

9 alasan kenapa content marketing Anda tak mendapat atensi positif dari audiens



Anda pasti pernah (atau sering) membuat konten “berkualitas tinggi” tapi ternyata atensi audiens tak sesuai ekspektasi. Usaha yang dilakukan tidak sepadan dengan hasil yang didapatkan. Padahal, semua trik untuk menciptakan konten berkualitas tinggi telah dilakukan. Mulai dari menambahkan statistik, demografi, foto, hingga video.

Kemudian Anda cek Instagram, melihat akun dengan posting “seadanya” tapi audiensnya luar biasa. Anda mulai berpikir, apa yang salah di sini? Banyak alasan kenapa konten marketing tidak mendapat atensi sesuai ekspektasi. Coba lihat yang berikut ini, mungkin Anda temukan salah satunya:

Sudah ada konten sejenis di “lingkungan” Anda

Ini adalah salah satu alasan pentingnya sebuah analisis kompetitif. Boleh jadi konten Anda berkualitas tinggi, tapi jika audiens telah menemukannya dari tempat lain, maka usaha akan sia-sia. Kalau sudah begini, bagaimana konten Anda akan menonjol? Jadi, analisis kompetitor di sekitar Anda, jangan ciptakan konten yang sudah ada.

Konten tidak mengandung pesan nyata

Kesalahan ini juga sering dilakukan banyak orang. Di mana tema konten yang sebenarnya bagus, tapi pesannya tidak sampai ke audiens. Sebelum Anda memposting konten, pastikan dulu bahwa nantinya audiens bisa membawa pulang sesuatu setelah membacanya.

Anda tidak melakukan praktik terbaik

Jangan gunakan cara instan untuk melakukan kampanye marketing. Misal, berbagi konten dari IG ke Facebook hanya dengan klik “share”. Cobalah berusaha lebih keras, kemas kontennya dengan lebih baik. Perhatikan juga hashtag yang sesuai jika memang menggunakan ini.

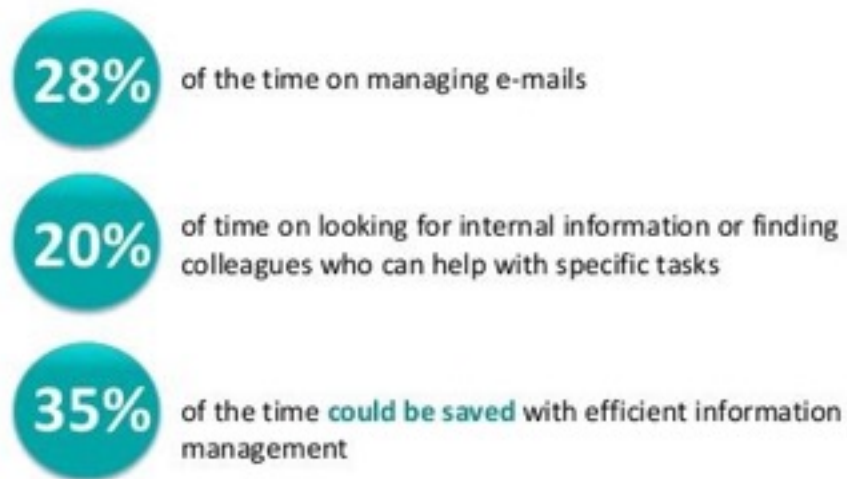
Anda tidak pernah berkolaborasi

Coba Anda ubah pola pikir bahwa audiens hanya perlu “mencari kemudian menemukan Anda”. Prinsip ini kurang tepat. Sesekali Anda perlu berkolaborasi dengan orang lain untuk menjangkau audiens lebih luas. Ini adalah salah satu cara terefektif untuk mendorong pertumbuhan bisnis.

Why collaboration?

Reports & Statistics

How is the average workweek spent?



** According to McKinsey&Co*

Tidak memahami audiens

Berhentilah berpikir bahwa Anda tahu apa yang audiens butuhkan. Mulailah lihat statistik. Perhatikan baik-baik pola perilaku mereka. Konten seperti apa yang mendapat lebih banyak perhatian, lebih banyak dibagikan, dan lebih banyak disukai. Itulah yang benar-benar mereka butuhkan. Sederhana.

Tidak konsisten

Pernahkan Anda mencoba untuk menciptakan konten viral? Memang bagus untuk “menyedot” perhatian audiens, tapi hanya dalam waktu sesaat. Setelah itu, semua menghilang. Jangan lakukan ini. Satu-satunya cara untuk mendapatkan perhatian dari audiens yaitu dengan menciptakan konten berkualitas secara konsisten (dari waktu ke waktu). Jika Anda berhenti pada satu titik dan merasa puas dengan pencapaian, bersiaplah untuk kehilangan audiens secara perlahan.

Tidak lebih baik dari yang kemarin

Artinya, kualitas konten yang Anda ciptakan tidak mengalami peningkatan. Flat. Yang perlu diketahui, audiens ingin berkembang bersama Anda. Mereka ingin menjadi sosok yang lebih baik dari hari ke hari, begitu pula harapan mereka terhadap konten yang Anda sajikan.

Konten kurang “bernilai”

Jika situs Anda bukan tujuan utama audiens di dunia, berarti perlu adanya usaha ekstra. Mulailah dari menganalisis pesaing. Seperti apa konten yang mereka sajikan. Kemudian langkah selanjutnya Anda perlu membuat sesuatu yang lebih “valueable” dari itu. Lampau para kompetitor.



Tidak mengajarkan apa pun kepada audiens

Alasan ini mungkin yang paling sering dilupakan oleh kebanyakan orang. Begini, orang mengunjungi situs Anda karena mereka ingin belajar hal-hal baru setiap harinya. Jadi, sekadar posting tidak akan cukup. Anda perlu “mengajari” audiens tentang sesuatu yang berbeda setiap waktu. Sesuatu yang belum diketahui. Itulah alasan audiens mengunjungi situs Anda. Belajar.

Source:

<https://hackernoon.com/9-reasons-nobody-pays-attention-to-your-content-you-need-to-hear-this-77bbcd01faa0>

<https://www.slideshare.net/>

<https://blueprintfilm.co.uk/video-marketing-top-marketing-statistics-of-the-year/>
<https://www.pexels.com/>