

Jurus FACEBOOK MARKETING



7 JURUS FACEBOOK MARKETING

5 JURUS FACEBOOK MARKETING YANG BIKIN BANJIR TRANSFERAN KE REKENING

Bisnis itu bersifat dinamis, tidak statis. Artinya, bisnis selalu bergerak, berubah – ubah, sesuai dengan perkembangan jaman. Jika kita bisa flash back kebelakang, jaman dahulu kita mengingat bagaimana membuat pamflet lalu di sebarkan ke seluruh penjuru kota dapat mendatangkan pembeli. Bahkan hingga saat ini pun masih banyak orang yang menggunakan cara tersebut untuk mendatangkan konsumen. Mungkin sebagian besar tiang listrik di Indonesia sudah pernah ditemplei dengan iklan sedot WC yang entah sudah si tempel berapa lapis. Itu tanda penggunaan pamflet masih digunakan oleh banyak orang.

Jika kita perhatikan jaman sekarang, semenjak semakin majunya dunia internet, semakin menjamurnya sosial media, dan semakin banyaknya massanger, sangat memperngaruhi perkembangan bisnis. Bisnis telah berkembang dengan sangat pesat. Salah satunya online marketing.

Sebut saja video marketing, email marketing, facebook marketing, dan masih banyak lagi. Media untuk berbisnis sudah banyak, caranya pun juga sudah semakin beragam. Tinggal bagaimana kita bisa memaksimalkan itu semua. Iya kan?

Kalo cara Saya sih lebih terfokus kepada facebook marketing. Nah, pada kesempatan kali ini di eBook eksklusif Saya ini, Saya rela deh untuk membuka semua jurus rahasia Saya tentang bagaimana Saya selama ini menggunakan Facebook sebagai media jualan Saya.

Siap?

JURUS 1 : PERSONAL BRANDING

Personal branding ini adalah langkah awal Saya untuk memulai Facebook marketing ini. Tapi, sebelum Saya membuat personal branding, Saya terlebih dahulu menentukan 'role model' nya.

Apa itu 'role model'? Role model di sini adalah seseorang yang sudah terlebih dahulu sukses di bidang yang akan kita jalani. Misal seperti Saya ni, Saya berjalan di bidang Facebook Marketing, jadi Saya harus mencari 'role model' yang sebidang dengan Saya. Kalau 'role model' Saya adalah Kang Dewa Eka Prayoga. Nah, setelah menemukan role model yang sekiranya cocok, lalu apa?

Gunanya role model itu adalah supaya kita bisa 'mencontek' apa yang dia lakukan. Mencontek? Iya contek habis – habisan lalu kembangkan habis – habisan.

Saya kepoin tuh Facebook Kang Dewa tiap hari. Gimana beliau ngepost di Facebook, kapan waktu ngepost, gaya bahasanya, cara menanggapi komen, pokoknya semuanya deh. Kalau perlu dicatat, jangan ragu, jangan malu. Karena kita sedang belajar ni. Masa belajar malas mencatat?

Melakukan hal ini memang butuh waktu dan proses. Dibutuhkan kejelian dalam menganalisa dan pemahaman tingkat tinggi. Jadi jangan samakan kepoin FB Mastah sama kepoin Facebook mantan ya. Beda banget ini. Dan setelah Anda mendapatkan point – point yang penting dari hasil investigasi Facebook mastah (BACA : kepo) sekarang waktunya Anda untuk action.

Mulai pikirkan 'personal branding' Anda. Mulai dari pertama, nama. Nama dari personal branding Anda bisa memakai nama asli Anda, tapi ingat, ketika Anda telah menggunakan nama asli Anda, jangan pernah Anda merusak nama baik Anda sendiri. Karena setelah ini, segala yang Anda tuliskan dan postingkan di Facebook Anda akan memakai nama Anda. Dimana nama Anda tidak hanya sebagai identitas, namun sudah menjadi sebuah BRAND. Jadi ingat, jangan seenaknya sendiri. Jangan menggunakan bahasa alay apalagi menulisnya menggunakan angka dan huruf seperti remaja ababil.

Setelah nama, Anda harus menentukan juga karakter dari personal branding Anda. Nah, karakter ini bisa Anda tentukan sesuai dengan yang menurut Anda cocok dengan market Anda. Misalnya, Anda bisa membuat karakter yang humble, ramah dan suka berinteraksi, atau bisa juga Anda membuat karakter yang frontal, bahasanya tidak basa basi, terkesan kasar tapi benar. Atau mungkin Anda ingin menciptakan karakter yang lucu, suka menghibur orang dan periang. Atau opsi terakhirnya adalah, jadilah diri Anda sendiri. Yang harus diingat, karena nama Anda sudah menjadi sebuah BRAND jadi Anda harus menahan sifat – sifat Anda yang mungkin dapat menurunkan kredibilitas dari brand Anda misalnya ni, tiba – tiba ada yang komen dengan bahasa yang kurang sopan, maka Anda jangan gampang tersinggung dan membalas komenya dengan bahasa yang kurang sopan juga. Lebih baik untuk tidak menanggapi, atau jika kata – katanya sudah tidak pantas, hapuslah komen tersebut dan beri peringatan secara personal. Ingat! Jangan menyerang seseorang dengan screenshot lalu menyebarkannya. Akan lebih baik jika Anda menghadapinya secara personal, terlihat dewasa dan profesional bukan?

Oh iya, hampir lupa, jika Anda sudah memutuskan karakter yang Anda pilih, Anda harus konsisten dengan karakter tersebut. Karena yang menggambarkan suatu karakter bisa dilihat dari gaya bahasa yang dia gunakan, cara dia berkomunikasi maupun postingan yang di share sampai desain yang dia gunakan. Jadi mesti hati – hati ya.

Setelah itu mulailah Anda membuat foto profil dan cover Facebook Anda. Desain yang Anda pilih sebaiknya menggunakan desain yang menggambarkan siapa Anda sebenarnya. Mungkin untuk yang satu ini jika Anda kurang menguasai design graphic, Anda bisa meminta bantuan kepada ahlinya. Akan lebih baik jika Anda mempunyai suatu tema pada desain Anda yang mencirikan diri Anda.



SUDAH MULAI KEPIKIRAN GIMANA PERSONAL BRANDING ANDA?

JURUS 2 : KONTEN MARKETING

Di jurus kedua ini, Saya akan membahas tentang apa sih konten yang sebaiknya di isikan di dalam Facebook Anda? Pertama – tama, yang harus Anda mengerti adalah untuk apa si konten marketing ini. Gunanya konten marketing adalah untuk menarik orang – orang untuk menjadi teman Anda dan mengikuti setiap apa yang Anda posting. Istilahnya, Anda sedang pelan – pelan membangun kolam ikan nih. Proses ini juga akan memakan waktu, jadi Anda harus bersabar dan berkomitmen tinggi untuk hal ini. Perlahan namun pasti, kumpulkanlah market Anda. Ingin sedikit lebih cepat?

Nah, inilah fungsi dari konten marketing. Untuk menarik mereka. Kita harus menarik mereka dengan konten yang kita tulis. Dan pertanyaan selanjutnya adalah, konten seperti apa sih yang bisa menarik orang – orang sehingga akan lebih mudah untuk kita menawarkan produk yang akan kita jual? Untuk menjawab pertanyaan itu, Saya akan menggunakan kata – kata Kang Dewa yang selalu Saya gunakan untuk membahas hal ini yaitu ‘Sharing – sharing dahulu, selling selling kemudian’. Mau tahu cara Bung Billy bikin konten? Saya akan membahasnya secara blak – blakan disini.

Sebelum masuk ke jenis – jenis konten, Anda harus tahu dulu tujuan Anda membuat konten tersebut. Maksudnya di bidik tujuan akhirnya. Misal, Saya ingin konten yang Saya buat untuk mendapatkan share yang banyak, atau like, atau komen. Ada caranya loh, jangan salah! Caranya adalah dengan memberi kalimat trigger di akhir konten yang Anda buat. Jika Anda ingin konten Anda banyak yang like, Anda bisa menggunakan kalimat ini untuk memancing like:

1. “Like dulu dong status ini...”
2. “Like jika Anda setuju....”
3. “Like jika tulisan ini bermanfaat untuk Anda..”
4. Dan lain sebagainya

Sama halnya jika Anda ingin konten Anda mendapat angka share yang tinggi, maka Anda harus memancingnya dengan kata – kat seperti :

1. “Share jika bermanfaat..”

2. “Share dulu dong!”
3. “Share untuk yang membutuhkan..”

Jika Anda ingin tingkat komen Anda tinggi, Anda harus memberikan pertanyaan yang sekiranya pembaca Anda akan menanggapi. Contohnya seperti ini:

1. “Bagaimana dengan materi yang barusan Saya share, menarik bukan?”
2. “Ada yang masih bingung sama materi yang tadi?”
3. “Nah kalau Anda bagaimana, Apakah Anda tertarik dengan cara yang Saya jabarkan di atas?”
4. “Saya ingin tahu ni, bagaimana cara Anda jika Anda mengalami masalah seperti di atas?”

Atau Anda bisa membuat trigger Anda sendiri agar angka like, komen, dan share postingan Anda bertambah dan terus bertambah.

Untuk jenis konten sendiri ada 4 jenis konten yang selalu Saya postingkan setiap harinya. Yaitu :

1. **Edukasi**, konten edukasi berisi tentang edukasi mengenai bisnis atau tentang produk yang akan kita keluarkan. Biasanya, Saya akan memulai mengedukasi market Saya dari satu minggu sebelum di luncurkannya produk. Saya selalu membaca dan memahami suatu produk sebelum Saya memasarkannya, jadi kita harus tahu apa yang akan kita jual agar mengedukasi pasarnya pun akan lebih mudah.

Cara membuat edukasi untuk produk yang akan di launching adalah seperti ini. Misalkan Anda akan memasarkan produk berupa buku. Anda hanya harus mengambil bagian yang menarik dari buku itu lalu kembangkan dengan bahasa Anda sendiri dan sambungkanlah dengan kejadian – kejadian yang dekat dengan kehidupan sehari – hari. Jadi tidak hanya copas. Anda harus menitik beratkan manfaat dan kegunaan produk itu jika dimiliki oleh orang lain.



Bung Billy

March 9 at 11:50am · Hootsuite · 🌐 ▼

HUTANG LAGI, HUTANG LAGI

Sebagai umat muslim, kita diwajibkan untuk melunasi semua hutang yang pernah kita pinjam. Karena jika tidak, bisa jadi hutang yang lupa kita bayar akan menjadi penghalang untuk kita menuju surga.

Apa ga gawat tuh? Udah mau masuk ke surga tinggal beberapa langkah, eh ditarik lagi ke neraka gara – gara hutang yang ga kita bayar? Maka dari itu, segeralah melunasi hutang Anda. Baik itu yang berasal dari pihak bank maupun hutang yang berasal dari lainnya.

Nah, sehubungan dengan hal itu, pernah ga sih Anda mendapati orang yang rumahnya mentereng, tetapi beli sayur aja ternyata ngutang? Atau punya mobil tapi buat beli susu anaknya aja susah. Atau itu adalah Anda? Waduh, kok ironi sekali ya. Anda bisa kredit kebutuhan tersier tetapi Anda mengindahkan kebutuhan premier Anda.

Jika seperti itu, Anda harus cepat – cepat melakukan gerakan bebas hutang, agar penghasilan Anda pun dapat Anda nikmati semuanya, kesejahteraan Anda pelan – pelan terangkat, dan keluarga Anda pun lebih tenang dan sejahtera.

Sebenarnya tentang hutang dan bisnis adalah salah satu topik yang menarik menurut Saya. Besok Saya akan ulik lagi ya.



2. **Quote**, konten ini berisi tentang quote dari orang – orang hebat. Bisa berisi motivasi, renungan atau kata – kata yang membangun semangat dan dapat menyentuh hati orang yang membacanya. Seringkali Saya mencantumkan quote di dalam desain kemudian konten yang ditulis berdasarkan pengembangan dari quote tersebut.

Hari Minggu nih, hayooh siapa yang lagi sibuk liburan? Atau masih ada juga yang ngeluh karena besok hari Senin?

Nah, buat yang masih ngeluh lebih baik pahami quote dari Walt Disney ini deh. Apapun yang sedang kita jalani maupun yang sedang kita lakukan hari ini atau besok, maka lakukanlah dengan baik. Karena sesuatu yang kita lakukan dengan baik, maka akan menghasilkan sesuatu yang baik juga untuk kita. Tentunya tak lupa juga dengan usaha dan ikhtiar yang maksimal. Setuju?



3. **Soft Selling**, konten yang satu ini, intinya Anda itu jualan produk Anda, namun tidak secara langsung. Tidak semata – merta Anda mencantumkan harga dan tanggal promo atau gambar produk Anda. Ini adalah soft-selling, soft artinya halus, selling artinya jualan. Jadi kita akan berjualan dengan cara yang halus. Kadang dalam soft selling Anda memerlukan adanya link yang mengarah kepada produk yang akan kita jual. Terkadang Saya selalu menuliskannya dengan cara story telling. Lalu menyelipkan sebuah link yang akan menggiring orang untuk menuju ke sebuah halaman web yang berisi produk yang dijual. Jadi Anda terlihat memberi edukasi, namun sebenarnya berjualan.

4. **Hard Selling**, hard selling ini adalah konten yang selalu Saya lakukan jika ada promo atau launching produk baru. Saya akan sertakan foto produk, harga dan rentan waktu promo.

Hal yang perlu diingat selain tentang konten yang menarik adalah.....**DESAIN!**. Ya, desain juga menjadi pendukung orang untuk membaca postingan yang kita kirim. Begini deh, posisikan Anda menjadi pembaca di dalam Facebook, jika ada postingan di beranda Anda, kira – kira hal apa yang pertama menarik perhatian Anda? Headline nya kah? Isi tulisanya kah? Atau gambarnya?

Tidak tahu dengan Anda, tapi sebagian besar orang akan tertarik dengan gambarnya dahulu. Lalu dia akan mencari tahu tentang apa sih gambar itu, lalu baru berlanjut ke isi artikelnya. Jadi dalam suatu postingan desain gambar yang menyertai postingan bertugas untuk menangkap perhatian dari si pembaca Anda.

“Emang setiap postingan harus ada gambarnya Bung?”

Tidak harus, tapi akan lebih maksimal jika setiap postingan disertai oleh sebuah gambar karena ya seperti yang sudah Saya jelaskan tadi di atas, gambar itu untuk menangkap mata si pembaca agar tertarik lebih jauh ke dalam postingan yang kita kirim.

“Gimana caranya bikin desain gambar yang bisa menarik mata, Bung?”

Kalau desain sendiri sebenarnya tidak ada ketentuan yang pakem. Terserah Anda saja. CUMA, kalau Saya sih menyarankan seperti ini:

1. Desain nya kalau bisa berbentuk square, karena akan lebih enak dipandang. Bisa beresolusi 1.000x1.000 pixel sampai 500x500 pixel. Yang penting resolusinya bagus dan high quality deh pokoknya. Jangan memposting gambar dengan kualitas rendah, apalagi yang pecah – pecah, alasan = bikin sakit mata.
2. Desain gambar harus sesuai dengan konten yang kita tulis. Jika kontennya tentang hutang, maka mungkin desainnya bisa bergambar uang atau yang lain yang menggambarkan isi materi. Tahu kan maksudnya?

3. Untuk meningkatkan tingkat share dari postingan Anda, Saya punya triknya nih. Jika dari segi desain, ternyata, setelah penelitian Saya mengepoin facebook para mastah, postingan yang paling banyak di share adalah postingan yang di dalamnya menyertakan desain yang terdapat kata – katanya. Karena banyak orang yang sebenarnya hanya ingin menshare gambarnya saja, namun itu justru membuat personal branding kita terkenal. Nah kata – kata yang ada dalam gambar ini biasanya Saya isi dengan kutipan yang paling powerful dari konten yang Saya tulis.
 4. Usahakan desain yang Anda buat mempunyai style. Jadi setiap Anda membuat desain, ada hal atau tema yang sama. Jadi walaupun Anda tidak menyertakan nama Anda di dalam desain tersebut, orang lain sudah bisa menebak jika itu buatan Anda. Itu lah style. Bisa di tandai dari warna yang sering digunakan, font, dan bentuk.
 5. Ini tak kalah pentingnya. WATERMARK. Apa itu watermark? Jika Anda perhtikan setiap gambar yang Saya post pasti ada logo Billionaire Store kan di pojokan, nah itu, selain sebagai logo, juga sebagai sebuah watermark. Jadi walaupun Anda – Anda ini mengambil gambar dari Bung Billy, logo itu terbawa juga. Sudah jelas kan fungsinya? Selain sebagai identitas, watermark juga sebagai sesuatu yang menandakan hak cipta. Nah disini, karena fungsi itu,kita harus bisa memanfaatkannya dengan baik, seperti menyertakan alamat website kita, atau menyertakan media sosial lain yang kita punya.
- YANG PALING PENTING** adalah jangan sampai membuat watermark terlalu besar atau terlalu kecil. Buatlah yang sekiranya dapat terbaca oleh orang lain. dan letakanlah di pojok atau bagian atas atau bawah, yang penting jangan menutupi desain Anda ya.



Nah sekarang, Saya mau membahas kapan ni waktu yang tepat untuk mengirim post? Kadang dalam satu hari terdiri dari 3 – 4 postingan yang terdiri dari konten edukasi (bisa berjumlah dua), konten quote dan konten soft selling atau hard selling. Jadi kita harus membagi waktu dengan baik. Untuk itu, kita harus tahu nih, waktu – waktu yang sekiranya banyak orang yang sedang santai dan berkemungkinan besar untuk membaca postingan kita. Kita – kira waktu kapan ni yang efektif? Menurut banyak buku dan ditambah Saya kepoin Facebooknya Kang Dewa dan mastah – mastah yang lain, waktu yang tepat untuk memposting postingan Facebook adalah sebagai berikut:

waktu	3 postingan	4 postingan
Pagi	07.00 – 09.00	06.00 – 08.00
Siang	12.00 – 13.00	11.00 – 12.00
Sore	-	15.00 – 17.00
Malam	19.00 -20.00	20.00 -22.00

Nah jadwal seperti itulah jadwal yang Saya gunakan setiap harinya dalam memposting tulisan Saya di Facebook. Diluar itu semua, kadang update status untuk membangun interaksi dengan pengguna Facebook. Jika interaksi, lebih bersifat spontan. Tidak terpaku dengan jadwal di atas. Misalkan jika ada suatu berita yang HOT Anda bisa update status mengenai hal itu dan mengakhirinya dengan pertanyaan, agar apa? Tentu agar Anda bisa berkomunikasi dengan pengguna Facebook yang mengikuti postingan Anda, jadi ada komunikasi dua arah.

Pasti repot jika setiap hari Anda harus menulis konten yang menarik, belum lagi membuat desainnya, belum lagi interaksinya, belum lagi jika Anda mempunyai sesuatu untuk dikerjakan, BELUM LAGI jika Anda sedang dalam mood yang tidak begitu bagus. Jangan salah loh, menulis juga membutuhkan ketenangan hati dan mood yang bagus, repot juga kan ternyata?. Maka dari itu, mungkin cara kerja Saya dalam menjadwalkan postingan Facebook bisa sedikit mencerahkan permasalahan ini.

Yang harus Anda tahu adalah Saya selalu mengerjakan konten 1 minggu pada 1 minggu sebelumnya. Misalnya minggu ini, Saya akan menyiapkan materi untuk minggu depan dan akan Saya akan kerjakan pada hari Senin, Selasa, dan Rabu. 3 hari Saya harus menyelesaikan sekitar 21 hingga 25 konten dan desain. Berat? Memang iya awalnya. Namun Anda tidak boleh memanjakan diri Anda sendiri, karena jika Anda sudah mmebiasakan kebiasaan ini, maka kedepanya akan jauh lebih enak.

Memang butuh waktu pertama – tamanya. Mungkin Anda bisa pelan – pelan dalam mengerjakanya sebelum sampai kesitu. Misalnya, hari pertama, tulislah 3 konten dan buatlah 3 desain. Jika sudah hari kedua, buatlah 6 konten dan 6 desain, terus ditambah hingga Anda bisa menyelesaikan semua konten satu minggu dalam 3 hari. Sekedar tips, jika Anda merasa berat mengerjakan konten dan desain dalam waktu yang bersamaan, maka Anda bisa

mempekerjakan seseorang dalam bidang desain grafis jadi Anda dan dia tinggal membagi pekerjaan. Karena sangat tidak mudah loh, menulis dan membuat desain adalah dua jenis pekerjaan yang membutuhkan daya kreatif yang tinggi.

Nah Saya mempunyai suatu alat untuk membantu menjadwalkan konten Anda agar Anda tidak perlu mempostingkan setiap konten dan desain Anda secara manual. Ingat, bisnis sudah berkembang, teknologi juga sudah berkembang, jadi bisnis yang menggunakan teknologi menuntut seseorang untuk tidak menjadi GAPTEK. Ada dua tool yang sudah Saya gunakan selama ini, mungkin sebenarnya masih banyak di luar sana tool untuk menjadwalkan postingan Facebook, Anda bisa mencarinya sendiri jika Anda tidak nyaman menggunakan kedua tool yang akan Saya jelaskan. Tool ini disebut dengan Hootsuite dan Facebook Multi Post. Silahkan Anda pilih tools yang Anda lebih nyaman untuk digunakan. Yang jelas, jika hootsuite itu tool yang gratis, sedangkan tool Facebook Multipos adalah tool yang berbayar.

Jadi setelah Anda membuat konten yang Anda telah buat selama ini Anda bisa langsung menjadwalkannya dengan menggunakan tool tersebut. Jadwalkan konten tersebut sesuai dengan jam seperti jadwal yang telah Saya beritahukan di atas sebelumnya. Maka setelah itu, Anda bisa memikirkan kembali produk apa yang harus Anda keluarkan selanjutnya, lalu pelajari produk tersebut, dan buatlah konten dan desainnya, lalu jadwalkan, lakukan itu kembali.

CATATAN : Perlu diingat jika setiap orang tidak selalu pas dengan pola Saya yang satu ini. Saran Saya, temukanlah pola Anda sendiri. Jangan takut untuk mencoba. Misal, Anda ingin postingan sehari harus 5 kali, silahkan atau ingin postingan setiap hari Anda harus ada hiburannya, silahkan. Facebook Anda, Anda yang menentukan.

JURUS 3 : LEADS MAGNET

Leads magnet disini maksudnya adalah cara untuk Anda menggiring orang – orang untuk like Fanspage kita, join group kita, atau untuk membuat mereka follow Facebook kita. Jadi, setelah kita repot – repot membuat kolam ikan, udah kita kasih air, kasih hiasan terus kita tinggal begitu saja dong. Kita harus membuat ikan – ikan itu tertarik untuk datang ke kolam kita. Jika sudah banyak yang datang, jangan lantas di biarkan, kita harus memberi edukasi dan konten yang menarik agar mereka ‘betah’ di kolam kita.

“Caranya gimana?”

Buatlah program yang sekiranya akan berguna untuk para follower Anda, namun juga sebenarnya berguna juga untuk Anda. Misalnya, kalau Saya ni, membuat program seperti “Program Bung Billy” dimana Saya ‘sengaja’ mengikut sertakan semua sosial media yang Saya punya. Programnya itu terdiri dari sharing edukasi melalui Broadcast di BBM, sharing edukasi melalui kultwit di twitter, edukasi melalui email blast melalui e-mail, dan sharing melalui facebook group, page, dan juga profil. Banyak kan? Jangan tanggung – tanggung dong kalo mau mengepakan sayap. Jangan tanggung – tanggung dong kalau mau bikin personal branding dan jualan di Facebook. Actionnya mesti gila – gilaan, keponya (belajar) juga mesti gila – gilaan.

Sama seperti facebook, media sosial Saya lainnya seperti twitter, BBM, dan email juga mempunyai jadwal tersendiri untuk mengirimkan postingan yang bisa merupakan edukasi atau yang lainnya. Yang penting, Anda harus ada di mana- mana. Kalo perlu tambah lagi di instagram, LINE, dan whatsapp. Tapi ingat ya, percuma kalau Anda sudah mempunyai banyak media sosial tapi kualitas postingan Anda masih rendah, desainnya kurang menarik, dan jadwalnya kacau. Percuma, itu hanya akan buang – buang tenaga. Jika tidak ingin cape – cape, bentuklah sebuah tim yang mempunyai fokus di masing – masing media sosial agar Anda tidak kelimpungan mengurusinya. Oke?

Selain itu Saya juga membuat sebuah grup yang Saya namakan “Catatan Bisnis Bung Billy” yang dimana Anda akan bebas untuk bertanya tentang masalah apa yang Anda hadapi di dalam bisnis Anda, biasa menggunakan #AskBungBilly. Nah untuk mengundang banyak orang untuk berpartisipasi, Anda harus mengumumkan hal ini di semua sosial media, BBM,

twitter, dan facebook profile. Setelah Saya mendapatkan banyak pertanyaan, Saya akan memilih salah satu pertanyaan yang sekiranya mewakili beberapa pertanyaan, kemudian menjawabnya sesuai apa yang Saya ketahui, lalu postingkan kembali jawaban itu ,tidak hanya untuk orang yang bertanya, namun juga untuk semua yang telah memberikan pertanyaan untuk menjadi sebuah tambahan pengetahuan untuk mereka.

Jangan pernah lupa untuk me-link-kan media sosial satu dengan yang lain. Kan lucu kalau Anda mempunyai banyak follower di Twitter, tapi ternyata Facebook Anda sepi, atau sebaliknya. Mungkin tidak akan mungkin jika Anda menyamakan semuanya, namun akan lebih baik jika Anda mencoba untuk menyeimbangkan. Caranya adalah dengan sesekali memberi link twitter atau, pin BB Anda, atau email Anda ketika Anda ingin memberikan edukasi atau sharingan. Misalnya, menuliskan di status Facebook jika Anda malam ini akan memberikan edukasi di BBM, maka ajaklah orang – orang yang ada di Facebook Anda untuk meng-invite pin BBM Anda. Tapi jangan lupa disertakan langsung pin BBM Anda. Dengan begitu orang – orang yang mengikuti Anda di Facebook juga akan mengikuti Anda di twitter, di BBM, serta di dalam email.



Selalu cek pertambahan dan pengurangan followers atau subscriber. Karena perubahan angka itu bisa menjadi alat untuk Anda mencari sebuah pola disamping angka like, komen, dan share.

Maksudnya begini, jika ketika Anda memposting sesuatu kemudian angka share, like, komenya tinggi, dan membuat meningkatnya jumlah followers atau friend Anda, Anda harus menganalisis, kira – kira apa sih yang membuat tulisan Anda menarik? Apa sih yang membuat orang – orang begitu bersemangat memberikan like, komen, dan share?

Di titik ini, Anda harus pandai menganalisis konten dan desain seperti apa yang pasar Anda inginkan. Begitu pula jika suatu saat nanti ketika Anda menuliskan sebuah konten, kemudian angka komen, like, dan sharenya tidak ada sama sekali, itu juga harus menjadi tanda tanya untuk Anda dalam menulis konten dan membuat sebuah desain. Jika Anda sudah mengetahui jawabanya, berarti jangan sampai Anda menulis dengan pola yang seperti itu.

JURUS 4 : BANGUN INTERAKSI

Membangun interaksi sangatlah penting karena seperti yang Saya jelaskan di atas, dapat mengetahui kemauan pasar, selain itu membangun interaksi juga digunakan untuk membangun 'trust' antara kita dan pelanggan kita. Jadi interaksi kan harus 2 arah, jika kita tidak menanggapi apa yang pasar kita inginkan, tidak membalas inbox yang masuk, tidak menjawab pertanyaan yang mereka ajukan, ya sama aja kayak ngomong sama tembok. Ya kan? Jadi sebisa mungkin ada komunikasi antara Anda dan pasar Anda. Jika begitu pasti ikan – ikan yang ada di kolam Anda akan betah disitu kan?

Untuk awal membangun interaksi ini sendiri Saya mempunyai beberapa cara antara lain:

1. BOOM LIKE

Apa itu maksudnya boom like? Boom like adalah Anda memberikan like untuk postingan apa saja yang terlihat di beranda Anda. Jika Anda setiap memposting sesuatu ada seseorang yang selalu memberika like, pastikan Anda penasaran dengan siapa sosok yang selalu memberikan like di postingan Anda bukan? Nah jika orang itu mengetahui jika ternyata Anda mengetahui jika dia mempunyai banyak materi yang berguna untuk bisnis Anda, ya secara otomatis Anda akan mengikutinya dan tidak ragu untuk menjadi followersnya kan? Itulah gunanya memberikan boom like secara membabi buta. Jangan gensi, masa baru memberikan like aja sudah gensi.

2. KOMEN DI STATUS MASTAH

Selain harus rajin kepo Facebook mastah, jangan lupa juga komen di status sang mastah. Jangan takut untuk komen di status mastah, karena ini gunanya untuk menjalin komunikasi dengan para mastah dan menunjukkan eksistensi diri di bidang bisnis. Tapi ya jangan memberikan komen yang asal – asalan. Jangan sok eksis juga. Yang ada para mastah malah “Ni orang siapa sih sok kenal banget” wah jangan sampai. Berikan komen yang ringan atau sewajarnya saja. Nyari perhatian gak segitunya kok.

3. STATUS 2 ARAH

Status ini bertujuan untuk membangun interaksi loh ya. Jadi bisa dengan Anda mengajukan pertanyaan secara langsung atau membahas sesuatu yang sedang hangat di bicarakan kemudian mengakhirinya dengan sebuah pertanyaan. Dan jika kemudian memang banyak yang komen di status kita, ya jangan di biarkan begitu saja dong. Balaslah komen mereka. Jangan biarkan mereka ngomong sendiri, Anda saja kalau di cuekin pasti ga suka kan? Dan cara membalas ini juga jangan langsung seperti Anda sok kenal dengan setiap orang yang komen di status Anda. Jadi kesanya menjawab pertanyaan namun tidak murahan begitu. Oke? Ada satu lagi yang penting dan harus Anda lakukan. Ketika Anda membalas komentar seseorang, maka secara otomatis postingan Anda akan muncul di berandanya. Nah berilah jeda beberapa jam, kemudian like komen yang sudah Anda jawab itu agar postingan yang tadi Anda komen, muncul lagi tuh di beranda mereka. Atau mau like dulu komenya lalu baru di komen juga boleh. Misalnya nih, Anda memberikan balasan siang, lalu malanya, Anda like komenya, jadi kan postingan Anda akan muncul dua kali, siang dan malam. Itu juga bisa untuk memicu banyaknya like, komen, dan share.

JURUS 5 : Jurus PAMUNGKAS

Jurus ini adalah jurus penutup dari semua jurus yang telah Saya tulis di atas. Jurus ini adalah inti dari segala macam jurus dalam Facebook Marketing atau marketing apapun di dunia ini. Jurus pamungkas itu adalah KOMITMEN. Semua jurus – jurus yang Saya ajarkan tidak akan bisa berhasil untuk semua orang, terutama ya itu, orang yang tidak bisa berkomitmen. Orang yang hanya ingin cepatnya saja. Padahal kan tahu sendiri, semua hal dari yang paling besar hingga yang terkecil pasti butuh yang namanya PROSES. Proses butuh waktu dan tenaga. Mungkin di proses itulah dimana akan terlihat jelas mana yang berkomitmen dan mana yang tidak.

Mungkin di sini, Saya bukanlah seorang mastah atau pakar dalam Facebook Marketing, Saya hanyalah seorang yang ingin berbagi ilmu dan semua yang Saya tahu untuk Anda. Saya sangat berharap ilmu yang telah Saya sampaikan dapat berguna dan bermanfaat untuk Anda.

Setelah Anda membaca tulisan Saya, kapan Anda akan segera action? Kapan Anda akan segera membangun personal branding Anda sendiri?

TEMUKAN SAYA DI

BBM dengan PIN

57CEDE8A

Follow Saya di Twitter

@BungBillyBS

Follow Saya di Facebook

Bung Billy

Join Program Saya di Facebook

Catatan Bisnis Bung Billy