

## **HXC Research: taktik bisnis daring supaya seluruh layanan menjadi habit baru customer**



Kesuksesan berawal dari kecermatan. Sebelum mengalokasi banyak hal (waktu, uang tenaga, dan kesempatan) ada baiknya berbisnis diawali dari perhitungan dan proses analisa tajam. Upaya yang akan berpengaruh terhadap kondisi bisnis di masa depan yaitu konsumen.

Sudahkah bisnis Anda menyelesaikan masalah customer? Apabila belum atau minimal bimbang, berhenti menjalankan bisnis. Alasannya sangat sederhana, bisnis yang dibangun dari kebutuhan customer pasti akan...

- menghasilkan revenue positif
- kepuasan konsumen saat berinteraksi dengan bisnis Anda
- suasana internal perusahaan yang saling menguntungkan

Ketika hal ini menjadi kunci sukses perusahaan, bahkan mereka yang berkulat di segmentasi marketi luring.

### **Ulangi prinsip dasar merintis bisnis daring**

Abaikan bila topik ini sudah pernah Anda praktikkan sebelumnya. Jika belum, maka cermati subtopik ini secara seksama.

Next...

Anda ingin membangun bisnis jangka panjang bukan? So, bangun pondasi bisnis Anda dengan menjawab beberapa pertanyaan ini secara jujur, yaitu:

- Siapa yang butuh atau ingin menggunakan produk Anda?
- Kenapa produk milik Anda berguna bagi calon customer?
- Apa manfaat yang ditawarkan produk Anda kepada calon customer?
- Apakah ide bisnis Anda mampu melampaui ekspektasi customer?

Pertanyaan-pertanyaan di atas merupakan positioning bisnis Anda. Entah mau membuat starup atau sekedar bisnis online "biasa", ini adalah langkah awal yang patut diperhatikan.

### **HXC Research & tujuan jangka panjang dari bisnis**

Seperti yang tertera di judul artikel ini, saya menggunakan istilah HXC Research. Istilah ini terdiri dari dua suku kata: HXC dan Research, yang maknanya:

- HXC atau high expecting customer merupakan individu-individu penting di dalam bisnis yang "sepatutnya" memiliki kesamaan pemahaman terkait produk atau layanan Anda. Individu-individu tersebut di antaranya: karyawan, partner, investor, hingga konsumen.
- Research bermaka riset atau penelitian.

Tujuan dipergunakannya HXC research ini untuk meminimalisir upaya Anda menggaet end-user bisnis. Apabila ditarik benang merah, hal ini mampu menghemat customer acquisition cost. Selain itu, roadmap bisnis Anda menjadi lebih jelas sehingga memudahkan para karyawan bekerja secara kreatif.



Apa keterkaitan tujuan jangka panjang dengan HXC research?

HXC merupakan metode paling efektif supaya produk atau layanan bisnis Anda berhasil menjadi bagian gaya hidup customer. HXC berpedoman pada perilaku customer yang percaya terhadap visi perusahaan, menggunakan produk atau layanan, serta merasakan manfaat nyata setelah berinteraksi dengan produk/layanan Anda.

Lalu, bagaimana cara menentukan tujuan ini?

HXC merupakan metode riset sehingga sepatutnya tujuan bisnis dibuat beririsan dengan tujuan riset HXC, di antaranya:

- Mencari tahu siapa HXC produk. Fokus pada segmentasi yang spesifik, jangan terlalu general. Cara ini dipilih untuk memudahkan bisnis untuk berkembang dan mengambil keputusan. Cari tahu, siapa yang paling besar memperoleh value dari produk Anda? Ingat, paling besar bukan "sekedar" merasakan manfaat-nya saja.
- Menelisik apa yang diinginkan HXC. Apabila informasi sebelumnya sudah diketahui, lakukan langkah cermat untuk mengetahui apa yang mereka butuhkan. Dan, deskripsikan secara jelas bagaimana cara Anda menyediakan solusi tersebut kepada customer.

Selain dua topik di atas, masih ada beberapa subtopik lain terkait dengan HXC Research. Supaya artikel selanjutnya bisa lebih mendalam dan sesuai dengan kebutuhan bisnis Anda, jangan sungkan untuk mengirim email kepada saya tentang kebutuhan, kendala, hingga ekspektasi bisnis daring Anda.

Setiap bisnis akan mengalami proses pasang-surut dan hal tersebut wajar. Respon terbaik di saat kondisi negatif melanda bisnis daring dengan berbagi dan belajar.

Source:

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

<https://id.techinasia.com>