang lebih besar.

Step kelima: Ukur dampaknya

Pembelian terprogram memberi peluang bagi pebisnis untuk melakukan lompatan besar menuju pengukuran terintegrasi dan dapat ditindaklanjuti. Pada step ini, marketer belajar untuk membuat keputusan yang lebih tepat tentang pembelanjaan dan arahan kreatif mereka.



Perusahaan dapat mempelajari apa yang dipikirkan audiens tentang iklan mereka, bagaimana kemungkinan pergeseran persepsi sebagai dampak dari paparan iklan. Namun terlebih dulu brand harus memiliki alat ukur yang kuat dan rencana pengoptimalan yang tepat.

Brand selalu menggunakan pengukuran untuk meningkatkan media dan strategi kreatif mereka. Saat ini, pembelian terprogram dan platform terintegrasi telah membawa tingkat kecepatan baru dan kemampuan untuk mengambil tindakan yang tepat. Umpan balik secara real time yang dihasilkan membantu merek membuat setiap tayangan dan interaksi digital lebih pintar daripada sebelumnya.

Source:

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/programmatic/organize-audience-insights-programmatic-buying/>

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/programmatic/design-creative-insights-data-programmatic-buying/>

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/programmatic/integrated-technology-effective-campaign-programmatic-buying/>

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/programmatic/reach-consumer-audiences-omnichannel-programmatic-buying/>

<https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/programmatic/measure-impact-programmatic-buying/>

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

