

Upaya user acquisition Sapio yang berbuah peningkatan persentase hingga 3.000%



Untuk mengakuisisi pengguna, tidak cukup hanya menggunakan konten yang bagus. Karena konten yang bagus belum tentu benar-benar dibutuhkan oleh pengguna. Agar tidak “salah sasaran” dan melakukan usaha yang sia-sia, Anda butuh lebih dari itu.

Minimal:

- Perlu tahu konten apa yang mereka baca
- Apa yang mereka inginkan
- Masalah apa yang sedang mereka alami

Intinya, Anda perlu menemukan audien yang tepat dan “terhubung” dengan mereka dengan cara yang tepat pula. Bagaimana caranya?

Kali ini saya akan mengambil studi kasus Sapio, sebuah aplikasi kencan yang berhasil meningkatkan jumlah pemasangan aplikasi mingguan mencapai **3.072% hanya dalam**

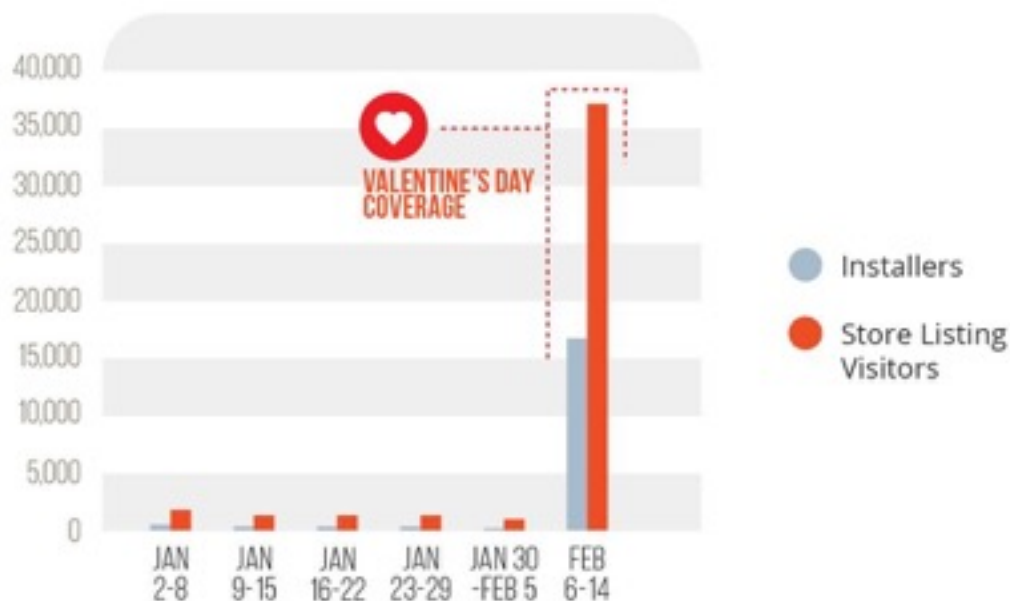
waktu lima minggu. Ada tiga taktik promosi utama yang mereka terapkan untuk mencapai hasil tersebut. Apa saja?

Pemanfaatan waktu yang tepat

Kunci pertama adalah memanfaatkan momentum yang tepat. Pada studi kasus ini, Sapio yang merupakan aplikasi kencan memanfaatkan momentum Valentine dengan sangat baik. Ini adalah kesempatan besar bagi mereka untuk meluncurkan kampanye promosi. Dengan melakukan liputan di berbagai media yang relevan, Sapio menganalisis setiap sudut pandang yang mungkin dapat “meledakkan” kampanye mereka. Ini keputusannya:



Setelah promosi diluncurkan, Sapio mendapat hasil yang cukup mencengangkan. Lonjakan terjadi tidak hanya pada jumlah pengunjung tetapi juga pada pengguna yang meng-install aplikasi mereka. Berapa jumlah pastinya? Coba lihat statistik ini:



Lebih dari itu, Sapio memperoleh liputan dari berbagai media berikut ini **hanya dalam waktu 2 hari**:

TECH TIMES

Macworld

Mashable



YAHOO!



THE HUFFINGTON POST



Bobot otoritas

Untuk menunjang hasil metode pertama tadi, Sapio menawarkan para pengguna dan media sebuah interview dengan co-founder Sapio yaitu Kristin Tynski. Metode ini sangat menarik bagi para publisher yang notabene selalu mencari sumber dengan otoritas tertinggi untuk konten mereka.



According to Kristin Tynski, Sapio's co-founder:



Sapiosexuals can't be simply defined as people who are only attracted to the highly intelligent. They're attracted to someone based on a matching level of intelligence, interests, conversation, drive, sense of humor. For many, defining oneself as sapiosexual has become statement against the current status quo of hookup culture and superficiality, where looks are prized above all else.

To match users, the app starts with 300 open-ended questions in its "question explorer." Yes, you read that right; 300.

Kemudian Sapio melanjutkan strategi mereka ke dalam sebuah penawaran produk:



Kristin Tynski, her wife Kelsey Libert, her twin brother Dan Tynski, and her brother-in-law Nick Santillo wanted to hone in on the specificity of the word with their app.

580



"Sapiosexuals can't be simply defined as people who are only attracted to the highly intelligent. They're attracted to someone based on a matching level of intelligence, interests, conversation, drive, sense of humor," Tynski told The Huffington Post. "For many, defining oneself as sapiosexual has become statement against the current status quo of hookup culture and superficiality, where looks are prized above all else."

Ada dua manfaat ketika Anda mempunyai seorang pakar yang memiliki otoritas untuk berinteraksi dengan media:

- Penulis lebih suka mewawancarai sumber yang memiliki kapabilitas. Hal ini akan mempermudah pekerjaan mereka. Jika mampu memenuhi kebutuhan ini, mereka akan cenderung “menyeret” Anda dalam konten mereka.
- Penulis cenderung menginginkan akses yang lebih mudah. Sediakan aspek ini dan Anda akan menjadi tujuan utama mereka ketika membutuhkan sebuah sumber interview.

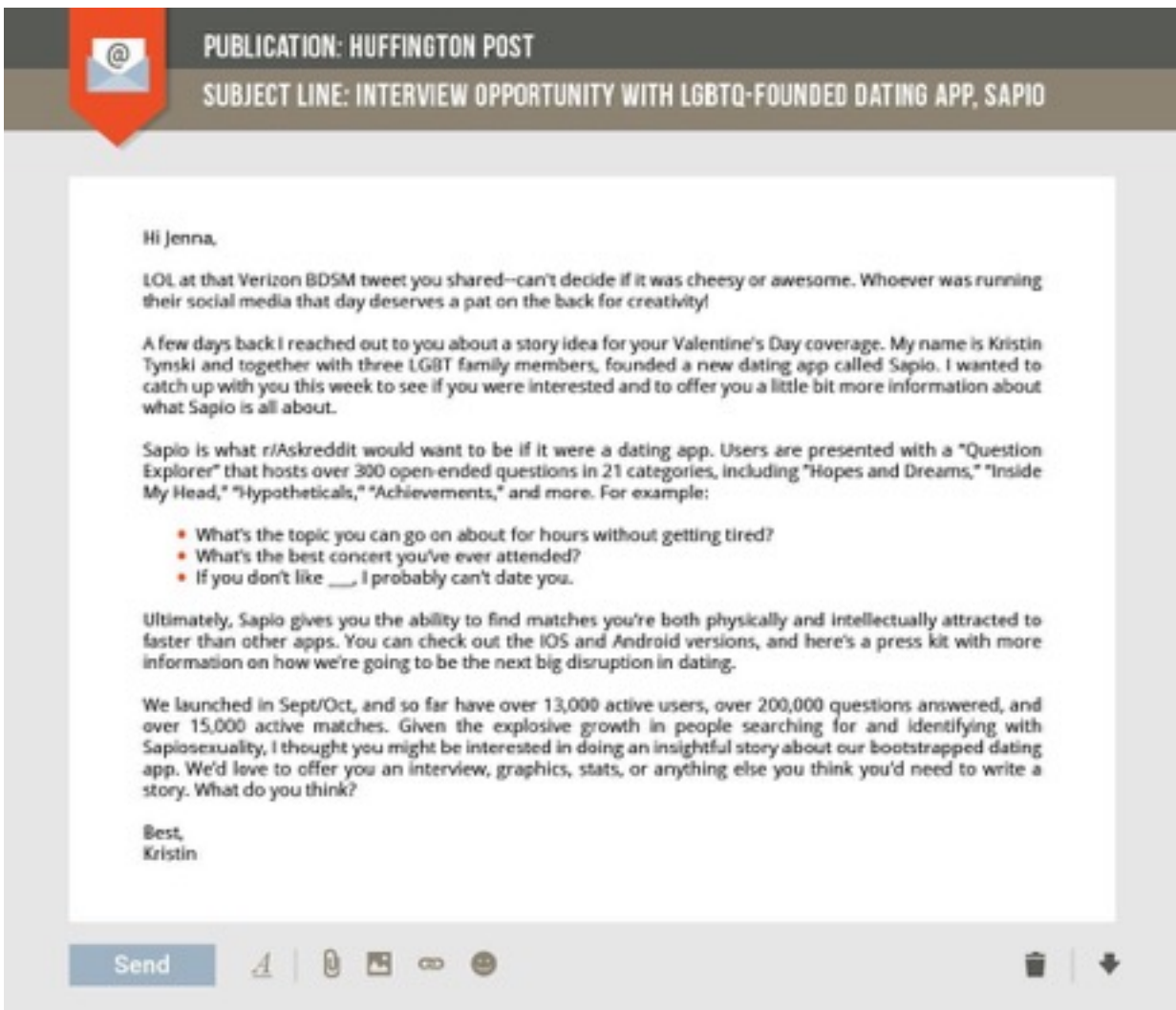
Setelah meluncurkan kampanye ini, reporter Toronto Star (yang merupakan salah satu surat kabar terbesar di Kanada) segera menghubungi tim Sapio dan meminta bantuan untuk mengadakan sebuah interview:



Personalisasi penawaran

Dalam studi kasus Sapio, dua metode sebelumnya perlu dikemas dalam sebuah “paket” penawaran yang elegan. Sapio memiliki prinsip bahwa mereka bukanlah sebuah bisnis yang bergerak pada bidang pengiriman email. Bisnis mereka tentang bagaimana membangun sebuah hubungan yang jujur antara satu orang dengan yang lainnya. Dan, Sapio berhasil membuat para publisher menghargai prinsip itu.

Mungkin Anda penasaran bagaimana bentuk penawaran yang dilakukan Sapio sehingga dapat menghasilkan liputan media. Semenarik apakah metode yang digunakan? Well, coba lihat yang berikut ini:



Akhirnya, dari studi kasus di atas, kita dapat mempelajari dan mengambil kesimpulan bahwa membuat strategi akuisisi pengguna yang kuat membutuhkan hal-hal berikut:

- Pemahaman terkait siapa target audien
- Penelitian terkait di mana para pengguna mengonsumsi konten secara online
- Jalin kerja sama dengan para publisher untuk mempermudah promosi brand
- Memberikan apresiasi kepada penulis sehingga konten Anda mendapat liputan media yang positif

Source:

<http://www.frac.tl/portfolio-item/user-acquisition-case-study/>

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