**Coba Strategi Experiential Marketing, Agar Berkesan di Konsumen**

****

Halo, Sobat QueenBee! Sejalan dengan pasar yang makin kompetitif—setuju, dong, bahwa tim *marketing* mesti terus berinovasi untuk mencari teknik *marketing* yang terbaik bagi perusahaannya? Nah, ada satu jenis teknik *marketing* yang bisa membuat *brand* Sobat lebih unggul dari *brand* lainnya, nih, yaitu *experiential marketing*.

Teknik *marketing* yang satu ini tidak dilakukan secara satu arah dari perusahaan ke konsumen. Namun, konsumen juga bisa merasakan langsung apa yang ditawarkan oleh *brand*.

*Experiential marketing* adalah metode pemasaran yang mampu memberi suatu **pengalaman emosional** kepada konsumen, Sob. Perusahaan juga bisa mengemas produk sedemikian rupa sehingga menyentuh hati dan perasaan konsumen. Dengan begitu, konsumen akan selalu terkesan dan tidak bisa lupa dengan apa yang telah mereka alami dari pengonsumsian produk tersebut.

**Apa saja fungsi dari *experiential marketing*?**

**1. Membangkitkan merek atau *brand*.**

*Experiential marketing* akan sangat berguna bagi *brand* yang mulai meredup dan **terancam ditinggalkan konsumen**. Hal ini jelas tidak diinginkan oleh perusahaan mana pun, bukan?

Oleh karena itu, menawarkan produk kepada konsumen dengan cara terbaik, adalah suatu keutamaan, Sob. Misalnya, dengan menawarkan produk melalui suatu *campaign* atau *event* yang melibatkan emosi konsumen. Dengan begitu, konsumen akan tersentuh dan tertarik untuk mencoba produk tersebut.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/beautiful-asian-woman-sitting-carrying-shopping-1621608049)

Contoh—MilkLife mengadakan *campaign* spesial pada Hari Ibu di media sosial. Dalam ketentuannya, konsumen diharuskan membuat puisi untuk ibu dengan tema #TerimaKasihIbu. Pemenang akan diundi, dan mereka yang beruntung akan berhak untuk mendapatkan bingkisan eksklusif dari MilkLife.

**2. Menciptakan *image*.**

Sebagian besar konsumen lebih memilih untuk membeli produk yang bercitra baik. Misalnya, produk yang berkualitas baik atau produk yang dijual dengan harga yang relatif murah. Namun, konsumen juga dapat membeli suatu produk karena alasan lain, yaitu **‘keunikan’**. Kesan yang terjadi di benak konsumen tentang merek inilah yang dapat menggiring konsumen untuk membeli produk tersebut.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/portrait-young-happy-carefree-asian-woman-1760754530)

Contoh—Kopi Tubruk Gadjah yang menempatkan diri sebagai *brand* favorit para konsumen yang menggemari kopi tubruk. Hal ini dipertegas dengan panggilan *brand* Kopi Tubruk Gadjah kepada konsumennya, yakni ‘Tubrukers’.

**3. Mengenalkan sebuah inovasi.**

Setiap perusahaan harus selalu memiliki **ide-ide kreatif** dan inovatif ketika mengembangkan produk. Dengan ide-ide kreatif dan inovatif ini, bisnis Sobat dapat berkembang dengan lebih baik lagi. Inovasi ini juga harus dibuktikan keberadaannya agar bisa dikenal oleh konsumen.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/portrait-happy-asian-pretty-girl-holding-1185651883)

Nah, pengenalan inovasi ini bisa dilakukan melalui berbagai penawaran produk yang dapat meninggalkan kesan tersendiri bagi konsumen.

Contoh—Menjelang peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia, Yuzu mengeluarkan varian rasa baru dalam jumlah yang terbatas, yaitu Rasa Teh Melati ala Nusantara. Kemasan botolnya pun dibuat senasionalis mungkin dengan memakai perpaduan warna merah dan putih.

**4. Mendorong terjadinya pembelian.**

Dengan promosi atau penawaran produk yang mengesankan, tentu **minat beli** konsumen akan semakin meningkat. Dalam hal ini, *experiential marketing* bisa menjadi metode yang tepat untuk mengajak konsumen agar membeli suatu produk, Sob.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/pretty-smiling-asian-woman-shopping-bags-1341750485)

Contoh—5 Days Croissant mengadakan promo dengan strategi *direct selling* yang memanfaatkan *key opinion leader* (KOL) sebagai ujung tombak penjualannya. KOL tersebut disesuaikan dengan usia *target audience*, sehingga penjualan dapat lebih optimal dan tepat sasaran.

**Strategi dalam menjalankan *experiential marketing*.**

Berikut 5 strategi yang perlu Sobat terapkan ketika menjalankan *experiential marketing*:

**1. *Sense*.**

*Sense* dapat diartikan sebagai pemanfaatan indera yang dapat dipahami oleh konsumen. Pada dasarnya, hal ini juga mengacu kepada aspek sensorik konsumen. Karena itu, Sobat perlu menjalankan sebuah pemasaran yang bisa menciptakan **daya tarik khusus** bagi konsumen.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/fashionable-asian-woman-carrying-shopping-bags-1838403955)

Dengan cara ini, Sobat dapat membuat konsumen lebih memahami suatu produk dengan lebih baik, melalui segenap panca indera mereka.

**2. *Feel*.**

Sebenarnya, teknik *experiential marketing* bertujuan untuk menciptakan **pengalaman afeksi** kepada konsumen. Untuk itu, Sobat mesti melakukan kegiatan pemasaran yang dapat menyentuh atau membangkitkan emosi tertentu kepada konsumen.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/photo-young-excited-cheerful-woman-holding-1175823697)

Dengan cara ini, konsumen dapat merasakan emosinya sendiri atas produk yang Sobat tawarkan.

**3. *Think*.**

Istilah ‘*think’* dalam strategi *experiential marketing* mengacu kepada **keterampilan kognitif**  konsumen. Keterampilan kognitif ini dapat mengarahkan konsumen untuk memecahkan masalah secara kreatif dan tepat.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/excited-asian-woman-casual-jean-clothes-1557404315)

Diharapkan, keterampilan kognitif yang digunakan akan memungkinkan konsumen menggunakan pemikirannya untuk memilih produk yang ditawarkan.

**4. *Act*.**

Dalam hal ini, ‘bertindak’ mengacu kepada suatu tindakan yang dapat memberi dampak tertentu terhadap pengalaman konsumen. Tentu saja, konsumen dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang pada akhirnya menunjukkan **inspirasi** atau sejenisnya.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/beautiful-shopaholic-asian-woman-carrying-shopping-1524968468)

Melalui inspirasi ini, berbagai hal tentang perilaku atau gaya hidup dapat ditampilkan sesuai dengan produk yang ditawarkan.

**5. *Relate*.**

Strategi yang digunakan untuk menerapkan *experiential marketing* adalah dengan melibatkan pengalaman konsumen. Dengan kata lain, istilah ini mengacu kepada hubungan yang **relevan dan kuat** antara *brand* dengan konsumen.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/hnadsome-asian-man-jumping-isolated-over-1462565723)

*Brand* yang digunakan oleh konsumen akan dikembangkan dengan mengaitkan kepribadian konsumen, serta hubungan konsumen dengan orang lain di sekitarnya. Selain itu, strategi ini juga terkait dengan komunitas *brand* yang terbentuk karena beberapa orang menggunakan merek yang sama.

**Cara menciptakan *experiential marketing*.**

Ada beberapa hal menarik yang bisa terjadi dengan adanya komunikasi yang baik. Salah satunya, pengalaman tak terlupakan yang dirasakan oleh konsumen—termasuk pengalaman mereka ketika menggunakan suatu produk atau *brand*. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan harus bisa mengkomunikasikan pesan dengan sebaik-baiknya, Sob.

Pesan ini bisa disampaikan melalui kegiatan pemasaran yang berkesan kuat, sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.

[](https://www.shutterstock.com/image-photo/beautiful-asian-woman-smiling-holding-shopping-1836598471)

Selanjutnya, pikirkan juga tentang bentuk produknya. Selain komunikasi, jelas perlu ada upaya untuk membangun kekuatan pemasaran, bukan? Nah, salah satu upayanya adalah dengan mengembangkan bentuk produk. Bentuk produk ini mengacu pada produk itu sendiri dan kemasan produk—semuanya, harus ditampilkan semenarik mungkin.

Terakhir, manfaatkan teknologi internet, Sob. Caranya, bisa dengan melakukan promosi atau menawarkan produk pada *website*. Tentunya, penampilan *website* ini harus terus diperhatikan, ya, karena berhubungan erat dengan pengalaman pengguna dan pembaca.

*Okay*, deh, sekian penjelasan QueenBee mengenai *experiential marketing* kali ini. Ingat, Sob—*experiential marketing* tak melulu harus melibatkan produk, kok. Karena itu, ketika ingin menerapkan strategi pemasaran yang satu ini, Sobat perlu mengembangkan kreativitas Sobat seluas mungkin, agar hasil yang diinginkan bisa benar-benar efektif bagi *brand* dan juga konsumen. Selamat mencoba, Sob!

Sumber artikel: Glints.com, Jojonomic.com, Accurate.id, Ekrut.com, Niagahoster.co.id

Sumber foto: Shutterstock.com, Freepik.com