

ASSALAMU ALAIKUM

SELAMAT MALAM

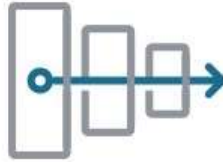
Terima kasih udah menantikan info ini, saya dapat kemarin tengah malam.karena penasaran sich

Dengan FENOMENA POKEMON....hayoo ngaku yang main POKEMON Ngacung

Kemudian membaca sebuah artikel US yang menarik...kurang lebih seperti ini



**Cross-Everything**



**Consumer-Led**



**Value**

Ada 3 cara mencari sumber audience yang kini beralih fungsi yaitu

#### 1.CROSS EVERYTHING

Reach and measure real people every where at any time

[Mencapai dan mengukur audience REALTIME REALLOCATION]

Apakah Anda tahu bahwa 60 % dari PESBUKERS menggunakan setidaknya dua perangkat sehari-hari ?

Orang ini kita sebut sebagai cross-device . Bahkan , audiens Anda menghabiskan lebih banyak waktu di desktop dan mobile

gabungan dari mereka menonton TV.2....betul ngak fakta nie....karena saya juga merasakan

bahkan anak saya umur 4 tahun 5 jalan ajah seneng maen youtube daripada nonton TV (termasuk bapaknya )

Ada satu yang perlu di catat di dalam teknologi smart phone tidak mengenal cookie/jejak rekam apa apa sajah yang telah

kita telusuri web sitenya yups....biasa nya kita klik ajah Hlstory...hanya keuntungannya pengguna Mobile itu lebih

banyak penggunaanya dari pada desktop ( survey membuktikan )

Disamping jumlah pemakai smartphone lebih banyak bahkan sangat banyak ada kelemahan pada smartphone yaitu kemampuannya

yang tidak dapat menangkap jalur lintas perangkat dimana apk yang baru akan menutup apk yang lama berbanding lurus dengan

jumlah pemakainya untuk itu dibutuhkan suatu tracking mampu menelusuri real people yang ada keinginan/kebutuhan produk yang kita jual

ke dua track audience dengan kemampuan/daya membeli , atau memberikan nyata , wawasan berbasis kebutuhan masyarakat yang kampanye . Dan

mereka tidak bisa mengikat keterlibatan digital untuk penjualan fisik .

## 2. CONSUMER LEAD

Tell your brand story in the formats that consumers care about

[ Menceritakan kisah merek Anda dalam format yang konsumen peduli ]

Apakah Anda tahu lebih dari setengah dari semua pengguna ponsel mengatakan iklan yang mereka lihat tidak efektif ? <sup>1</sup>

Untuk dapat membuat dampak/efek penjualan terbesar banyak yang fokus pada REACH/jangkauan audience

bagi saya itu justru tidak penting lupakan REACH, reach/jangkauan biar om mark yang pikir, kita ngak usah pusing apa berapa yang kita ingin

jangkau market kita.Saya yakin 1000 % situ mau jangkauan berjuta juta khan...saya jugah.kalau anda berpikir gimana banyak dapat banyak audience

percaya deh....akan banyak BAKAR DUIT.itu yang saya rasakan.FOKUS LAH kepada RESULT...hasil ibarat kata itulah hasil REAL audience melihat iklan

kita....saya kasih ilustrasi yaa=misal => saya buat brosur 1000 lembar dengan harga per lembar 100 maka biaya brosur saya 100 rb

ini yang disebut REACH...perkiraan jangkauan,,,,,isi iklannya =PROMO 50 % selama 5 hari .....trus saya sebar ke jalan jalan.....

setelah sebar brosur yang datang ke toko saya per hari 10 orang ...maka RESULT saya 10x5 hari=50 orang...artinya apa REACH 1000 RESULT 50

( 5% dari REACH) menurut saya...IKLAN INI tidak ekspektasi saya....KEMBALI KE GOAL ANDA

sekarang bila anda jualan 1 RUMAH apa perlu pembeli banyak....atau bila anda jual jilbab seperti saya pastinya butuh banyak PEMBELI

coba deh mulai sekarang prefered khan PAGE kamu.

untuk memberikan hasil iklan Anda lebih TOKCER anda bisa menggunakan IKLAN MOBILE dengan konsep yangsekuensing kreatif , pemasaran ulang ,

video, asli, dalam aplikasi dan banyak lagi. dengan pendekatan holistik dan komprehensif pemasaran digital ,

menyederhanakan dan memungkinkan alur kerja yang lebih baik sehingga Anda dapat menjangkau konsumen dimanapun mereka berada .

### 3. VALUE

improve your bottom line with people based marketing

[PERBAIKI bottom line dengan fokus kepada pemasaran REAL PEOPLE]

TEKNOLOGI MOBILE sekarang beralih bukan kebutuhan mesin, saya merasakan kecenderungan dulu kita berpola iklan dipaksa mengikuti pola kebutuhan mesin

masih ingat khan banyak penggiat website berlomba lomba menjadi pageone/halaman 1 agar banyak yang melihat iklan kita.kini beralih pola pikirnya

yaitu bagaimana iklan kita banayk di lihat di mobile/handphone mereka melalui apa...melalui media sosial.

INGAT perbanyak INTERAKSI maka semakin banayk TRANSAKSI semakin banyak TRANSAKSI berarti semakin tinggi CLOSINGAN anda dengan begitu otomatis

iklan anda berhasil mendatangkan uang lebih banyak

Apakah Anda tahu dengan sering beriklan dapat membantu Anda lebih baik mengidentifikasi penayangan iklan dari target ?

akurasi yang lebih besar dapat menghasilkan ROI yang lebih besar . Bila Anda sering PRAKTEK mengiklankan kepada audience

di perangkat mereka sendiri , kini anda dapat menayangkan iklan lintas perangkat (desktop/mobile) untuk audiens Anda lebih efisien dan mendorong nilai lebih untuk bisnis Anda .

oke...karena sudah malam nantikan bahasan

- > 3 CARA IKLAN yang paling sering dipakai ADVISER=PPE-CTW-WC

[post per Engagemnt-clik to web-web conversion]

- > KONSEP audience

=> Knowing Audience

kenali audience kamu

=> list audience

daftar audience

=> built audience

membangun audience