

A PRESENT FROM DEWANGGA



SMART SALES FUNNEL

STRATEGI BISNIS ANTI STUCK



KENAPA BISNIS STUCK?

Saat Ebook ini ditulis, usia entrepreneurID sudah hampir mencapai 4 tahun. Bagi yang belum kenal entrepreneurID itu apa, sederhananya entrepreneurID adalah gerakan yang dibentuk dengan tujuan memberikan manfaat ke sesama pengusaha, khususnya pengusaha pemula.

Dalam perjalanannya, Alhamdulillah atas ijin Allah kami sudah memberikan edukasi ke lebih dari 50.000 orang, menyelenggarakan program pelatihan premium ke lebih dari 25.000 orang, dan memiliki jaringan Agen lebih dari 5.000 orang diseluruh Indonesia.

Nah dari pengalaman selama itu, sepanjang Saya dan tim menemani petualangan teman-teman membesarkan bisnis mereka, ada 1 teka-teki yang coba kami pecahkan.

Ya, teka-teki yang membuat kami penasaran yaitu . . .

“Apa yang menyebabkan bisnis bisa terus TUMBUH dan apa yang menyebabkan bisnis bisa STUCK?”

Sedikit bercerita, beberapa orang yang mengikuti program kami mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Atas ijin Allah,

- ☑ Ada yang bisnisnya melesat banget dari yang semula gak ngerti apa-apa,
- ☑ Ada yang omsetnya menyentuh ratusan juta dari yang semula hanya bisa dapat ratusan ribu, dan bahkan
- ☑ Ada yang penghasilannya naik jadi berkali-kali lipat dari penghasilan sebelumnya.

Tapi walaupun begitu, diluar sana ada juga teman-teman yang mungkin kurang beruntung. Walaupun sudah jalan lama, bisnis mereka tidak ada perkembangan. Bulan berganti bulan, bisnisnya gak jalan-jalan alias gerak ditempat. Masalahnya masih sama, pencapaiannya masih sama, tidak ada perubahan. Kenapa bisa begitu?

Kenapa ada yang berhasil membuat bisnisnya terus tumbuh, tapi diwaktu yang sama, ada yang bisnisnya stuck??



Bahkan sering sekali Saya menemukan, ada 2 orang yang mulai bisnisnya disaat bersamaan, tapi setelah waktu berlalu pencapaian satu sama lainnya berbeda. Katakan saja dalam waktu 2 tahun, si A bisnisnya sudah kemana-mana, sedangkan si B seperti belum dapat apa-apa.

Kenapa bisa begitu? Apakah situasi yang sama sering Anda saksikan atau bahkan Anda alami sendiri?

Lama Saya mencari tahu penyebabnya, dan sekarang di ebook ini Saya ingin menjelaskan salah satu penyebab bisnis stuck, dan sekaligus solusinya. Mau?

Kalau begitu, lanjut kehalaman selanjutnya ya.

Boleh Anda catat dan ingat-ingat. Jika ada situasi dimana seseorang membangun bisnisnya dari nol, tapi setelah waktu berlalu lama, bisnis tersebut tidak menghasilkan apa-apa, maka salah satu kesalahan yang dilakukan pengusahanya adalah **SALAH FOKUS**.

“Masalah Dalam Bisnis Muncul, Salah Satu Penyebab Utamanya adalah Karena Pemilik Bisnisnya Salah Fokus”

Saya dan tim entrepreneurID menarik kesimpulan ini setelah kami mengamati dan berinteraksi dengan banyak teman-teman pengusaha yang masalah dalam bisnisnya tidak selesai-selesai.

Wajar masalah dalam bisnisnya gak selesai-selesai, karena memang pengusahanya tidak fokus menyelesaikan masalah tersebut. Mereka tidak berhasil menemukan apa yang salah dan apa yang harus diperbaiki karena fokusnya menyebar, fokusnya ada ditempat yang salah, bahkan ada yang tidak fokus sama sekali.

Sekarang, sebelum lanjut ke halaman berikutnya, mari kita koreksi diri masing-masing. Jika ada yang merasa masalah dalam bisnisnya tidak selesai-selesai, mungkin fokusnya harus diperbaiki.

Hayoooo, hehe

LANTAS HARUS FOKUS KEMANA?

Jika pertanyaannya seperti itu, tentu jawaban untuk setiap bisnis berbeda-beda. Beda bisnis, beda masalahnya, dan otomatis beda fokusnya. Tapi walaupun begitu, lewat ebook ini Saya ingin menyampaikan kepada Anda bahwa dalam bisnis, ada **“1 HAL PENTING”** yang harus jadi fokus Anda.

Anda boleh fokus di beberapa hal, tapi jangan sampai lewatkan 1 hal ini. 1 hal ini sangat-sangat penting, sampai-sampai jika ada pengusaha yang bisnisnya tidak fokus ke hal ini, itu bisa jadi masalah untuknya. Ya, begitu tidak fokus ke hal yang akan Saya jelaskan, otomatis bisnisnya masuk ke lautan masalah.

Hal apakah yang Saya maksud??

Saya ingin berwasiat kepada Anda bahwa saat berbisnis, salah satu hal yang wajib jadi fokus Anda adalah

“MEMPERBANYAK PELANGGAN”

Kesalahan mereka yang saat ini bisnisnya stuck, tidak ada peningkatan, bahkan babak belur adalah karena mereka tidak fokus memperbanyak pelanggan.

Masih banyak orang yang menjalankan bisnis, tapi fokusnya hanya memperbanyak pembeli. Sebelum dapat pembeli, ngejar-ngejar setiap hari. Eh giliran dagangannya dibeli, malah lupa sama pembelinya. Ada yang begitu?

BANYAK ! hehehe

Mohon maaf, banyak orang yang cara berbisnisnya *Hit and Run*. Alias yang penting dapat pembeli. Terserah mau pembelinya puas atau tidak, yang penting uangnya orang lain sudah masuk ke rekening. Ini cara berbisnis yang salah.

Pada dasarnya pembeli dan pelanggan adalah 2 hal yang berbeda. Pembeli itu adalah orang-orang yang membeli 1 kali, sedangkan pelanggan adalah orang-orang yang membeli berkali-kali.

Cari pembeli memang penting, tapi jangan stop sampai sana. Setelah dapat pembeli, pembeli lamanya dirawat sampai jadi pelanggan. Dari beli hanya 1 kali, jadi beli berkali-kali.

Buat apa memperbanyak pelanggan?

Ini rahasianya ya. . . .

Bisnis yang memiliki banyak pelanggan, cenderung **“LEBIH STABIL”** dengan bisnis yang hanya cari pembeli.

Koq bisa?? Gimana tuh penjelasannya??

Saya pakai ilustrasi ya.

Anggap saja bisnis seperti manusia. Nah, untuk bertahan hidup manusia butuh makan berkali-kali. Anda makannya berkali-kali kan? Gak cuma sekali kan? Apa yang terjadi kalau Anda makan hanya 1 kali dalam seminggu?

Pasti akan berubah status, dari manusia, jadi tutup usia, hehe.



Sama seperti manusia yang butuh makanan, bisnis juga begitu. Kalau dalam bisnis, makanan itu adalah transaksi alias penjualan. Kalau ada transaksinya, maka bisnis akan terus hidup.

Saat ada transaksi, maka ada uang masuk kedalam bisnis. Dari uang masuk itu roda bisnis berputar. Bisa stock produk, bayar gaji karyawan kalau ada, dan sejenisnya. Nah, kalau gak ada uangnya bagaimana? Ya bisnis jadi sakit. Roda bisnisnya macet, bisa berhenti atau paling tidak jalannya pelan.

Sampai sini paham?

Bagus, kita lanjut.

Inginnya kita sebagai pengusaha, tentu roda bisnis jalan terus kan? Dan untuk bisa seperti itu, disinilah perannya pelanggan. Pelanggan akan mensupport bisnis Anda agar terus berjalan. Mereka akan memasukan uang ke bisnis Anda karena mereka membeli berkali-kali. Karena terjadi transaksi terus-terusan, akhirnya bisnis jadi sehat wal afiat, hehe.

Sebaliknya, bisnis yang tidak punya pelanggan akan kesulitan berjalan. Bahasa Saya, bisnis tanpa pelanggan itu gak stabil alias labil. Coba perhatikan deh, bisnis-bisnis yang tidak fokus dengan kehadiran pelanggan. Mereka cuek mau ada pelanggan atau tidak. Padahal pelanggan ini adalah hal penting dalam kelangsungan hidup sebuah bisnis. Begitu diabaikan, maka siap-siap akan kedatangan masalah.

Jadi sudah tau kan harus fokus kemana?

Ya benar, perbanyak pelanggan.

“Jangan Cuma Cari Pembeli, Tapi Targetnya Harus Perbanyak Pelanggan”

Kalau dijabarkan lebih dalam, keuntungan memiliki pelanggan antara lain

- ✓ Akan ada orang yang terus menerus membeli produk Anda
- ✓ Anda tidak akan kelelahan mencari pembeli baru terus-terusan
- ✓ Pemasukan bisnis Anda tidak hanya dari pembeli
- ✓ Anda tidak akan kesusahan menjual produk baru

Hm. . . sebenarnya masih banyak keuntungan lainnya, tapi segitu aja dulu ya, Saya capek nulisnya, hehe.

Jadi, sekali lagi cara berfikirnya harus benar.

Cari pembeli baru secepat mungkin, kemudian ubah mereka jadi pelanggan. Apapun bisnis Anda, tabung pelanggan sebanyak mungkin jika ingin bisnisnya tumbuh. Kalau mau tumbuh ya, kalau gak mau ya lakukan sebaliknya, hehe.

Jika ada yang tidak punya pelanggan sama sekali, maka setiap saat dia akan dituntut untuk mencari pembeli baru agar bisnisnya terus jalan. Nanti ujung-ujungnya, itu akan membuat pengusahanya kelelahan. Karena mencari pembeli baru, itu butuh energi yang tidak sedikit. Padahal menjaga pembeli lama itu jauh lebih mudah daripada mencari pembeli baru lho.

Ah, rugi sekali dia yang hanya cari pembeli doang, tapi lupa mengubah pembelinya jadi pelanggan. Dia orang lain lho ya, bukan Anda, hehe

CARANYA?

Salah satu style Saya saat menyampaikan ilmu adalah Saya orangnya gak suka setengah-setengah, apalagi seperempat-seperempat (apa sih, hehe).

Karena Saya sudah jelaskan bahwa salah satu hal yang perlu jadi fokus seorang pengusaha adalah memperbanyak pelanggan, maka sekarang Saya mau jelaskan gimana caranya memperbanyak pelanggan versi Saya. Anda mau tau?

Strategi ini sebenarnya adalah strategi yang Saya pakai dalam bisnis Saya. Karena strateginya ampuh, Saya ingin Anda juga coba strateginya kedalam bisnis Anda. InsyaAllah, dengan ijin Allah kalau cara menerapkan strateginya tepat, nanti pelanggan bisnis Anda lama-kelamaan akan semakin banyak. Mau begitu?

Lalu apa strateginya?

Nama strateginya adalah **“SALES FUNNEL”**

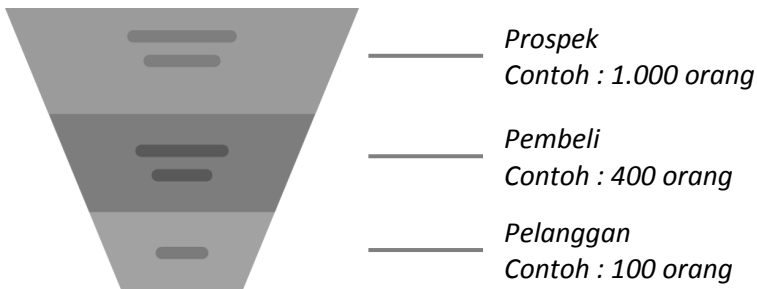
Apa itu Sales Funnel? Makanan apa itu? Enak gak?

Hush, itu bukan makanan, hehe.

Sederhannya, Sales Funnel adalah sebuah strategi untuk mendapatkan penjualan yang maksimal dengan cara menggiring prospek berpindah dari satu kondisi ke kondisi lainnya. Disebut funnel karena strateginya berbentuk corong, yaitu mengerucut kebawah.



Prospek yang awalnya banyak, mengerucut jadi pembeli. Kemudian pembeli digiring untuk mengerucut membeli produk berikutnya. Saat proses ini, tentu saja jumlah pembeli produk selanjutnya tidak sebanyak jumlah pembeli produk pertama. Seperti inilah ilustrasi Sales Funnel bekerja. Atau dalam ebook ini Saya akan menjelaskan bagaimana Sales Funnel bisa membuat seseorang berpindah dari pembeli jadi pelanggan.



Dengan menerapkan startegi Sales Funnel kedalam bisnis Anda, itu sama dengan memudahkan orang untuk membeli produk Anda lagi. Sehingga konsumen tidak hanya beli sekali, tapi juga membeli berkali-kali.

***“Salah Satu Manfaat Sales Funnel adalah
Membantu Anda Memperbanyak Pelanggan”***

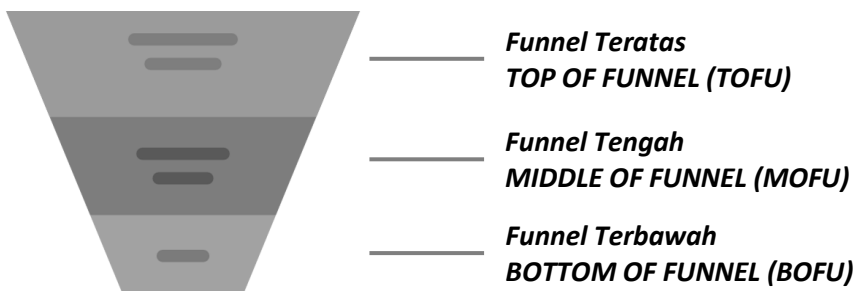
LEBIH DALAM TENTANG SALES FUNNEL

Jika membahas tentang Sales Funnel, maka setiap orang punya pendekatan berbeda-beda, tergantung darimana orang tersebut belajar. Nah, dalam ebook ini, Saya akan jelaskan garis besarnya sehingga Anda insyaAllah bisa langsung paham dan bisa langsung mempraktikan strateginya dalam bisnis Anda. Boleh?

Yuk kita mulai.

Karena tujuan terakhir adalah dapat pelanggan, maka kita bisa membagi funnel menjadi 3 bagian.

- ☑ Bagian teratas disebut Top of Sales Funnel. Top artinya atas, bisa disebut TOFU
- ☑ Bagian tengah di sebut middle of Sales Funnel, bisa disebut MOFU
- ☑ Dan bagian bawah disebut bottom of Sales Funnel, bisa disebut BOFU



Sales Funnel dibagi menjadi 3 bagian, karena tiap bagian punya fungsi masing-masing.

Fungsi TOFU

Dibagian teratas dari Sales Funnel alias TOFU, yang perlu dilakukan adalah **fokus mengumpulkan prospek atau calon pembeli**. Calon pembeli yang dikumpulkan ini, nantinya akan diubah jadi pembeli, yang kemudian ujungnya nanti akan berubah jadi pelanggan.

Bagian TOFU ini sangat-sangat penting, karena jika tidak ada calon pembelinya maka kita tidak bisa lanjut ke bagian selanjutnya. Ya jelaslah, kalau gak ada calon pembeli, memang mau jualan kesiapa? Hehe.

Jika ada yang merasa jualanannya kurang laris, mungkin masalahnya ada di TOFU ini.

Kenyataan dilapangan, Saya dan tim entrepreneurID sering menemukan teman-teman pengusaha pemula “langsung” jualan, tapi melewatkan bagian TOFU ini. Mereka sibuk aja posting barang dagangan, jualan disosmenya, tapi belum tentu yang lihat adalah calon pembelinya. Akhirnya dicueki deh.

Padahal cara termudah untuk dapat pembeli adalah datangkan dulu calon pembelinya ke bisnis kita. Setelah mereka datang, barulah tawarkan macam-macam.

“Calon Pembelinya Datang Dulu, Baru Jualan”

Lantas apa yang harus dilakukan untuk mengumpulkan calon pembeli?

Silahkan ke halaman selanjutnya

Untuk mengumpulkan calon pembeli, Anda bisa gunakan salah satu dari cara-cara dibawah ini

- ☑ Invite jadi teman calon pembeli Anda di Facebook. Pastikan yang diinvite adalah target pasar ya, alias orang yang kemungkinan akan tertarik dengan produk yang Anda tawarkan nantinya.
- ☑ Gunakan social media yang dipakai oleh calon pembeli Anda, dan eksislah disana.
- ☑ Endorse, minta influencer atau orang yang punya pengaruh untuk merekomendasikan bisnis Anda. Ini ada yang membayar dan ada yang gratisan.
- ☑ Paid Traffic, gunakan Fb ads untuk mempromosikan bisnis Anda.
- ☑ Jual murah beberapa produk Anda, gak dapat untung dari program tersebut gak papa, yang penting banyak orang kenal bisnis Anda lewat cara itu.
- ☑ Bagi-bagi hal gratis yang manfaatnya bisa dirasakan calon pembeli Anda.
- ☑ Adain program Give Away, syaratnya yang ikut harus mengikuti media promosi Anda.
- ☑ Minta kenalan atau tokoh, merekomendasi bisnis Anda kepada kenalannya.
- ☑ Taruh toko Anda di daerah yang sering dilalui oleh calon pembeli.
- ☑ Rajin ikuti event seperti pameran atau acara sejenisnya.

Beda bisnis beda cara. Silahkan lakukan cara-cara yang mungkin diterapkan dibisnis Anda. Ingat, tujuan utama TOFU adalah untuk dapat sebanyak mungkin calon pembeli.

Fungsi MOFU

Setelah calon pembelinya terkumpul, masuk ke bagian Funnel berikutnya, yaitu MOFU.

Tugas MOFU adalah mengubah calon pembeli jadi pembeli, atau bahasa Saya MOFU tugasnya adalah dapat transaksi pertama.

Untuk bisa seperti itu, didalam MOFU yang perlu dilakukan adalah 2 hal. **Pertama marketing, kedua adalah selling.**

Marketing artinya membuat orang yang belum kenal produk jadi kenal, sedangkan selling artinya mendapatkan penjualan.

Tujuan marketing adalah membuat calon pembeli percaya kepada bisnis Anda. Caranya bisa dengan melakukan interaksi dan edukasi. Setelah tahap marketing, barulah tahap selling.

Seperti yang sudah Saya sampaikan sebelumnya, bahwa banyak orang masih terburu-buru saat memasarkan produknya. Mereka jualan garis keras, hehe. Yang penting todong, untung-untungan, hehe.

Kalau cara menawarkannya begitu, wajar rentan kena penolakan. Harusnya, dapatkan dulu kepercayaan calon pembeli, baru setelah itu jualan.

Tanpa kepercayaan, sebagus apapun produknya pasti akan ditolak. Kenapa?

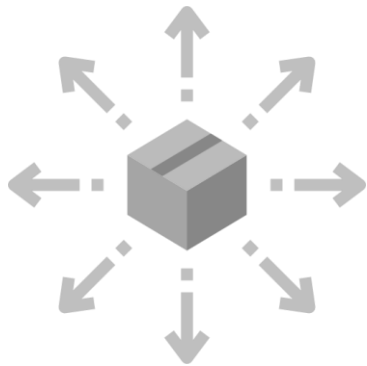
Karena kepercayaan adalah syarat utama dari penjualan. Tanpa kepercayaan, mustahil ada penjualan. Coba pikir baik-baik. Iya kan?

“Marketing Dulu, Selling Kemudian. Dapatkan dulu Kepercayaan Calon Pembeli, Baru Jualan”

Nah di MOFU ini, agar bisa segera dapat transaksi. Jualah produk penetrasi.

Apa itu produk penetrasi?

Produk penetrasi adalah produk yang ditawarkan ke calon pembeli agar mereka tertarik melakukan transaksi pertama dengan bisnis Anda. Biasanya produk penetrasi ini adalah produk yang paling murah tapi tetap diminat.



Kenapa harus murah? bukan yang mahal?

Jawabannya agar tercipta namanya *buyer experience*. Kalau baru pertama kali langsung menawarkan produk yang mahal, biasanya rentan penolakan. Jadi, jika ingin menciptakan transaksi secara cepat, jualah produk yang murah dulu.

Jadi jelas ya?

Fungsi MOFU adalah membuat calon pembeli percaya, kemudian membuat mereka segera menjadi pembeli.

Fungsi BOFU

Setelah berhasil membuat orang jadi pembeli, jangan stop sampai situ saja. Seperti yang disinggung diawal ebook ini bahwa banyak bisnis stuck alias jalan ditempat karena mereka tidak fokus mencari pelanggan. Nah, harusnya setelah dapat pembeli, masih ada strategi selanjutnya. Yaitu strategi terbawah dari Sales Funnel, yaitu BOFU

BOFU ini yang membedakan penjual dengan pebisnis. Pebisnis akan berfikir bagaimana caranya membuat pembeli balik lagi alias membeli berkali-kali. Sedangkan penjual hanya fokus jualan saja.

Dibagian BOFU ini yang perlu dilakukan adalah 2 hal. **Pertama puaskan, kedua tawarkan ulang.** Karena tujuannya adalah memperbanyak pelanggan, maka untuk dapat itu maka pembelinya harus puas terlebih dulu. Kalau puas, insyaAllah akan balik beli lagi.

Pada dasarnya kita memang tidak bisa memuaskan setiap pembeli, tapi walaupun begitu kita bisa mengusahakannya. Dengan cara memberikan lebih dari ekspektasi mereka. Yang bisa Anda lakukan agar pembeli puas contohnya adalah

- ☑ Pastikan produk yang akan dirasakan konsumen berkualitas
- ☑ Beri manfaat diatas harga yang harus dibayarkan konsumen
- ☑ Kirimkan barang lebih cepat dari yang dijanjikan
- ☑ Berikan kejutan yang mereka tidak duga
- ☑ Berikan service paska pembelian
- ☑ Jaga hubungan dengan mereka

InsyaAllah jika bisa melakukan itu, maka pembeli akan mudah untuk kembali dan tidak pindah kelain hati, hehe.

Setelah mencoba memuaskan pembeli lama, maka selanjutnya adalah menawarkan produk kepada mereka dilain waktu.

Ya, Anda bisa Tawarkan produk berikutnya. Produk yang lebih mahal.

Misal di MOFU, Anda tawarkan produk dengan harga Rp. 100.000 Nah di BOFU Anda tawarkan produk yang lebih mahal katakan harganya Rp. 250.000. Karena pernah membeli dan puas, ada kemungkinan mereka akan mudah repeat order di produk yang harganya lebih mahal. Nangkap ya?

Untuk membuat pembeli lama kembali, setelah mencoba memuaskan mereka, Anda bisa . . .

- ☑ Menawarkan produk yang lebih mahal
- ☑ Menawarkan produk yang sama dilain waktu, jika produknya konsumtif
- ☑ Menawarkan paket hemat. Beli lebih banyak, harga lebih murah
- ☑ Menawarkan promo khusus pembeli
- ☑ Menawarkan varian berbeda
- ☑ Menawarkan produk yang melengkapi produk sebelumnya
- ☑ Menawarkan promo di tanggal-tanggal tertentu
- ☑ Menawarkan sistem membership

Semua cara barusan secara tidak langsung akan membuat pembeli yang puas kembali lagi, hehe.

“Puaskan, Lalu Tawari Produk Lainnya”

Jadi itulah Sales Funnel secara garis besar. Ada 3 bagian, TOFU diatas, MOFU ditengah dan BOFU dibawah.

TOFU fokus datangkan calon pembeli.

MOFU buat calon pembeli yang datang percaya dan segera beli dengan produk penetrasi.

BOFU memuaskan pembeli lama dan memberikan penawaran dilain waktu agar pembeli jadi pelanggan.

Sekarang Anda sudah paham konsepnya, maka silahkan terapkan dalam bisnis Anda.

Pesan Saya hanya 1, yaitu lakukan tiap prosesnya berulang-ulang. Lakukan TOFU berkali-kali, jangan stop mendatangkan pembeli ke bisnis Anda. Lakukan MOFU berkali-kali, pastikan mereka yang datang sebanyak mungkin jadi pembeli. Dan Lakukan BOFU berkali-kali, jaga pembeli lama jadikan mereka pelanggan setia.

Dengan menerapkan Sales Funnel membuat bisnis Anda jadi punya arah yang harus dilakukan. Nanti ketika pelanggan semakin banyak, Anda akan merasakan betapa nikmatnya berbisnis, hehe. InsyaAllah.

STUDI KASUS SALES FUNNEL

Menutup Ebook ini, Saya akan memberikan contoh agar Anda lebih kebayang bagaimana menggunakan Sales Funnel dalam bisnis Anda.

Contohnya misal produk Skin Care atau kecantikan.

Dibagian TOFU, datangkan orangnya bisa dengan Endorse. Jadi meminta orang lain untuk bantu mengiklankan produk skin carenya disocial medianya. Karena direkomendasikan orang lain, maka calon pembeli akan lebih mudah percaya. Ulang-ulangi bagian ini, sehingga nanti calon pembeli Anda jadi banyak.

Di MOFU-nya tawarkan produk termurah, untuk memancing pembelian spontan. Jangan lupa ceritakan testimoni positif dari pembeli sebelumnya agar calon pembeli percaya kepada Anda.

Setelah berhasil menjual produknya, masuk ke BOFU. Tetap jaga hubungan dengan pembeli lama. Tanya bagaimana kesan pembeli dengan produknya, bahkan berikan arahan cara terbaik menggunakan produknya. Nanti begitu masuk tanggal muda, coba tawarkan produk lainnya, yang manfaatnya lebih dari produk sebelumnya. Besar kemungkinannya akan closing, insyaAllah.

Semua tampak normal, padahal itu strategi Sales Funnel. Membuat orang yang bukan siapa-siapa, berubah jadi pelanggan setia.

Cara ini saya pernah coba di bisnis Saya pribadi. Salah satu Bisnis Saya bergerak di pelatihan industri. Dan produknya berbentuk workshop atau kelas belajar.

Agar membuat cashflow Bisnis Saya stabil, saya menggunakan strategi funnel ini

Di TOFU agar orang kenal dan datang, saya buat Free Class atau Promo transaksi pertama. Setelah datang, misal mereka datang karena Free Class, selanjutnya tawarkan Workshop yang low Cost agar mereka punya pengalaman menggunakan jasa bisnis Saya.

Di MOFU ini, kualitas tetap dijaga agar orang yang pernah transaksi kembali. Setelah itu, tawarkan produk BOFU-nya misal workshop lanjutan, paket, atau Workshop yang harganya lebih mahal. Sederhana sekali aplikasinya tapi dampaknya luar biasa banget.

Anda juga bisa gunakan strategi Sales Funnel ini ke bisnis Anda. Anda tinggal pikirkan bagaimana cara memancing orang untuk datang kebisnis Anda. Lalu tawarkan produk murah, jaga kualitasnya. Setelah itu tawarkan produk yang lebih mahal.

Dengan menerapkan Sales Funnel kedalam bisnis Anda, itu akan memperjelas arah bisnisnya. Selalu ingat, jangan hanya mengejar penjualan sesaat, tetapi carilah pelanggan. Perbanyak orang yang siap membeli produk Anda tidak hanya sekali, tapi berkali-kali.

Desain TOFU-nya, MOFU-nya, dan BOFUnya.

Semoga apa yang Saya sampaikan dalam Ebook ini menambah ilmu Anda, dan semoga Anda memudahkan dalam mengamalkan ilmunya, aamiin

Menutup Ebook ini, silahkan Anda praktikan ilmunya. Sekarang coba jawab pertanyaan-pertanyaan dibawah ini untuk membuat Sales Funnel untuk Bisnis Anda

1. Sebutkan 2 cara yang Anda lakukan agar calon pembeli datang dan kenal dengan bisnis Anda?
2. Selain cara diatas, sebutkan 2 cara lainnya?
3. Sebutkan minimal 2 cara yang akan Anda lakukan untuk membuat calon pembeli percaya dengan bisnis Anda?
4. Dari semua produk yang bisa Anda tawarkan ke calon pembeli, pilihlah salah satu produk yang akan Anda jadikan produk penetrasi?
5. Sebutkan 5 alasan kenapa calon pembeli harus membeli produk penetrasi Anda?
6. Sebutkan 3 hal yang bisa Anda lakukan untuk membuat pembeli lama Anda puas?
7. Apa saja yang akan Anda tawarkan kepada pembeli lama, agar mereka kembali transaksi ke bisnis Anda?

Anda boleh jawab 7 pertanyaan diatas, dan setelah Anda jawab, berjanjilah untuk konsisten mempraktikan jawabannya ke dalam bisnis Anda.

Saya turut mendoakan, dan Saya tunggu kabar baik dari bisnis Anda. Sampai ketemu lagi ya. . .

Penulis Ebook Ini



Dewangga Nuzulumay, pria kelahiran 9 Mei 1992 ini adalah sarjana Teknik Perminyakan dengan predikat Cumlaude. Tapi walaupun begitu, rupanya ia lebih senang optimasi bisnis daripada optimasi sumur minyak.

Pegalaman pribadinya di industri minyak dan gas selama 6 bulan, membuatnya mantap menjadi pengusaha karena menurutnya hidup terlalu singkat untuk diatur jam kerja. Saat ini kesehariannya banyak dihabiskan memimpin beberapa bisnis miliknya dan terus menerus memperbaiki diri.

Karena hobinya sharing, dia juga aktif berkontribusi dalam mengisi konten yang ada di entrepreneurID. Untuk mendapatkan sharing lainnya dari Dewangga, bisa langsung klik tombol dibawah ini.

Ikuti Sharing Rutin Dewangga