

Cara membuat influencer roundups supaya campaign berjalan optimal



Bisnis memerlukan upaya campaign efektif dan tidak memakan banyak waktu. Sejumlah pelaku bisnis ingin melakukan digital campaign seperti itu. Namun, masih banyak yang belum mengetahuinya. Berikut ini tips supaya online campaign berjalan singkat tetapi tetap efektif:

Buat timeline terlebih dulu sebagai framework campaign

Waktu adalah kunci. Anda bisa unggah konten pemasaran di waktu dan moment yang tepat.

Beberapa keuntungan yang kemungkinan akan Anda peroleh yaitu:

- Respons yang lebih baik dari influencer : Bila waktunya tepat, orang akan lebih bersedia untuk membicarakan acara atau liburan yang akan datang.
- Lebih banyak informasi : Orang akan mencari ide baru untuk liburan yang akan datang, jadi beri mereka wawasan dari banyak pakar.
- Perencanaan yang lebih mudah : Jika liburan dan acara sudah menjadi acuan konten Anda, proses pembuatan konten selanjutnya akan lebih mudah.

Berdasarkan momen liburan, berikut ini contoh timeline konten yang bisa Anda tiru:

A	B	H	I	J
		June	July	August
Annual trends	Time-Based / Seasonal	Graduation		Back to School
	Events (World)			
	Events (US)			
	Industry-Specific Events			
	Holidays (US)	Father's Day	4th of July	
	Professional Holidays			
	Fun Holidays			Be Kind to Humankind Week
One-Time Events	Product Launches		CTR Research	
	Key Milestones	100k Followers		
Marketing Campaigns	Content assets		CTR Whitepaper (pdf)	
	Articles			
	Promo support		Twitter chat on CTR	Newsletter content for BTS sale
	Campaigns	Twitter social media contest		

Berikut ini imbas dari timeline yang sudah dibuat sebelumnya:

J	K	L	M	N
August	September	October	November	December
Back to School		Flu		
		World Cup		
			Pubcon	
	Labor Day	Halloween	Thanksgiving	Christmas/ Hanukkah
		Customer Service Week		
Be Kind to Humankind Week				
	10 Year Anniversary			
	Our visual story (+video?)	Roundup: Customer-service funny stories (from team)	Expert interview with Pubcon speakers: "What are you thankful for?"	
Newsletter content for BTS sale		Newsletter to all clients	#Pubcon hashtag promotion	Year in Review

Supaya konten mampu menjangkau lebih banyak audience, Anda perlu merencanakan minimal 2 bulan sebelum waktu distribusi konten. Hal-hal yang perlu dilakukan meliputi:

- mengumpulkan bahan,
- menghubungi influencer,
- merancang konten,
- membuat konten (teks, visual, atau audio),
- menyebarluaskan konten

Selain itu, proses distribusi konten ini bisa berjalan lebih lancar lagi dengan mengimitasi contoh berikut ini:

August 2017			
Mon	Tue	Wed	Thu
31	Aug 1 Choose Roundup Topic	2	3
7 Reach Out to Influencers	8	9	10

Dari ilustrasi di atas bisa dijelaskan bahwa pada...

August 1: Proses wawancara terhadap influencers, tetapi masih sebatas rancangan. Yang harus Anda tentukan pada proses ini yaitu "apa topik utama pada campaign?".

August 7: Jalin komunikasi dan hubungan positif dengan influencer. Apabila sudah memiliki daftar influencer, jangan berhenti untuk menambah koneksi. Reach out sebanyak mungkin influencer di sekitar Anda.

Apabila hal di atas sudah Anda jalankan, maka proses selanjutnya yaitu...

Wed	Thu	Fri	Sat
30	31	Sep 1 Follow Up with Influencers	2
6	7	8	9
13	14	15 Create Roundup Article	16
20 Create Secondary Content Design Graphics	21	22	23

September 1: Coba hubungi kembali influencer yang tidak merespon email atau message Anda. Pastikan menggunakan bahasa yang sopan dan tidak terkesan memaksa. Anda bisa menghubungi para influencer melalui email atau message di media sosial yang bersangkutan.

15 September: Silakan merinci topik konten menjadi beberapa subtopik. Temukan kutipan singkat yang paling kuat di setiap subtopik sebagai kutipan di media sosial. Kutipan ini juga akan dimanfaatkan sebagai penanda influencer mana yang akan mendistribusikannya.

20 September: Rancang kutipan dan grafik visual. Anda bisa memperoleh data untuk setiap topik atau subtopik melalui infografis, deck SlideShare, dll. Proses ini merupakan upaya memvisualisasikan konten untuk mempermudah influencer dalam distribusi dan/atau audience untuk memahami substansi campaign.

3 Oktober: Upaya selanjutnya yaitu memberi "kesempatan" bagi para influencer untuk mendistribusikan konten milik Anda. Cara termudah untuk mem-follow up para influencer ini yaitu....

- Kirim email ke semua influencer yang berpartisipasi,
- Lampirkan kutipan visual yang berbeda bagi setiap influencer,
- Beri tahu mereka mengenai bagian mana yang perlu diterbitkan,

- Dorong mereka agar segera membagikannya di media sosial dan/atau memberi "panggung" mengenai topik tersebut di media sosial.

Dan, masih ada dua proses selanjutnya yaitu:

- Riset terlebih dulu untuk menemukan daftar pertanyaan paling dicari audience
- Kumpulan struktur konten yang tersebar di media online

Tertarik menyimak step selanjutnya mengenai topik influencer ini? Ceritakan kebutuhan digital campaign Anda terlebih dulu di halaman ini. Saya tunggu!