

7 Jenis content marketing yang mampu mengkonversi pengunjung jadi pelanggan dalam sekali baca



Dalam dunia digital marketing, mengkonversi pengunjung menjadi pembeli bukanlah hal mudah. Boleh saja konten Anda sangat menarik. Namun tetap tidak bisa menjamin pengunjung yang membaca konten tersebut akan menjadi pelanggan. Ada kalanya Anda harus melakukan optimalisasi berulang kali baru dapat mewujudkannya.

Kita ibaratkan digital marketing sebagai sebuah “hubungan”. Pertama yang perlu Anda lakukan adalah memperkenalkan diri. Dan, memberi kesan pertama mengagumkan agar pembaca “jatuh cinta pada pandangan pertama”. Ini penting. Bagaimana caranya?

Anda perlu membuat konten menarik nan berkualitas dengan headline judul yang menarik pula. Pastikan tema konten selalu “fresh”. Ditambah dengan gambar ilustrasi yang “mempermanis” konten. Berikut ini ada 7 jenis content marketing yang dapat Anda jadikan referensi untuk “merebut hati” pembaca.

Lead Generation Content yang “menarik” audien

Proses kreatif dan perencanaan matang sangat menentukan keberhasilan konten jenis ini. Anda harus menggunakan kreativitas untuk menemukan ide dan topik konten yang ingin diketahui oleh target Anda. Dengan kata lain, Anda perlu belajar bagaimana “membaca pikiran” mereka. Caranya?

Anda perlu melakukan pemikiran mendalam, mempelajari konten yang akan memberikan jawaban atas apa yang audien cari. Dalam sebuah studi kasus, sebuah perusahaan harus melakukan penelitian secara langsung untuk menyusun konten yang benar-benar baru. Materi yang segar cenderung menarik minat banyak orang. Kemudian bekerja sama dengan situs-situs publikasi terkenal untuk mengkampanyekan konten Anda. Posisi Anda akan menjadi “sumber” di sini. Dan, prospek potensial baru akan mulai berdatangan.

Posting Blog

Posting blog perlu dilakukan secara rutin. Kenapa?

- Setiap konten baru akan meningkatkan kemungkinan bertambahnya prospek baru
- Salah satu ukuran tanggung jawab Anda dapat diketahui lewat konsistensi posting blog

Bagi Anda yang menggunakan konten sebagai ujung tombak pemasaran, konsistensi posting adalah faktor penting yang perlu terus dijaga. Semakin banyak konten berkualitas yang Anda hasilkan, semakin banyak pertanyaan pengguna yang terjawab. Prospek yang dihasilkan pun semakin tinggi. Untuk membuat posting blog yang bagus, coba perhatikan ini:



BLOG POST DO'S AND DON'T'S



- **DO** create a publishing calendar.
- **DO** research keywords around your topic.
- **DO** answer questions your audience has turned to you for.
- **DO** provide concrete examples.

- **DON'T** write about topics not aligned with your services.
- **DON'T** be verbose for the sake of fulfilling a word count.
- **DON'T** include noncredible sources.

E-Books

Konten jenis ini adalah cara yang bagus untuk menjelaskan topik kepada pemirsa yang berminat tinggi. Namun sebelum Anda memutuskan untuk menyusun sebuah e-book, penting untuk memastikan topik yang diangkat dapat menarik banyak pengguna dan memang benar-benar dibutuhkan. Jangan sampai usaha Anda sia-sia atau salah sasaran.

SlideShare

SlideShare adalah cara yang mudah untuk mengunggah sebuah presentasi dan menjangkau banyak orang. Ini adalah cara lain untuk menyampaikan informasi agar tidak bosan dengan bentuk konten yang “itu-itu saja”. Sebuah studi kasus SlideShare berjudul 16 Takeaways From a Year of Marketing Research telah berhasil menghasilkan 1.200 views dalam sekali posting.



Atau salah satu contoh lain dari Rand Fishkin's SlideShares berikut ini:

53 people clipped this slide

An SEO's Checklist for Better Engagement:

- ☐ Content that Fulfills the Searcher's Conscious & Unconscious Needs
- ☐ Speed, Speed, and More Speed
- ☐ Delivers the Best UX on Every Browser
- ☐ Compels Visitors to Go Deeper Into Your Site
- ☐ Avoids Features that Annoy or Dissuade Visitors

78 of 127

Filling Gaps in Your Visitors' » [SEO in a Two Algorithm World](#)

206,580
views

Panduan komprehensif

Anda pasti memiliki konten andalan yang menarik begitu banyak prospek. Nah, manfaatkanlah ini. Kembangkan materinya. Gali lebih dalam dan buatlah sebuah panduan komprehensif yang membahas materi lebih detail. Kemungkinan besar audien akan semakin tertarik untuk menjadi pelanggan situs Anda. Langkah ini bisa Anda coba:



Use a platform such as BuzzSumo to see what's been published around a subject area.



Explore relevant industry publications to discover what people are interested in.



Pay attention to what content can be improved upon and what content gaps exist.

Lead Generation Content yang “mengkonversi” prospek

Untuk menciptakan konten jenis ini, Anda harus memiliki perbedaan dengan para kompetitor. Kalau bisa, jadilah yang terdepan. Anda harus menunjukkan bahwa Anda ahli dalam suatu bidang. Caranya? Anda harus menemukan topik baru yang menarik, melakukan penelitian secara langsung, kemudian mempublikasikan hasil penelitian tersebut. Cara ini juga ampuh untuk menarik kerja sama dari situs populer lainnya.

Studi kasus

Faktanya, orang akan lebih percaya pada studi kasus daripada hanya sekadar teori. Dengan sebuah studi kasus, ini akan menjadi bukti kesuksesan Anda menangani klien. Sehingga para audien menumbuhkan kepercayaan kepada Anda. Hasilnya, pelanggan baru. Sebuah studi kasus digital marketing telah saya bahas pada artikel sebelumnya berjudul **“Upaya Travelmath meng-engage segmentasi marketnya dalam 10 bulan”**.

Source:

<http://www.frac.tl/lead-generation-content-7-best-types/>

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