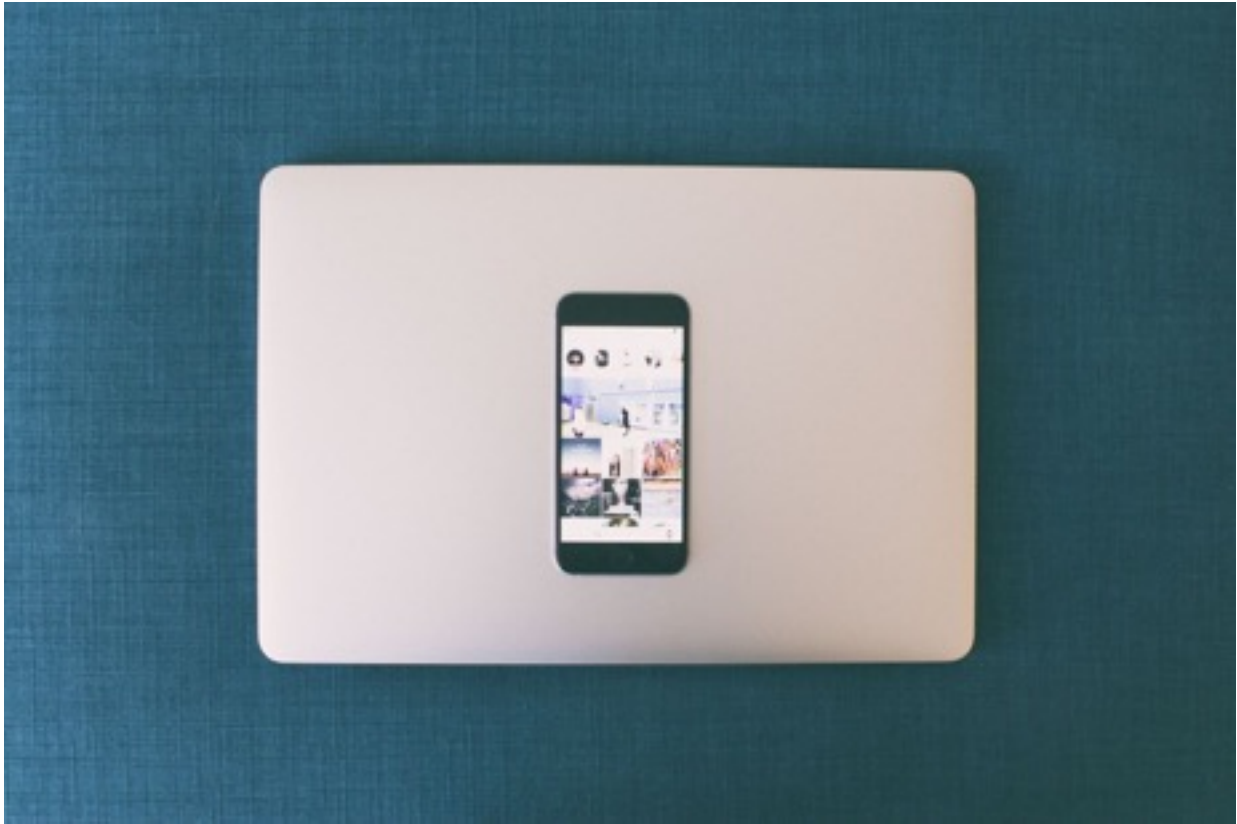


Cara mengoptimalkan media sosial sebagai sarana meningkatkan lead bisnis



Media sosial dan bisnis. Apa hubungan dari keduanya? Percayakah Anda jika saya katakan bahwa sosial media dapat meningkatkan prospek bisnis? Ingin tahu tips dan trik untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana meningkatkan *lead* bisnis Anda? Simak artikel ini hingga akhir. Kalau perlu catat dan praktikkan.

Memulai sebuah bisnis baru bukanlah hal yang mudah dilakukan. Terlebih jika Anda tidak memiliki modal yang besar. Melakukan promosi dan penjualan secara manual bisa jadi malah akan menguras sumber daya Anda. Akibatnya, bukan untung malah “buntung”. Lalu bagaimana solusinya?

Persiapkan media sosial

Media sosial adalah solusi tepat untuk masalah yang sedang Anda hadapi. Jalur promosi yang murah meriah dan terhubung langsung dengan para pengguna. Sederhana saja, di era modern seperti saat ini, siapa yang tidak mengenal media

sosial? Media sosial seolah telah menjadi “kebutuhan” hidup bagi setiap orang. Kenapa tidak kita manfaatkan “jalur” ini? Coba lihat statistik ini:

Social Media Matters To Business

60-80% of

purchase decision in the B2B space are made through online research before contacting the company



92% of people

delete emails & voicemails from people they don't know.

53% of B2B

buyers follow social discussions about vendors they are considering (Top Rank)



90% of Inc.

500 companies use a major social media platform

77% Of buyers are

more likely to buy from a company if the CEO uses social media (Top Rank)



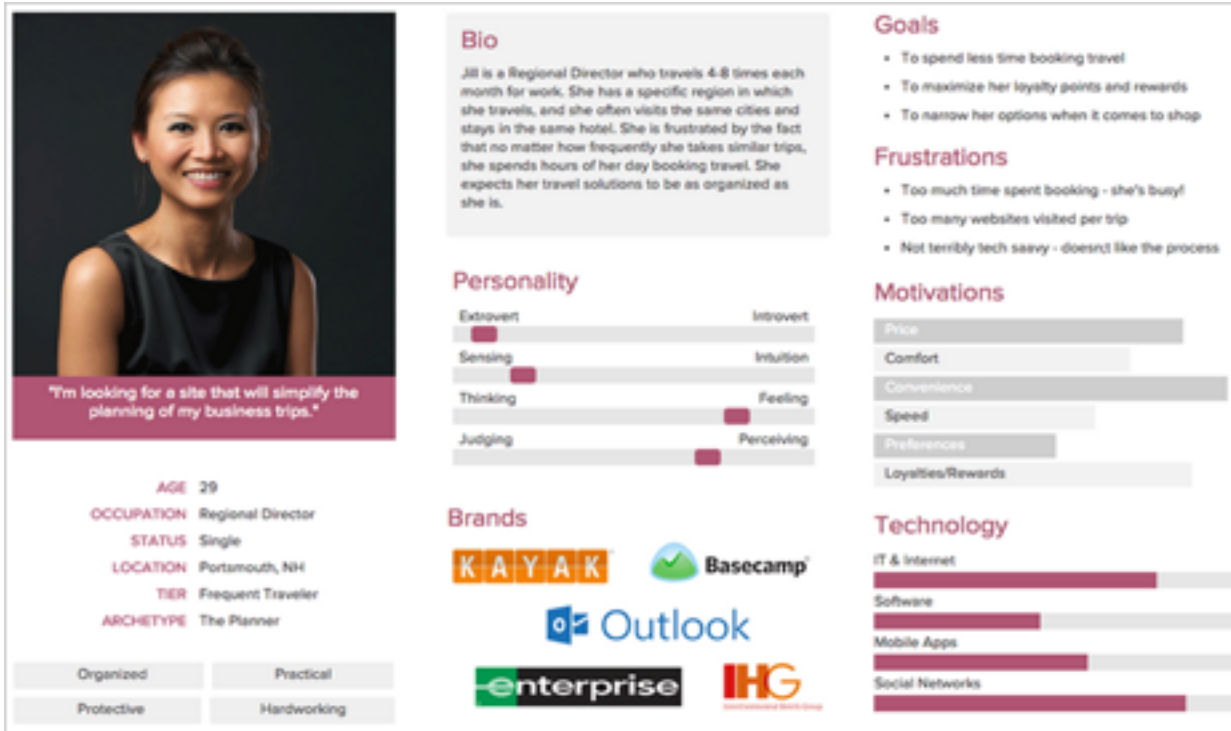
Global Marketing



Persiapkan beberapa media sosial untuk sarana promosi bisnis, seperti: Facebook, Twitter, Instagram, dan sebagainya. Setelah semua “amunisi” dipersiapkan, kita lanjut ke tahap selanjutnya.

Atur strategi yang tepat

Mulailah dengan melakukan riset mengenai siapa saja target pasar Anda. Berapa usianya, jenis kelamin, apa minat dan profesi mereka. Setelah semua informasi didapatkan dan terpetakan dengan jelas, kemudian Anda dapat menarik kesimpulan, apa masalah mereka dan apa yang mereka butuhkan.



Apabila sudah menemukannya, beri mereka solusi, sediakan apa yang mereka butuhkan. Untuk hasil yang lebih maksimal, cari tahu *platform* media sosial mana yang paling sering mereka gunakan untuk beraktivitas di dunia maya.

Kemudian, Anda dapat memperluas jaringan di “area” itu. Secara sederhana, Anda perlu menghubungkan semua media sosial Anda agar dapat meng-cover seluruh target pasar Anda. Selanjutnya?

Luangkan waktu untuk beraktivitas di media sosial

Setelah semua area “terjangkau”, selanjutnya Anda perlu meluangkan waktu untuk “memantau” aktivitas dari target pasar Anda. Tren yang sedang “*booming*” di sosial media akan selalu berubah setiap waktu. Mau tidak mau Anda harus mengikutinya.

Social Media Strategy Overview					
	facebook	twitter	You Tube	Linked in	
What?	Largest social network - 845m active users; high level of engagement (avg visit is 23 mins, 40 times a month)	Micro-blogging site; all messages are limited to 140 characters; 527m active users	Video sharing site; more engaged users than TV audience; each user averages 3 hour per month	Business-focused networking platform; also features company pages, industry / interest groups, recommendations	Direct communication with previous customers / users who have signed up to receive newsletters
Who?	Consumers - females represent 58% of users; 55% ages between 25 and 44; around two thirds are from UK	Consumers - 80% of users are female; younger demographics than Facebook; most followers from North America; only 53% are active (post every two weeks)	Consumers - 53% of viewers are male; equal audience split between UK and USA	57% of users are male; 33% of all users are over 25 years old; more than half spend over 2 hours a week on LinkedIn	The target audience will be determined by the characteristics of the users who have previously purchased / signed up - but it should be as broad as possible
Objective	Show users the personality of Global Journey; engage users enough to comment / share our messages to their friends; drive traffic to Facebook store	Engage users; not self; gather opinions (ask and answer questions); engage in conversations and interactions; drive traffic to Global Journey store	Support of each site / iTunes store; opportunity to engage visually with a view to the user following the link to purchase; should not be limited to music only	Engage retailers and distributors of Global Journey and selling of World Sound services; build audience for Global Journey	Drive traffic to direct call to action - e.g. Global Journey store; Facebook page; Twitter-based page with a view to converting them to purchase
Frequency	Twice per week (Monday and Wednesday) at noon	To maintain presence on people's time line, once per day is recommended - although it should be reacting to comments / feed back so frequency may vary	Despite no new content for almost 4 years, views have held up - so, content does not need to be very frequent - one release every month would be sufficient	One comment per week onto industry groups; post one customer groups per month; post one update from Global Journey per week	One email per month will ensure that the content is not too invasive, but is regular enough to be recognised
Message Type	Photos; videos; question; survey; poll; quotes; 40 on the island; competitions (e.g. fan of the month)	Photos; text; videos; links (most likely to be shared)	Video feed with short description and keywords, including link to purchase music	Personal in style, but with professional focus; links work well	This can be whatever the focus is for the month, should be a mixture of text and video, to avoid being classified as spam
Message Example	Today is the King of Rock 'n' Roll's birthday - happy BIRTHDAY Friday - <link to Legends album>	We have just taken delivery of our new Cafe Cula range - it sounds great! Check it out @ 50.50/329407	Video feed with short description and keywords, including link to purchase music	The new Cafe Cula range is available to order now - and here is a testimonial from a satisfied customer to explain why you should start selling it - @k_hellbawha	Father's Day is coming up in 3 weeks time, so why not treat him to the very best of music tonight - it contains all the greats and is only £2.99

Dengan mengetahui tren yang sedang terjadi di sosial media maka Anda akan dapat masuk ke “lingkungan” target pasar Anda dan secara perlahan “menuntun” mereka ke dalam situs bisnis Anda.

Bagian ini tidak bisa hanya dilakukan sesekali. Anda harus secara kontinyu melakukan proses ini dan usahakan untuk membuat rencana harian. Apa yang akan Anda lakukan hari ini untuk menjaga para audien tetap dalam area pasar?

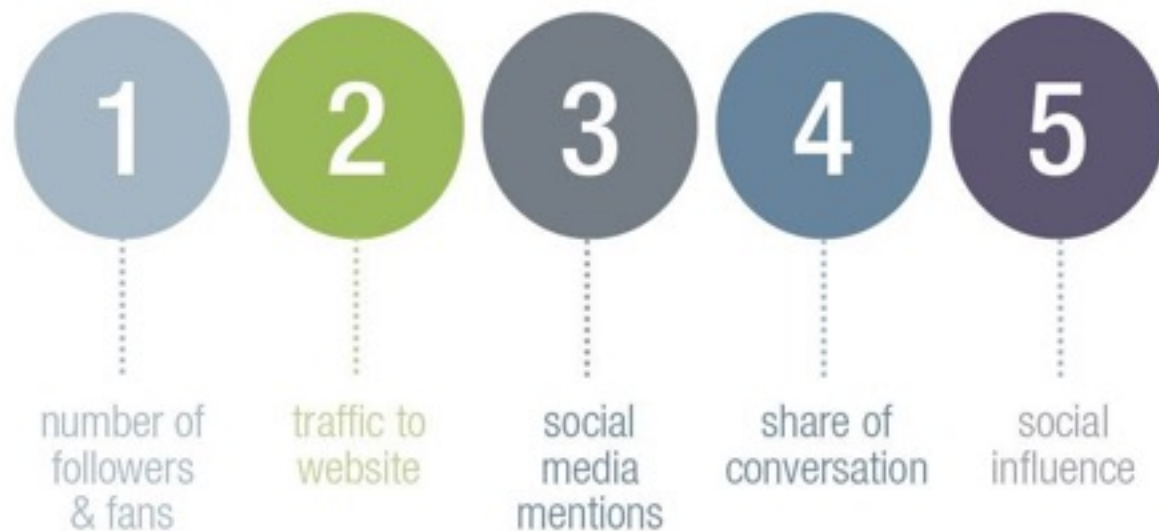
The power of ads

Jika Anda ingin mempercepat kegiatan promosi Anda, Anda dapat memanfaatkan layanan iklan yang disediakan oleh masing-masing platform media sosial. *Tool* yang mereka gunakan lebih dari sekadar “siap” untuk mengiklankan bisnis.

Terakhir, analisis dan ulangi

Langkah terakhir yang perlu Anda lakukan adalah dengan menganalisis hasil promosi bisnis sebelumnya. Evaluasi semuanya mulai dari perkembangan bisnis Anda, titik kelemahan strategi Anda, hingga rencana ke depan.

Top 5 Measurements for Evaluating Brand's Effectiveness on Social Media



Membangun sebuah bisnis memang tidak bisa dilakukan secara instan. Semua butuh proses yang terkadang cukup panjang. Teruslah berusaha dan ulangi setiap langkah yang telah dilakukan. Sembari memperbaiki setiap kelemahan dari strategi promosi Anda. Perlahan *lead* bisnis Anda akan meningkat berkat optimalisasi media sosial ini.

Ada pertanyaan terkait dengan konsep social media marketing bagi bisnis online? Tanyakan kepada saya melalui halaman form kontak di samping artikel ini.

Source:

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

<https://www.socialmediaexaminer.com/social-media-guide-small-businesses/>