

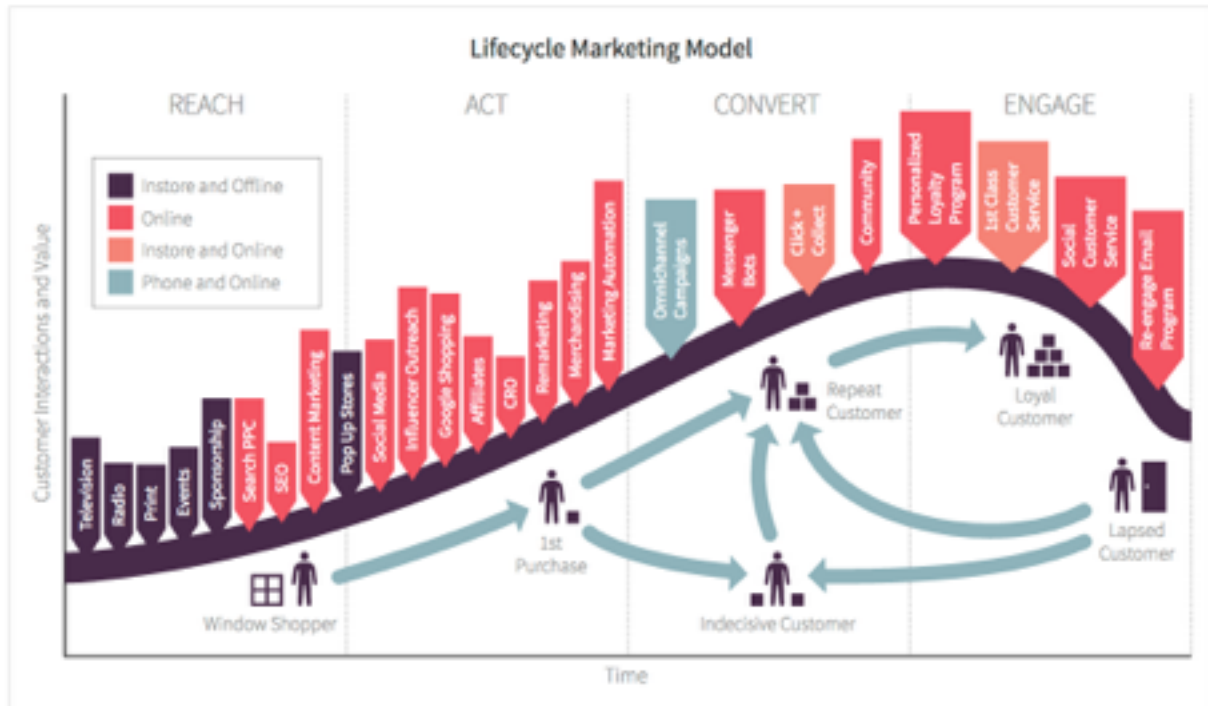
Berprinsip customer based marketing untuk meraih keuntungan di bisnis online



Setiap pelaku bisnis pasti ingin untung. Atau paling apes-apesnya, tak apa tidak untung asalkan bisnis dikenal oleh customer. Sebelum sebuah iklan atau campaign disebarluaskan sedemikian rupa, Anda tentu melakukan beberapa hal ini:

- Merancang content marketing yang sempurna,
- Mempertimbangkan untuk membuat campaign luar biasa, hingga
- Merencanakan videos campaign yang menohok customer

Semua itu dilakukan untuk mencapai digital campaign yang efektif dan sampai ke customer bisnis. Sayangnya, hal tersebut sering berbuah pahit. Semua itu sudah diterapkan, tetapi campaign tidak "direspon" dengan apik oleh customer.



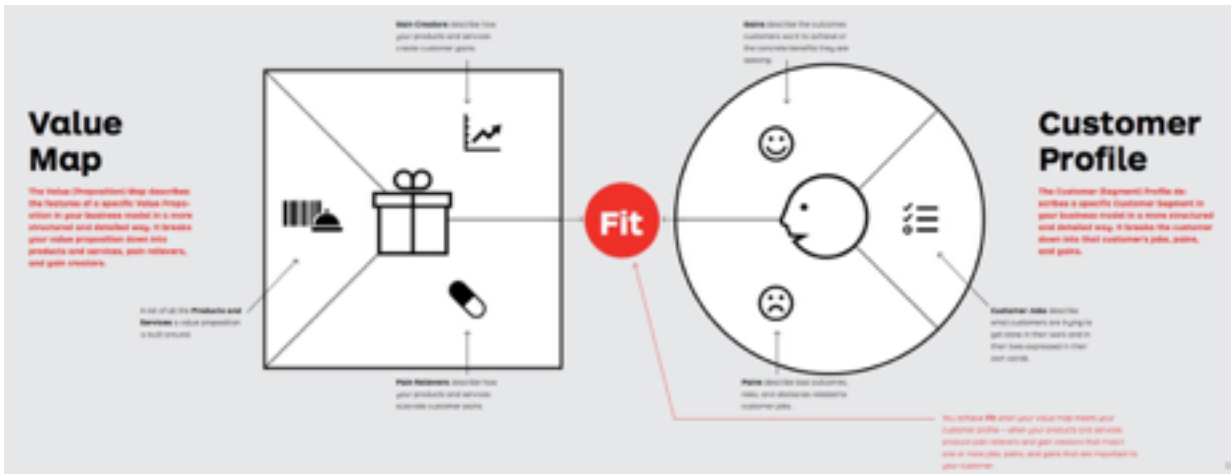
Supaya campaign berjalan lancar seperti ilustrasi di atas, terapkan prinsip customer based marketing, yaitu:

Identifikasi customer pain point

Awali dengan "penderitaan" customer. Seluruh informasi atau campaign bertujuan untuk solving problem. Setiap campaign tidak hanya untuk menggaet pembeli. Akan lebih efektif, Anda menjadi "pahlawan" bagi customer terlebih dulu.

Caranya? Bantu mereka menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Cara ini termasuk upaya untuk menemukan value propositions atau keunggulan produk Anda dibanding dengan kompetitor. Selain Anda mampu membuat campaign yang mengena, proses pemasaran pun akan semakin menguatkan kedudukan Anda di market.



Berhenti jualan!

Customer akan merasa jengah bila mereka selalu dijejali dengan beragam iklan. Mulai iklan televisi, media online, dan media luring. Iklan yang bersifat cold calling seringkali di-reject oleh customer.

With the development of newer technology and the internet, cold calling has gained some criticism. [Jeffrey Gitomer](#) wrote in a 2010 article for [The Augusta Chronicle](#) that "the return on investment on cold calling is under zero."^[4] Gitomer believes that cold calling will only annoy customers and will not attract business. Gitomer also believes that [referral marketing](#) is a better form of selling and [marketing](#).^[4] According to Gitomer, there are "2.5 basic understandings of a cold call".^[4]

- Cold calling is the lowest percentage sale call.
- Cold calling has a very high rejection rate.
- Multiple rejections can change the salesperson's mentality and make it more difficult to act friendly and complete calls.^[4]

Cold calling has also been used by scammers. One such example was when groups of impostors pose as members of the [Microsoft](#) support team. The impostors call several homes from a database of Microsoft owners. The Microsoft customers were then told that there was a virus on their computers, and in order to fix it, they had to download a specific program. The program gave access to the computer files for the impostors.^[6] In July 2006, a survey conducted by [Lactofree](#) determined that cold callers were the most annoying thing in the UK.^[7] Cold calling has been a hallmark in the proliferation of [boiler room](#) scams selling fraudulent investment and sports betting schemes from Australia's [Gold Coast](#).^[8]

Sebaliknya, para customer sebenarnya menginginkan beragam informasi yang membuatnya...

- menjadi smart buyer
- memiliki informasi lengkap mengenai produk atau layanan Anda
- mengetahui perbedaan antara bisnis Anda dan kompetitor

Ketiga hal tersebut perlu dipenuhi terlebih dulu supaya customer tidak merasa "dimanfaatkan" layaknya sapi perah. Customer based marketing fokus terhadap hubungan jangka panjang antara customer dengan bisnis (merk) Anda. Ia tidak terkonversi menjadi pembeli di hari ini, tetapi ia berpotensi menjadi core customer (menarik customer lain untuk membeli produk Anda).

Bergabunglah di dalam komunitas segmen bisnis

Supaya seluruh informasi relevan dengan segmentasi bisnis, buat seluruh content marketing berdasarkan "obrolan di forum-forum online". Di sini, tidak harus forum mengenai niche bisnis Anda. Gunakan beragam channel media sosial untuk mengetahui apa saja masalah dan ekspektasi customer Anda. Misalnya:

- Facebook page atau group
- Grup Telegram atau WhatsApp
- Twitter, atau bahkan
- Instagram

Selain menjadi silent reader di channel tadi, Anda pun harus terlihat. Buat atau bagikan informasi yang relevan dengan kebutuhan mereka. Alasannya?

Aberdeen Research Group recently released a study on social selling in which they revealed that sales reps who have leveraged social selling in their sales process are 79% more likely to attain their quota than those who don't use social selling in their sales process (15%). The industry average for sales reps that meet their quotas is only 43%.

Era digital reference mendorong setiap pemasar daring menjadi sumber informasi. Persaingan antar bisnis akan menciptakan keraguan bagi customer. Alhasil, customer membutuhkan informasi yang terpercaya sebagai pedoman sebelum mengambil keputusan.

Fokus pada value, bukan "revenue" semata

Revenue adalah tujuan campaign digital. Namun, bukan berarti demi revenue Anda menghalalkan segala cara. Setiap customer menginginkan hal terbaik pada sesuatu yang akan ia beli. Selaras dengan hal tersebut, Anda pun harus menjadi bisnis yang diekspektasikan seperti itu.

Nobody cares about what you do. Ultimately, they want to know what you can deliver. Instead of advertising your products and services, emphasize the direct benefits that your company is able to provide:

- Money saved
- ROI generated
- Time saved
- Happiness delivered

Untuk membangun bisnis seperti demikian, mulai dengan proses re-branding. Secara teknis, proses ini akan memerlukan 3 tahap:



Setidaknya, diperlukan upaya dari segala divisi untuk menciptakan brand. Hal pertama yang perlu dibenahi terkait hal ini yaitu soal mindset. Berhenti berpikir bahwa digital advertising dipergunakan untuk "menjual produk". Customer based marketing menjadikan "customer" sebagai "aktor utama". Penuhi apapun kebutuhan mereka (dari sisi informasi). Apabila segmentasi Anda sudah tepat, ia akan melakukan pembelian dengan sendirinya.