



NIAGAHOSTER VIRTUAL SUMMIT 2019

13 ALASAN MENGAPA KAMPANYE CONTENT MARKETING ANDA GAGAL TOTAL

Matias Sri Aditya
Content Manager for Hostinger Affiliates

A graphic of concentric circles, resembling a target, positioned to the left of the main title.

Apa Itu Content Marketing?

www.niagahoster.co.id

Content Marketing adalah ...



Kampanye pemasaran strategis yang berfokus pada penciptaan dan distribusi konten bermanfaat kepada kelompok audiens tertentu, dengan tujuan akhir konversi atau tindakan pelanggan yang menguntungkan perusahaan.

Content Marketing adalah ...



Content marketing dapat berupa postingan blog, infografik, e-book, hingga seri video.

Content marketing bermanfaat bagi brand reputation dan peningkatan jumlah pengunjung website, dua hal krusial bagi bisnis berbasis internet.



Seperti Apa Kampanye Content Marketing yang Sukses?

www.niagahoster.co.id



Kampanye Content Marketing yang Sukses

Kesuksesan kampanye content marketing sederhana Anda mencapai pertumbuhan yang diinginkan.

Empat kategori metrik kesuksesan:
User behavior, engagement, SEO outcome,
dan company revenue.

User Behaviour

User behaviour berfokus pada upaya content marketing mempengaruhi perilaku audiens

Metrik kesuksesannya meliputi:

Page Views, Average Time on Page, Unique Visitors, Bounce Rate, Pages per Session, Traffic Sources, dll.

(dapat dilihat melalui Google Analytics)





Engagement

Engagement berkaitan keterlibatan audiens atas konten yang Anda bagikan di media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, dan Instagram.

Metrik kesuksesannya meliputi:
Likes, Mention, Share, Retweet, Views, Comments, dll.

SEO Outcome

Metrik SEO Outcome digunakan ketika Anda menerapkan strategi Search Engine Optimization (SEO).

Metrik kesuksesannya meliputi:
Organic Traffic, Backlink, Keyword Ranking, Domain Authority, Page Authority, Dwell Time, dll.



Company Revenue

Company revenue berkaitan dengan pemasukan atau konversi yang berhasil Anda dapatkan.

Metrik kesuksesannya meliputi:

Conversion Rate, New Leads Generated, Existing Leads Touched, Return on Investment (ROI), Cost per Acquisition (CPA), dll.





13 ALASAN MENGAPA KAMPANYE CONTENT MARKETING ANDA GAGAL TOTAL



1. Konten Berjalan Tanpa Tujuan

“Tujuan apa yang ingin Anda raih dari kampanye content marketing?”

Jawab terlebih dahulu pertanyaan ini supaya kampanye tidak berjalan secara sporadis.

Contoh tujuan: brand awareness, lead generation, atau thought leadership.



2. Konten Berjalan Tanpa Tujuan

Tiap konten yang Anda terbitkan memiliki pangsa audiens tertentu. Wawasan audiens sasaran sangatlah penting karena dapat membantu menentukan konten apa yang sebaiknya diterbitkan.

Lakukan riset audiens sasaran menggunakan Google Trends dan Ahrefs



3. Jenis Konten Kurang Beragam

Bentuk konten yang Anda terbitkan tidak terbatas pada artikel blog. Anda juga dapat menerbitkan ebook, white paper, wawancara, infografik, podcast, video, dan lain-lain.

Keragaman ini diperlukan untuk menghindari kebosanan pembaca.



4. Kualitas Konten Rendah

Banyak kegagalan kampanye content marketing berasal dari kualitas konten rendah. Bagaimana pun caranya, kualitas konten yang Anda terbitkan harus menjadi perhatian utama.

Hanya saja, membuat konten berkualitas tinggi tidak mudah dilakukan. Jangan lakukan sendiri: bangun tim content marketing berisi penulis, desainer, dan videomaker.



5. Konten adalah Raja, Distribusi Ratunya

Agar dapat berhasil, Anda perlu memadukan konten berkualitas dengan strategi distribusi konten yang tak kalah hebat.

Kenali audiens dan maksimalkan beberapa kanal sekaligus: SERP, Facebook, Twitter, YouTube, Google AdWords, dan e-mail newsletter.



6. Konten Tanpa Call-to-Action

Call to Action merupakan kata ajakan untuk melakukan tindakan. Tanpanya, pengunjung tidak tahu apa yang harus mereka lakukan.

Kata ajakan dapat sesederhana ujaran seperti **Klik di Sini**, **Lihat Tautan**, **Daftar Sekarang**, atau **Beli Produk**. Sesuaikan dengan tujuan Anda, tapi jangan terlalu banyak.



7. Hanya Fokus pada Kuantitas Konten yang Diterbitkan

Semakin sering Anda menerbitkan konten, hasilnya akan semakin baik. Lakukan secara konsisten: seminggu sekali, tiga hari sekali, atau malah setiap hari.

Hanya saja, jangan terjebak pada kuantitas semata. Pastikan juga konten yang Anda terbitkan memiliki kualitas sangat baik.



8. Isi Konten Promosi Melulu

Hindari materi promosi di media sosial secara terus-menerus. Selain membosankan, konten promosi menunjukkan bahwa Anda tidak memiliki cerita menarik untuk dibagikan.

Coba terbitkan konten yang viral-material, mampu menimbulkan perasaan ekstim seperti marah, iba, sedih, atau gembira. Terbitkan juga cerita-cerita menarik seputar produk atau layanan Anda.



www.niagahoster.co.id

9. Terlalu Mengandalkan Satu Metrik Kesuksesan

“One metric that matters the most” dapat Anda jadikan patokan kesuksesan dalam jangka pendek. Dalam jangka panjang, Anda perlu melihat metrik-metrik lain yang dapat menggambarkan seberapa sukses kampanye content marketing Anda - dan tidak hanya berpatok pada satu metrik saja..



10. Mencontek Strategi Pesaing

Hindari meniru mentah-mentah strategi content marketing milik pesaing. Selain tidak etis, Anda juga menunjukkan bahwa Anda tidak kreatif. Sebaliknya, analisa hal apa saja yang bekerja dan hal apa saja yang tidak bekerja, kemudian rancang strategi konten Anda sendiri dari sana.



11. Konten Terlalu Panjang

Secara rata-rata, postingan di halaman pertama Google berada dalam kisaran 1500 hingga 2500 kata.

Konten pendek minim kedalaman, sedangkan konten panjang melelahkan untuk dibaca. Karenanya, targetkan konten panjang, tapi jangan berlebihan.



12. Taktik Ketinggalan Jaman

Keyword stuffing dan over-hashtagging adalah contoh taktik yang ketinggalan jaman.

Agar lebih efektif, Anda harus stay updated.

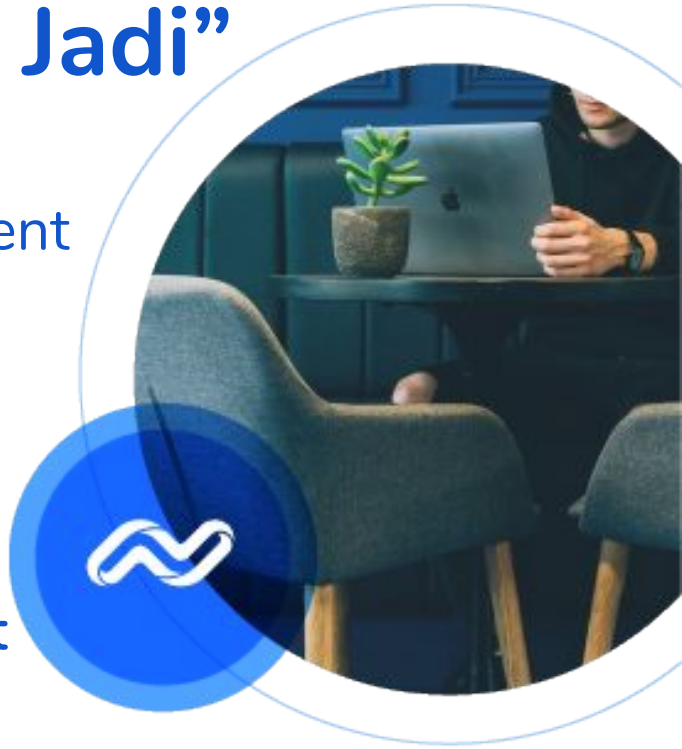
Gabung komunitas untuk belajar bareng.

Selain itu, rajin-rajin belajar dari sumber terpercaya seperti **Neil Patel/Quicksprout, Content Marketing Institute, Copyblogger,** dan lain-lain.



13. Berpegang Teguh pada Prinsip “Konten Sekali Jadi”

Salah satu kunci kesuksesan kampanye content marketing adalah **penyegaran konten lama**. Caranya, perhatikan performa konten lama, lakukan pendataan, dan update agar tetap relevan dengan taktik atau informasi terbaru. Terus perbarui: **kata kunci, heading, CTA, Alt Image, Alt Text**, dan lain-lain.



Referensi Bacaan

- <https://neilpatel.com/blog/4-content-marketing-mistakes-avoid-instead/>
- <https://www.socialmediatoday.com/news/23-metrics-to-measure-content-marketing-success-infographic/540443/>
- <https://contentmarketinginstitute.com/2019/07/content-marketing-time>
- <https://www.searchenginejournal.com/8-outdated-content-marketing-practices-stop-today/152537/>





Thank You!
Sampaikan pertanyaan ke
matias.sri@hostinger.com