

Sukses Bisnis *Online Shop* di Instagram

Business Foundation

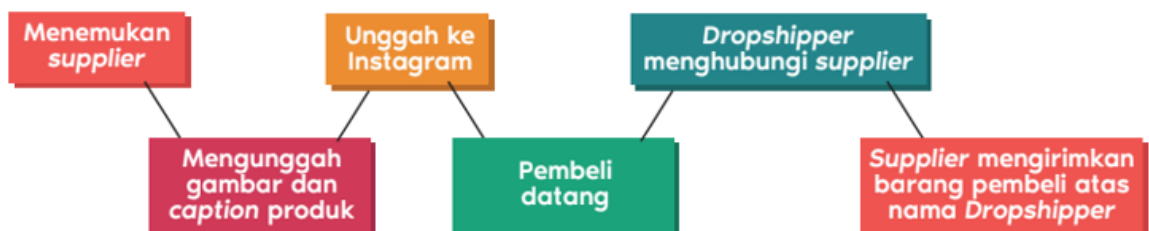
- ❖ **Alasan instagram cocok sebagai platform *online shop***
 1. Market Instagram di Indonesia sangat besar
 2. Instagram dapat berfungsi sebagai katalog produk penjualan
 3. Customer di Indonesia mudah percaya dengan *Online shop* di Instagram
 4. *Image Brand Lifestyle* di Instagram sangat kuat
- ❖ **Mindset penting untuk mendukung kesuksesan *online shop***
 1. *Start Small & Think Big*
 2. Fokus ke satu kategori bisnis
 3. Berpikir Jangka Panjang
 4. Pastikan melakukan perencanaan
 5. Buat Strategi pemasaran untuk penjualan
 6. Tetapkan *Goal* utama dari *online shop*
- ❖ **Cara membuat *goals* yang benar dari *online shop***
 1. Goal harus konkret
 2. *Goal* harus punya limit
 3. *Goal* harus ditulis dan bisa dilihat setiap hari
 4. *Goal* yang besar harus punya Milestone
 5. Rancang *goal* dalam kurun waktu harian, bulanan, dan tahunan

Product Sourcing

- ❖ **Menemukan produk yang tepat untuk dijual**
 1. Tentukan produk terlebih dahulu kemudian suppliernya
 2. Pastikan produk sesuai dengan *passion*
 3. Cari produk yang sudah laku, dan lihat kekurangannya
 4. Cari produk yang membuat anda selalu ingin membelinya
 5. Cari produk yang membuat rajin merisetnya sebelum membelinya
 6. Cari supplier produk mulai dari orang terdekat
- ❖ **3 tipe penjual di *online shop***

1. *Dropshipper*

Dropshipper adalah tipe penjual *online* yang menjajakan gambar produk yang diunggah di *marketplace*, khususnya Instagram. Alur kerjanya seperti berikut :



Kelebihan *Dropshipper*

- a. *Dropshipper* mengeluarkan modal yang cenderung kecil
- b. Tidak membutuhkan tim besar; mulai dari diri sendiri

Kelemahan *Dropshipper*

- a. Harga tidak mengikat konsumen / pembeli
- b. *Dropshipper* tidak memiliki kontrol apapun terhadap produk yang dipasarkan
- c. *Dropshipper* tidak memiliki jaminan bahwa pengiriman produk akurat

2. **Reseller**

Reseller adalah penjual yang membeli produknya lebih dahulu, kemudian dijual kembali.

Kelebihan *Reseller*

- a. *Reseller* dapat mengontrol harga dibandingkan *dropshipper*
- b. *Reseller* memiliki control parsial, khususnya pada proses pengiriman
- c. *Reseller* membantu penjual untuk lebih berkomitmen karena mengeluarkan modal lebih besar

Kelemahan *Reseller*

- a. *Reseller* mengeluarkan modal lebih besar dibandingkan dengan *dropshipper*
- b. *Reseller* membutuhkan setidaknya 1 tim kecil (admin, karyawan gudang, tim packing) untuk memaksimalkan aktivitas penjualan
- c. *Reseller* tidak memiliki kontrol produksi barang yang dijual

3. **Produsen**

Produsen adalah tipe penjual yang mengerjakan proses produksi barangnya sendiri hingga siap didistribusikan

Kelebihan *Produsen*

1. Produsen memiliki kontrol penuh terhadap barang yang diproduksi untuk dipasarkan
2. Menjadi produsen meningkatkan citra positif *online shop* di mata industri, khususnya perbankan

Kelemahan *Produsen*

1. Produsen membutuhkan jumlah karyawan yang lebih banyak daripada *dropshipper* dan *reseller*
2. Produsen membutuhkan modal yang lebih besar dibandingkan sistem penjualan *online* lainnya.

Online shop Content

Update status itu butuh **konten**, maka dari itu **konten** penting

Update status = membuka toko

❖ **Jenis-Jenis konten yang dapat diposting**

1. *Product Shot*

Product Shot yaitu foto/gambar produknya langsung. Product shoot terdiri 2 jenis :

a. *Single product*

Contohnya 1 buah produk botol



b. *Group of product*

Contohnya kumpulan produk saus



2. *Model shot*

Model shot yakni foto shot brand namun menggunakan model.



3. *Endorsment*

Foto dari Brand yang digunakan oleh *influencer-influencer*.



4. *Graphic Design*

Dapat berupa *vector* atau hasil desain grafis namun konsisten menggunakan *palette* warna yang sesuai dengan warna brand produk.

5. Kupon

Digunakan untuk menarik *awareness customer*



6. *Behind the scenes*

Gambaran visual mengenai kejadian di balik kegiatan produksi.

7. Testimoni

Bisa berupa screenshot testimoni pelanggan.

8. *Giveaway*

Berikan *giveaway* berupa hadiah yang menarik



❖ **Konten yang baik di *Online shop***

1. Konten harus *In Sync* dengan *branding*
2. *Caption* harus disesuaikan dengan *branding*
3. Warna, *font*, dan *style* juga sinkron dengan *branding*

4. Pilih *influencers* yang sesuai
5. Gunakan *Content Calendar* untuk manage konten.

❖ **Cara mencari waktu yang tepat untuk unggah konten**

1. Pelajari waktu *posting* kompetitor Anda
2. Cari kompetitor yang aktif atau sudah terkenal
3. Hindari waktu *posting* yang bersamaan dengan kompetitor
4. Pastikan waktu *posting* Anda lebih dulu dibandingkan kompetitor
5. Sesuaikan waktu *posting* dengan waktu *online customer*
6. Waktu *online customer* dapat diketahui melalui riset *customer*
7. *Posting* setidaknya 1 kali sehari

❖ **Membuat profil *online shop* yang baik**

1. Buat Username yang baik dengan ketentuan
 - Pilih nama yang mudah diingat
 - *Username* sebaiknya satu atau dua suku kata saja
 - Hindari penggunaan garis bawah
 - *Username* dapat menggunakan titik dan emoji
2. Buat *keyword* yang mudah
3. Jangan lupa masukkan kontak anda
4. Gunakan *website (linktree)* untuk menautkan *multi-links*

❖ **Konten foto dan video menarik untuk *online shop***

Pengambilan foto & video dapat menggunakan kamera HP, DSLR, maupun menggunakan jasa *professional (Photoshoot Agency)*.

Perbandingan antara *take foto/video* sendiri dengan menggunakan *Photoshoot Agency*

| Hire Model dan Fotografer Sendiri | Menggunakan Management |
|---|--|
| 1. Bisa Foto Sepuasnya 2. Lebih Mahal 3. Harus Repot Mengatur Dalam Konsep. | 1. Foto Dipilih dan Terbatas; 2. Lebih Murah; dan 3. Tidak Perlu Repot Koordinasi; All In One. |

Jenis-jenis video di Instagram

1. Video *feed*, durasi maksimal 1 menit
2. Video *stories*, durasi maksimal 15 detik
3. Video IG TV, durasi maksimal 30 menit
4. *Instagram Live*

❖ ***Caption* menarik untuk konten di Instagram**

Caption adalah deskripsi yang muncul di bawah unggahan konten di Instagram.

Cara membuat *caption* yang menarik

1. Buat *caption* seakan-akan menceritakan produk anda
2. Berikan kesan sentuhan pribadi (*personal touch*) pada *caption*
3. Berikan alasan untuk *customer* membeli produk pada *caption*
4. Berikan ekspektasi kepada *customer* jika membeli produk tersebut
5. Tuliskan fitur-fitur produk yang anda jual pada *caption*
6. Tuliskan prosedur pembelian produk pada *caption*
7. Berikan info jika produk terbatas

Promoting Online shop

❖ Tips mempromosikan Online shop

1. Sebelumnya lakukan riset competitor
2. Pelajari cara kompetitor melakukan promosi
3. Promosi dapat dilakukan melalui konten, iklan, dan *endorsement*
4. Buat *Influencers* dan *followers* menggunakan *hashtag* yang sama agar konten menjadi *trending topic*.
5. Gunakan *content calendar* untuk menjadwalkan konten promosi
6. Promo diumumkan sebaiknya 1-2 minggu sebelum hari puncaknya.

❖ Organic vs Paid Ads

- *Organic* merupakan promosi dengan berbasis konten yang bagus tanpa *Ads* (Berbayar)
- *Paid ads* merupakan iklan berbayar untuk membantu promosi *online shop*
- Dalam melakukan promosi sebaiknya gunakan *organic* dan *paid ads* secara bersamaan

❖ Endorse

Endorse adalah membayar *influencer* untuk mempromosikan produk atau jasa brand anda.

Jenis-jenis Instagram Influencer

1. *Mega influencer*, memiliki jutaan pengikut di Instagram
2. *Macro influencer*, memiliki lebih dari 500 ribu pengikut di Instagram
3. *Micro influencer*, memiliki 100 – 500 ribu pengikut di Instagram
4. *Nano influencer* memiliki kurang dari 50 ribu pengikut di Instagram

Cara memilih Influencer yang tepat untuk endorse

1. Cek kecocokan komunitas penggemar *influencer* dengan produk Anda
2. Pilih *influencer* dengan *engagement rate* yang cukup tinggi

❖ Automation

Automation adalah sebuah aktivitas harian untuk mendukung memaksimalkan penggunaan Instagram bisnis dan dijalankan oleh *Bot* secara otomatis.

Tips Menggunakan Automation

1. Memasukkan #hashtag pada konten yang ingin Anda otomatisasi di Instagram
2. Gunakan otomatisasi untuk *follow*, *like*, dan *unfollow* pengguna lainnya
3. Gunakan otomatisasi juga untuk Auto *reply Direct Message (DM)* yang masuk
4. Otomatisasi juga dapat dilakukan untuk mengunggah konten secara otomatis
5. Jangan otomatisasi untuk komentar *online shop* Anda

Manage Customer orders

❖ **Menyiapkan Customer Service**

Menyiapkan *customer service* bertujuan untuk membantu pelayanan pada pelanggan. Diharapkan *customer service* dapat merespons pesanan (*Take order*) serta meyakinkan calon *customer* untuk membeli (*Closing*).

Cara Merespons Pesanan

1. Gunakan sapaan yang sewajarnya ketika menerima pemesanan
2. Siapkan *template* pesan yang mudah disalin untuk beragam *chat* pelanggan
3. Berikan pilihan produk di akhir percakapan kepada pelanggan
4. Jika ada pelanggan *complain*, pikirkan cara menanggapi *complain* pelanggan dengan bijak

❖ **Template chat untuk Customer Service**

1. Sapaan netral untuk semua *customer*
2. Akhiri percakapan dengan pertanyaan tertutup
3. Berikan penawaran promosi pada pesan penutup
4. Pastikan gaya pesan dan sapaan sesuai dengan produk Anda
5. Gunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar untuk memberi kesan profesional
6. Hindari penggunaan singkatan yang membingungkan *customer*
7. Hindari menggunakan emoji berlebihan

❖ **Platform Chat untuk Customer Service di Online shop**

1. *Line@*
 - Memiliki halaman khusus untuk diikuti orang lain
 - Memiliki *timeline* yang dapat diisi beragam konten produk
 - Praktis untuk menyebarkan promo produk dan *online shop*
 - Gunakan *Line@* jika target audiens Anda remaja dan dewasa muda
2. *WhatsApp*
Gunakan *WhatsApp* jika target audiens Anda berusia lebih tua dan dari kalangan profesional
3. *Website chat*

Manage Customer orders

❖ **Cara alternatif mengembangkan Online shop Instagram**

1. Jalin kerja sama dengan *brand online shop* Instagram sejenis lainnya
2. Membangun *pop-up store* dan *flag store*

Keuntungan *Pop-up* dan *Flag Store*

1. Memudahkan brand Anda lebih dikenal banyak orang
2. Meningkatkan kepercayaan para pelanggan

❖ Tips mempertahankan bisnis *Online shop*

1. Fokus dalam menjalankan bisnis!
2. Fokus pada 1 kategori minimal 1 tahun!
3. *Face the problem, face the challenge!*
4. Lakukan investasi
5. Gigit menjalankan bisnis *online shop* Anda
6. Kreatif dan inovatif meski tidak orisinal
7. Konsisten membangun konten