

Dapatkan dulu customer buying strategy baru tinggikan sales target bisnis

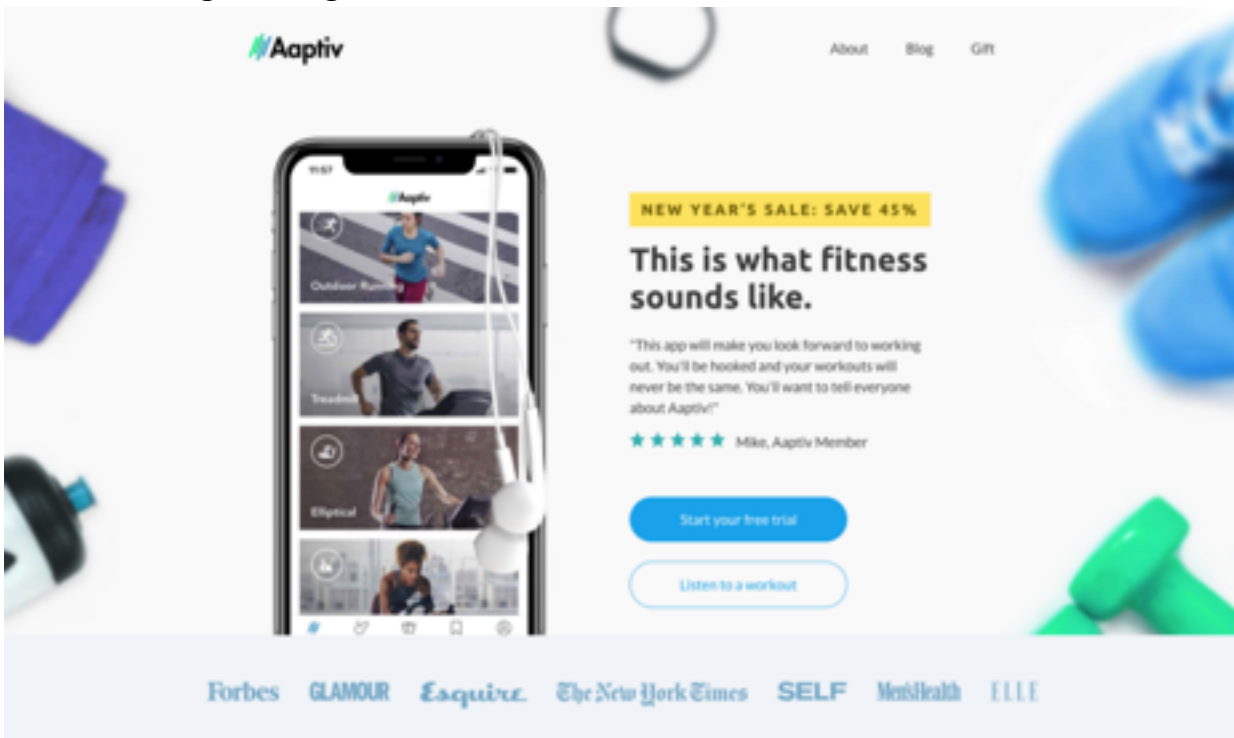


Saya mulai pembahasan kali ini dengan fakta bahwa cara kita membeli sesuatu seringkali berbeda dari asumsi tentang bagaimana pelanggan membeli sesuatu kepada kita. Maksudnya begini. Digital marketer 100% fokus pada strategi pemasaran mereka. Sedangkan pelanggan 100% fokus pada strategi pembelian mereka.

Hal ini menimbulkan suatu kontradiksi. Pertanyaannya, apakah strategi pemasaran Anda selaras dengan strategi pembelian pelanggan? Jika tidak, kemungkinan besar strategi Anda tidak akan memberikan hasil secepat ekspektasi.

Saya ambil contoh dari pengalaman pribadi. Ketika membeli sesuatu, ternyata strategi pembelian saya berbeda dengan asumsi para marketer. Masalah inilah yang perlu dipecahkan. Bagaimana cara mendapatkan customer buying strategy? Saya akan berikan 3 studi kasus.

Produk kebugaran digital



Pernah dengar tentang Aptiv? Ini adalah aplikasi pelatihan audio pribadi. Meg Takacs adalah salah satu pelatih dalam aplikasi ini.

Ketika menggunakan aplikasi, Anda langsung dibawa ke formulir Typeform, bukan halaman penjualan. Pada form ini Anda dapat melihat jadwal latihan, tantangan kebugaran pribadi, hingga target. Di bagian bawah formulir, akan ada penawaran harga untuk program pelatihan yang dipersonalisasi. Sampai di sini, strategi pembelian saya selesai.

Kemudian saya mulai mengikuti Meg di Instagram. Jadi, secara sederhana strategi pembelian saya adalah:

- Saya membeli (aplikasi)
- Membuat perubahan perilaku
- Memutuskan untuk naik level
- Lalu membeli lagi (rencana pelatihan)
- Kemudian mengikuti pelatih

Dalam kasus ini, faktor utama yang mendorong saya untuk membeli adalah menemukan penawaran. Kedua, saya ingin meningkatkan pelatihan dan kinerja tapi tidak tahu apa yang harus dilakukan.

Kesalahan umum: Pelanggan potensial sering tidak tahu apa yang Anda jual. Anda terhubung dengan mereka secara teratur tetapi tidak pernah memberikan tawaran konkret.

Langkah selanjutnya: Buat penawaran! Jangan berasumsi orang tidak mau membeli.

Produk kecantikan fisik



Saya suka mewarnai rambut. Masalahnya, sulit untuk menciptakan warna rambut yang berkualitas. Overtone memiliki solusi untuk masalah ini lewat produk kondisionernya. Saya menambahkan produk ke keranjang, tapi kemudian meninggalkannya (berkali-kali).

Mewarnai rambut sendiri itu sulit, bahkan meski dengan conditioner warna. Jadi, strategi pembelian saya di sini membutuhkan banyak evaluasi.

Kemudian saya follow akun IG-nya. Di sini, Overtone menampilkan berbagai hasil produknya. Termasuk penjelasan tentang bagaimana produk bekerja pada berbagai warna rambut. Akhirnya, deal!

Kesalahan umum: Anda berbagi informasi, ide, dan inspirasi tentang semua hal kecuali produk Anda.

Langkah selanjutnya: Demokan produk Anda. Bagikan hasil dan bagaimana produk Anda membantu mencapainya.

Produk perawatan kulit pribadi



Ada sebuah aplikasi bernama Curology. Lewat aplikasi ini, Anda akan dihubungkan dengan seorang profesional medis yang dapat merumuskan resep obat jerawat topikal. Sebagai catatan, saya telah memiliki masalah jerawat sejak kecil.

Saya juga termasuk jenis pembeli impulsif. Ketika ada produk jerawat baru, saya akan mencobanya. Saya langsung tertarik dengan janji produk ini dari iklan. Seketika saya beri mereka alamat email untuk belajar lebih banyak tentang produk. Jadi, strategi pembelian saya adalah: Ketika saya menemukan sesuatu yang mengklaim berbeda, saya siap mencobanya.

Curology secara cerdas mengirim pesan iklan untuk menjelaskan bagaimana produk mereka berbeda. Proses personalisasi dan harga yang ditawarkan membuat saya lebih mudah memutuskan sebuah pembelian. Strategi pemasaran mereka sangat cocok dengan strategi pembelian saya pada kasus ini.

Kesalahan umum: Anda menghabiskan banyak waktu membuat konten tanpa pernah menunjukkan apa yang membuat penawaran Anda berbeda, lebih efektif, dan lebih baik daripada apa yang telah mereka coba.

Langkah selanjutnya: Kirimkan pesan dan pendekatan untuk menarik orang yang tepat. Pastikan bahwa konten dibangun berdasarkan kinerja produk, bukan hanya “janji manis”.

Source:

<https://medium.com/help-yourself/if-you-want-to-improve-your-marketing-strategy-discover-your-customers-buying-strategy-17392c5cb6a1>

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