

Modul 1: Memulai Bisnis Digital

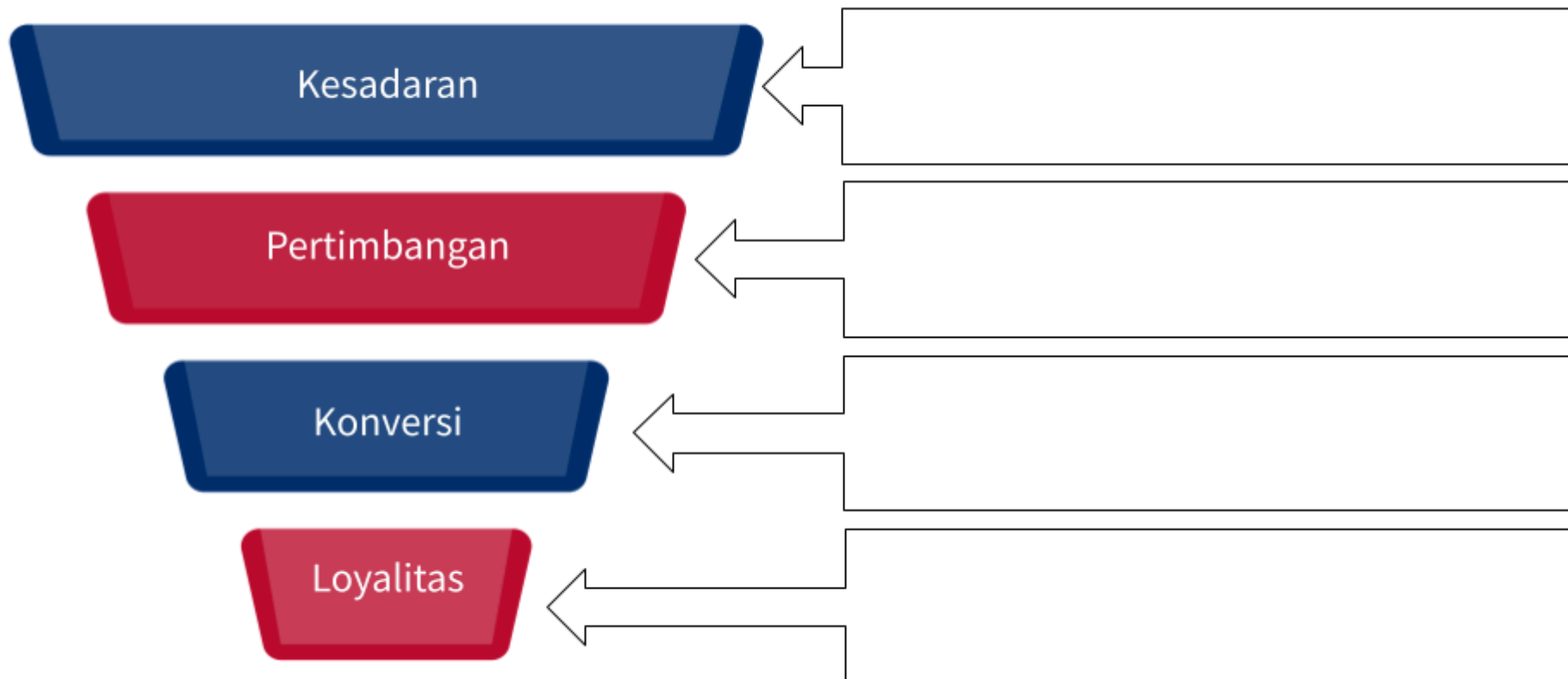
<p>Membangun Kehadiran Daring Situs Web</p>	<p>Manfaat memiliki situs web sebagai kehadiran daring</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membantu membentuk cara orang memandang bisnismu • Bertindak sebagai platform keterlibatan • Memungkinkan kamu mempelajari basis pelanggan lebih lanjut <p>Tutorial membuat situs web menggunakan WordPress https://www.youtube.com/playlist?list=PL6nDc7ACvovJovAaL9nMZUoFZrbcbJMqg</p>
<p>Jadikan Situs Web Anda Terhubung ke Pelanggan</p>	<p>Karakteristik pelanggan berdasarkan segmentasi pasar</p> <p>Membuat situs web yang menarik bagi pelanggan sangatlah penting untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya memastikan keberlangsungan bisnis. Untuk membuat situs web terhubung dan menarik perhatian pelanggan, aspek penting yang harus diperhatikan adalah memahami segmentasi pasar. Segmentasi pasar dapat dilakukan melalui:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demografi: Segmentasi pasar berdasarkan pendapatan, latar belakang pendidikan, tahap kehidupan, jenis kelamin, usia, daya beli, dan kebutuhan kelompok yang berbeda. • Geografis: Segmentasi pasar berdasarkan perbedaan wilayah, kepadatan penduduk, iklim, budaya, dan daya beli pelanggan. • Psikografis: Segmentasi pasar berdasarkan kepribadian, nilai, gaya hidup, dan minat pelanggan. • Perilaku: Segmentasi pasar berdasarkan perilaku pembelian, kebiasaan pelanggan, loyalitas merek, dan tingkat penggunaan. • Pencarian Manfaat: Segmentasi pasar berdasarkan kebutuhan atau manfaat khusus yang dicari pelanggan dari suatu produk atau layanan. <p>Berbagai fitur umum dari situs web yang berfokus pada pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desain yang berpusat pada pengguna • Konten yang dipersonalisasi • Fitur interaktif • Konten yang dapat diakses dan transparan • Gambar dan video berkualitas tinggi • Bagian Pertanyaan Umum
<p>Seleksi Profil untuk Menarik Pelanggan</p>	<p>Mulai temukan prospek secara digital</p> <p>Untuk mulai menemukan prospek secara digital, kamu dapat memulai dengan <i>profile funneling</i>, yaitu sebuah proses yang melibatkan identifikasi karakteristik dan perilaku pelanggan ideal dan menggunakan informasi tersebut untuk menemukan dan melibatkan prospek potensial. Dengan melakukan ini, kamu perlu menentukan audiens target, diikuti dengan membuat corong yang akan menarik perhatian dan melibatkan prospek potensial.</p> <p>Platform untuk profile funneling</p> <ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn • Facebook • MailChimp • Hubspot <p>Sistem profile funneling</p> <p>Sistem ini melibatkan 4 tahap yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kesadaran: Kamu dapat meningkatkan kesadaran merek dengan membuat iklan, kontes rujukan, audiens serupa, dan konten organik di platform kamu. • Pertimbangan: Kamu dapat membuat dan memelihara iklan dengan menjalankan kampanye penargetan ulang dan membuat konten yang memberikan wawasan mendalam tentang produk dan panduan penggunaannya. • Konversi: Kamu dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian dan menjadi pelanggan setia dengan menawarkan uji coba gratis dan diskon khusus. • Loyalitas: Kamu dapat mengirim pesan dan penawaran yang dipersonalisasi seperti penawaran, hadiah loyalitas, dan promosi khusus.



Dalam dunia bisnis yang serba cepat dan sangat kompetitif saat ini, menciptakan produk yang sukses membutuhkan pendekatan yang terencana dan strategis. Salah satu pendekatan tersebut adalah dengan menggunakan Corong Pemasaran, yang merupakan model yang membantumu mengidentifikasi berbagai tahapan yang dilalui pelanggan sebelum melakukan pembelian. Corong Pemasaran terdiri dari empat tahap: kesadaran, minat, keinginan, dan tindakan. Dengan memahami tahapan-tahapan tersebut, kamu dapat mengelola pelanggan secara digital di setiap tahapan corong.

Dalam aktivitas berikut ini, mari renungkan salah satu produkmu sendiri dan selesaikan *Profile Funnel* di bawah ini. Aktivitas ini akan membantumu memahami cara menargetkan audiens secara efektif dan mengubahnya menjadi pelanggan untuk produk dan layananmu di masa mendatang.

Profile Funnel



Memulai bisnis digital mungkin membuat kewalahan pada awalnya, tetapi mengambil langkah kecil akan membantumu menavigasi jalan melalui transformasi digital. Seperti yang dikatakan Mark Twain, "Rahasia menjadi yang terdepan adalah dengan memulai."

Modul 2: Biar Dunia Menemukan Kamu – Mengoptimalkan Pencarian Situs

<p>Memahami Cara Kerja SEO</p>	<p>Apa itu SEO dan apa saja manfaatnya? SEO adalah proses meningkatkan visibilitas dan peringkat situs web di mesin pencari seperti Google dan Yahoo. Dengan menggunakan SEO, kamu dapat meningkatkan visibilitas bisnis, meningkatkan pengalaman pengguna, meningkatkan kesadaran merek, memiliki tingkat konversi yang lebih baik, dan dapat melacak data - semuanya dilakukan dengan cara yang hemat biaya.</p> <p>Bagaimana cara menerapkan SEO menggunakan Google Search Console?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verifikasi situs web • Kirim peta situs • Analisis data yang disediakan oleh Google Search Console • Optimalkan konten berdasarkan wawasan data • Lacak kemajuan dari waktu ke waktu <p>*Untuk informasi lebih lanjut mengenai Google Search Console: https://www.youtube.com/watch?v=ONr5Z7VhNFI</p> <p>Berbagai kiat untuk kata kunci SEO</p> <table border="1" data-bbox="577 958 1801 1531"> <thead> <tr> <th>Aspek</th> <th>E-commerce +</th> <th>Bisnis berbasis layanan +</th> <th>Bisnis ke Bisnis +</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hal yang penting dari kata kunci</td> <td>Gunakan kata kunci yang: <ul style="list-style-type: none"> • Spesifik pada produk • Spesifik pada merek • Spesifik pada kategori </td> <td>Gunakan kata kunci yang: <ul style="list-style-type: none"> • Spesifik pada layanan • Spesifik pada industri • Spesifik pada lokasi </td> <td>Gunakan kata kunci yang: <ul style="list-style-type: none"> • Spesifik pada produk/layanan • Spesifik pada industri </td> </tr> <tr> <td>Elemen yang perlu ditambahkan ke dalam kata kunci</td> <td>Meliputi kata kunci yang berhubungan dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Promosi dan diskon • Pengiriman dan pengantaran </td> <td>Meliputi kata kunci yang berhubungan dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Sertifikasi/akreditasi • Fitur spesifik dari produk/layanan </td> <td>Meliputi kata kunci yang berhubungan dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran bisnis yang kamu layani • Sertifikasi/akreditasi • Tingkatan bisnis </td> </tr> <tr> <td>Letak penempatan kata kunci</td> <td>Tempatkan kata kunci di: <ul style="list-style-type: none"> • Ulasan produk • Bagian SSD di deskripsi produk situs kamu </td> <td>Tempatkan kata kunci di: <ul style="list-style-type: none"> • Deskripsi layanan • Testimoni/studi kasus di situs web kamu </td> <td>Tempatkan kata kunci di: <ul style="list-style-type: none"> • Deskripsi produk/layanan studi kasus/testimoni, posting • Blog </td> </tr> </tbody> </table>	Aspek	E-commerce +	Bisnis berbasis layanan +	Bisnis ke Bisnis +	Hal yang penting dari kata kunci	Gunakan kata kunci yang: <ul style="list-style-type: none"> • Spesifik pada produk • Spesifik pada merek • Spesifik pada kategori 	Gunakan kata kunci yang: <ul style="list-style-type: none"> • Spesifik pada layanan • Spesifik pada industri • Spesifik pada lokasi 	Gunakan kata kunci yang: <ul style="list-style-type: none"> • Spesifik pada produk/layanan • Spesifik pada industri 	Elemen yang perlu ditambahkan ke dalam kata kunci	Meliputi kata kunci yang berhubungan dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Promosi dan diskon • Pengiriman dan pengantaran 	Meliputi kata kunci yang berhubungan dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Sertifikasi/akreditasi • Fitur spesifik dari produk/layanan 	Meliputi kata kunci yang berhubungan dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran bisnis yang kamu layani • Sertifikasi/akreditasi • Tingkatan bisnis 	Letak penempatan kata kunci	Tempatkan kata kunci di: <ul style="list-style-type: none"> • Ulasan produk • Bagian SSD di deskripsi produk situs kamu 	Tempatkan kata kunci di: <ul style="list-style-type: none"> • Deskripsi layanan • Testimoni/studi kasus di situs web kamu 	Tempatkan kata kunci di: <ul style="list-style-type: none"> • Deskripsi produk/layanan studi kasus/testimoni, posting • Blog
Aspek	E-commerce +	Bisnis berbasis layanan +	Bisnis ke Bisnis +														
Hal yang penting dari kata kunci	Gunakan kata kunci yang: <ul style="list-style-type: none"> • Spesifik pada produk • Spesifik pada merek • Spesifik pada kategori 	Gunakan kata kunci yang: <ul style="list-style-type: none"> • Spesifik pada layanan • Spesifik pada industri • Spesifik pada lokasi 	Gunakan kata kunci yang: <ul style="list-style-type: none"> • Spesifik pada produk/layanan • Spesifik pada industri 														
Elemen yang perlu ditambahkan ke dalam kata kunci	Meliputi kata kunci yang berhubungan dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Promosi dan diskon • Pengiriman dan pengantaran 	Meliputi kata kunci yang berhubungan dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Sertifikasi/akreditasi • Fitur spesifik dari produk/layanan 	Meliputi kata kunci yang berhubungan dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran bisnis yang kamu layani • Sertifikasi/akreditasi • Tingkatan bisnis 														
Letak penempatan kata kunci	Tempatkan kata kunci di: <ul style="list-style-type: none"> • Ulasan produk • Bagian SSD di deskripsi produk situs kamu 	Tempatkan kata kunci di: <ul style="list-style-type: none"> • Deskripsi layanan • Testimoni/studi kasus di situs web kamu 	Tempatkan kata kunci di: <ul style="list-style-type: none"> • Deskripsi produk/layanan studi kasus/testimoni, posting • Blog 														
<p>Membangun Kehadiran di Pencarian Google dan Maps</p>	<p>Apa itu Google Business Profile dan apa kegunaannya Google Business Profile adalah profil bisnis digital gratis yang memungkinkan bisnismu muncul di Google Maps dan Google Search. Ini membantu calon pelanggan menemukan dan mempelajari bisnismu, dan meningkatkan visibilitas bisnis.</p> <p>Tutorial cara menggunakan Google Business Profile https://support.google.com/business/answer/2911778?hl=en</p>																
<p>Memahami SEO pada Seluler</p>	<p>Apa itu SEO pada seluler? Proses pengoptimalan situs web untuk pengguna yang mengaksesnya dari perangkat seluler.</p> <p>Mengapa SEO pada seluler penting?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan visibilitas bisnis di hasil pencarian seluler dan mendorong lebih banyak <i>traffic website</i>. • Meningkatkan pengalaman pengguna • Memungkinkan jangkauan yang lebih luas di antara pelanggan • Mengoptimalkan biaya dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional • Memastikan bisnis dapat mempertahankan kehadiran daring selama krisis <p>Apa yang perlu dilakukan untuk mengoptimalkan situs web?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jadikan situs web responsif • Optimalkan untuk kecepatan halaman • Gunakan desain yang ramah seluler • Optimalkan konten untuk pengguna seluler • Manfaatkan Google Search Console • Uji situs web di perangkat seluler 																



Aktivitas

Dalam mengelola pelanggan secara digital, optimisasi mesin pencari/*search engine optimization* (SEO) adalah salah satu komponen terpenting dari strategi pemasaran digital yang sukses. SEO melibatkan pengoptimalan situs web untuk mendapatkan peringkat lebih tinggi di halaman hasil mesin pencari/*search engine results pages* (SERP) untuk kata kunci tertentu. Mengidentifikasi kata kunci yang tepat sangat penting untuk keberhasilan upaya SEO.

Dalam aktivitas ini, kamu akan mempelajari cara mengidentifikasi kata kunci SEO yang relevan dengan bisnis atau situs web-mu. Latihan ini akan membantumu memahami cara memilih kata kunci yang tepat untuk ditargetkan, yang pada akhirnya akan meningkatkan peringkat mesin pencari dan mengarahkan lebih banyak *traffic website*.

Cara melakukan aktivitas:

1. Lengkapi **Tabel Identifikasi SEO**. Dengan mengisi tabel ini, renungkan bisnis dan produk/jasa yang kamu tawarkan.
2. Lihat tabel contoh di bawah ini untuk melihat kinerja Tabel Identifikasi SEO yang diharapkan.

Tabel Identifikasi SEO

Jenis bisnismu	
Layanan/produk apa yang saya tawarkan?	
Apa yang harus disorot dalam kata kunci?	
Apa saja elemen lain untuk dimasukkan dalam kata kunci?	
Di mana saya menempatkan kata kunci?	

Contoh:

<i>Jenis bisnismu</i>	<i>Bisnis berbasis layanan</i>
<i>Layanan/produk apa yang saya tawarkan?</i>	<i>Bimbingan daring untuk siswa SMP</i>
<i>Apa yang harus disorot dalam kata kunci?</i>	<i>Bimbingan daring Layanan pendidikan Bimbingan daring di Indonesia</i>
<i>Apa saja elemen lain untuk dimasukkan dalam kata kunci?</i>	<i>Tutor bersertifikasi Cambridge Dukungan daring 24/7</i>
<i>Di mana saya menempatkan kata kunci?</i>	<i>Posting situs web Posting Facebook</i>

“Realitas SEO adalah realitas dari setiap usaha yang berhasil: Dibutuhkan upaya yang strategis, konsisten, dan memadai untuk mendapatkan peringkat yang baik.”

Viola Eva, Pendiri Flow SEO

Modul 3: Keputusan Berbasis Data untuk Bisnis

<p>Menggunakan Analisis untuk Memahami Hal Penting</p>	<p>Apa itu Google Analytics? Sebuah layanan analitik web yang menyediakan statistik dan alat analitik dasar untuk optimisasi mesin pencari (SEO) dan tujuan pemasaran. Layanan ini digunakan untuk melacak kinerja situs web dan mengumpulkan wawasan pengunjung.</p> <p>Bagaimana data dikumpulkan? Data dikumpulkan menggunakan tag halaman, yang akan dipicu saat pelanggan mengunjungi situs web. Data akan dikirim ke server pengumpulan data Google, dan Google Analytics akan membuat dan memvisualisasikan laporan yang dapat disesuaikan.</p> <p>Data apa yang dapat ditawarkan Google Analytics? Layanan ini dapat melacak hingga 200 metrik untuk mengukur kinerja situs web. Beberapa metrik populer meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Jumlah pengguna dan informasi demografis mereka (untuk membantu segmentasi pelanggan) ● Rasio pentalan (untuk mengukur keterlibatan pengguna) ● Sesi (untuk mengidentifikasi peluang/masalah dengan situs) ● Jumlah tampilan laman (untuk memperkuat SEO situs dan meningkatkan kesadaran merek) ● Pencapaian sasaran/konversi (untuk mengukur seberapa baik orang menanggapi ajakan bertindak)
<p>Memahami Tren Terkini untuk Bisnis Digitalmu</p>	<p>Menerapkan pemasaran berbasis data untuk bisnis</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pastikan untuk menerapkan pemasaran berbasis data, bukan pemasaran berbasis intuisi. ● Tiga aspek untuk menjadi berbasis data: mengumpulkan data, memperoleh informasi dari data, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi dan taktik pemasaran menggunakan data. ● Saat berurusan dengan data (termasuk data besar), pastikan untuk mengidentifikasi data relevan yang dapat membantu meningkatkan bisnis. ● Selain mengakses data yang tersedia seperti data nasional, kamu dapat memanfaatkan situs web atau platform media sosialmu sendiri untuk mendapatkan data. <p>Menemukan alat yang tepat</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifikasi alat yang tidak sesuai dengan bisnis ● Lakukan penelitian menggunakan Product Hunt ● Manfaatkan ChatGPT dengan memberikan petunjuk khusus <p>Tren terbaru dalam pemasaran berbasis data</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Manfaatkan Google Analytics sebagai opsi gratis untuk mengukur platform kamu sendiri ● Manfaatkan kecerdasan buatan (AI) seperti ChatGPT untuk membuat materi pemasaran dengan mudah dan efisien, dengan biaya rendah. ● Manfaatkan otomatisasi dan integrasi dalam melakukan tugas <p>Aspek yang harus diperhatikan saat menjadi berbasis data Meskipun AI, otomatisasi, integrasi, dan teknologi lainnya relevan dan dapat membantu memajukan bisnis, pastikan bahwa kamu:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Miliki protokol keamanan yang baik saat menangani banyak platform ● Waspada kemungkinan bahwa data tersebut mungkin tidak sepenuhnya mewakili pelanggan target ● Miliki sentuhan manusiawi dan revisi materi pemasaran atau keluaran yang dihasilkan oleh AI ● Bersikap etis dan bertanggung jawab dalam menggunakan alat <p>500 Alat AI dan Anjuran Terbaik untuk UMKM (disediakan oleh Jiranan Oh) https://zest-attraction-d65.notion.site/500-Best-AI-Tools-Prompts-SME-576ca951f4994982aa065cf906dc845b</p>
<p>Mengubah Data Menjadi Informasi yang Bisa Ditindaklanjuti</p>	<p>Mendapatkan informasi dari data Wawasan data dapat berkontribusi pada keberlangsungan bisnis karena memfasilitasi pengambilan keputusan, pemecahan masalah, upaya optimalisasi bisnis dan personalisasi, menjadikan bisnismu memiliki keunggulan kompetitif.</p> <p>Bagaimana cara mengubah data menjadi informasi yang bisa ditindaklanjuti?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifikasi tren & anomali yang relevan dengan bisnis. ● Prioritaskan informasi yang penting untuk bisnis. ● Kembangkan rencana tindakan berdasarkan informasi. ● Jalankan dan pantau kemajuan rencana. ● Komunikasikan hasil rencana kepada pemangku kepentingan. ● Lacak kinerja dan cari informasi baru.

Bagaimana menghindari mengambil kesimpulan yang salah saat menganalisis data?

- Miliki pemahaman yang jelas tentang data yang dianalisis
- Pertimbangkan penjelasan alternatif
- Waspada *outlier* atau poin data yang tidak biasa
- Ingatlah ukuran sampel data
- Gunakan teknik dan alat statistik yang sesuai untuk menganalisis data
- Dapatkan pendapat kedua dari ilmuwan atau analis data yang berkualifikasi

Bagaimana kontribusi Google Analytics terhadap keseluruhan performa bisnis dan kelangsungan bisnis?

Data apa yang ditawarkan Google Analytics?	Apa yang bisa dilakukan dengan data itu?
Data <i>traffic website</i> , termasuk jumlah pengunjung, perilaku mereka, dan cara mereka berinteraksi dengan situs web.	Untuk mengidentifikasi masalah dengan situs web, seperti waktu pemuatan yang lambat atau pengalaman pengguna yang buruk.
Data tentang kinerja kampanye pemasaran, termasuk jumlah konversi, biaya per konversi, dan laba atas investasi (ROI).	Untuk mengoptimalkan upaya pemasaran dan memastikan bahwa mereka selaras dengan tujuan bisnis.
Data tentang demografi, minat, dan perilaku pengunjung situs web.	Untuk mengidentifikasi audiens target dan untuk menciptakan strategi pemasaran dan penjualan yang lebih efektif.
Data tentang tingkat penjualan dan konversi situs web (mis., produk, halaman, atau kampanye mana yang mendorong pendapatan terbanyak)	Untuk mengoptimalkan situs web dan upaya pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.
Data tentang pengguna yang mengalir melalui situs web.	Untuk memahami di mana harus memfokuskan upaya untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan rasio konversi
Data tentang jumlah pengunjung seluler, perilaku mereka, dan rasio konversi.	Untuk mengoptimalkan situs web untuk perangkat seluler dan meningkatkan pengalaman seluler pelanggan, menghindari kehilangan pelanggan potensial.



Aktivitas

Pengambilan keputusan berbasis data telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis modern. Dengan banyaknya data yang tersedia di ujung jari kita, penting untuk mengetahui cara menganalisis dan menafsirkan data secara efektif untuk membuat keputusan yang tepat.

Dalam aktivitas ini, kamu akan merenungkan bagaimana kamu mempraktikkan pengambilan keputusan berbasis data dalam bisnismu sendiri. Aktivitas ini akan membantumu memahami pentingnya pengambilan keputusan berbasis data dan cara menerapkannya dalam praktik sehari-hari untuk meningkatkan keterampilan pengambilan keputusan.

Cara melakukan aktivitas:

1. Lihatlah **Tabel Daftar Periksa Keputusan Berbasis Data**. Baca dengan seksama kalimat-kalimat pada daftar periksa, kemudian centang yang sesuai.
2. Renungkan kotak yang tidak dicentang. Pertimbangkan hal-hal tersebut untuk kamu sertakan pada praktik bisnismu saat ini.

Tabel Daftar Periksa Keputusan Berbasis Data

Fase 1: Menentukan dan Mencakup Tujuanmu	<ul style="list-style-type: none"> Tetapkan tujuan proyek. (Ingatlah untuk menjadi SMART!) Identifikasi anggaran, tenaga kerja, dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Tentukan area fokus (yaitu area mana yang memiliki dampak terbesar?) Tentukan data apa yang dibutuhkan dan bagaimana kaitannya dengan tujuan.
Tahap 2: Pengolahan dan Pengumpulan Data	<ul style="list-style-type: none"> Identifikasi bagaimana kamu bisa mendapatkan data. Identifikasi di mana kamu bisa mendapatkan data. Identifikasi berapa lama kamu perlu mengumpulkan data. (Ingat: Setidaknya 3 bulan!) Identifikasi siapa yang bertanggung jawab untuk memantau pemrosesan data dan pengumpulan data.
Fase 3: Menganalisis Data dan Perencanaan	<ul style="list-style-type: none"> Dengan menggunakan alat analitik, identifikasi pola yang menonjol. (Catatan: Merujuk ke profesional jika perlu!) Identifikasi potensi tindakan perubahan. Bentuk rencana yang akan dilaksanakan. Berkomunikasi dengan pemangku kepentingan.

Ingatlah bahwa data hanyalah data jika tidak ada tindakan setelahnya.

Jadi, seperti yang dikatakan Ted Cruz, "Jika kamu akan memutuskan untuk menjalankan kampanye berbasis data (untuk bisnismu), pengambilan keputusan harus mengikutinya."

Modul 4: Kekuatan Manajemen Hubungan Pelanggan

<p>Membangun Hubungan dengan Pelanggan 4.0</p>	<p>Mengapa penting untuk membangun hubungan pelanggan?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan layanan/produk kepada pelanggan akan mendorong berlangsungnya bisnis • Kamu dapat mengurangi perputaran pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui Manajemen Hubungan Pelanggan/<i>Customer Relation Management</i> (CRM) • Pelanggan akan mulai mengadvokasi bisnismu dan membantu upaya pemasaran (dari mulut ke mulut) <p>Bagaimana membangun hubungan pelanggan dengan media sosial?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Miliki rencana pertumbuhan • Manfaatkan ekosistem teknologi • Berikan pengalaman yang mulus bagi pelanggan <p>Bagaimana mempertahankan hubungan pelanggan?</p> <p>Meskipun strateginya mungkin berbeda tergantung pada sifat bisnisnya, memahami pelanggan dan memastikan bahwa hubungan yang kamu bangun relevan dengan model bisnismu akan menentukan keberlanjutannya. Ini dapat dilakukan dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi siapa pelangganmu • Menyoroti sifat keterlibatan yang disukai pelanggan • Menentukan saluran keterlibatan yang tepat
<p>Perjalanan Pelanggan yang Efektif</p>	<p>Apa itu pengalaman pelanggan?</p> <p>Pengalaman lengkap yang dimiliki pelanggan dengan bisnis mencakup tahapan yang mengarah ke pembelian akhir sambil mempertimbangkan perilaku pelanggan.</p> <p>Bagaimana membangun pengalaman pelanggan yang efektif?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi dan tetapkan audiens target • Ciptakan persona pembeli • Pertimbangkan sebagian besar pengalaman pembeli • Terapkan program loyalitas • Maksimalkan titik sentuh yang teridentifikasi • Tangkap pendapat pelanggan tentang merekmu • Latih ketangkasan <p>Apa yang perlu diperhatikan saat mengembangkan peta pengalaman pelanggan?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Titik kontak pelanggan • Momen kebenaran pelanggan • Poin kesulitan yang dialami pelanggan • Tindakan yang diinginkan • Tindakan nyata
<p>Mengelola Hubungan Pelanggan Secara Digital</p>	<p>Pentingnya Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM)</p> <p>Dalam mengelola hubungan pelanggan secara digital, pertimbangkan elemen pendekatan komunikasi, personalisasi, kenyamanan, penggunaan analitik data, keamanan, skalabilitas, dan peningkatan berkelanjutan. Ini membantumu meningkatkan efisiensi upaya layanan pelanggan dan lebih memahami pelanggan, yang mengarah pada penyediaan layanan yang lebih personal dan membangun hubungan yang mantap dan langgeng dengan pelanggan.</p> <p>Apa saja alat yang dapat digunakan untuk mengelola hubungan pelanggan?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perangkat lunak CRM • Email pemasaran • Alat manajemen media sosial • Perangkat lunak obrolan langsung • Perangkat lunak otomasi pemasaran • Alat survei dan umpan balik



Aktivitas

Memahami demografi pelanggan sangat penting untuk bisnis apa pun yang ingin membuat kampanye pemasaran yang efektif dan mengembangkan loyalitas pelanggan. Dengan mengetahui siapa pelangganmu, kamu dapat menyesuaikan upaya pemasaran untuk menjangkau mereka dengan cara yang seefektif mungkin. Dalam aktivitas ini, kamu akan mengidentifikasi demografi pelangganmu. Setelah mengidentifikasi demografi pelanggan, kamu akan memilih pendekatan terbaik untuk membuka kekuatan CRM (*Customer Relationship Management*).

Cara melakukan aktivitas:

1. Lihatlah **Survei Demografi Pelanggan**. Salin dan tempel pertanyaan survei ke Google Form. Sirkulasikan survei ke pelanggan yang sudah ada.
2. Setelah kamu mendapatkan hasil survei, lengkapi **Tabel Demografi Pelanggan**.
3. Setelah menyelesaikan Tabel Demografi Pelanggan, lihat **Pendekatan Terbaik untuk Membuka Kekuatan Tabel CRM**. Lingkari atau tandai pendekatan terbaik untuk pelanggan berdasarkan demografi.

Survei Demografi Pelanggan

Pertanyaan
Berapa usiamu?
Apa jenis kelaminmu?
Apa pekerjaanmu saat ini?
Berapa pendapatan tahunanmu?
Apa tingkat pendidikan tertinggimu?
Apa status pernikahanmu?
Berapa jumlah anggota rumah tanggamu?
Di mana kamu tinggal?
Seberapa sering kamu membeli produk/jasa dari bisnis kami?
Faktor apa saja yang memengaruhi keputusanmu untuk membeli dari bisnis kami?
Apa yang paling kamu sukai dari bisnis kami?
Apa yang paling tidak kamu sukai dari bisnis kami?
Dari mana kamu pertama kali mendengar tentang bisnis kami?
Seberapa sering kamu menggunakan media sosial?
Platform media sosial mana yang paling sering kamu gunakan?
Jenis konten apa yang kamu sukai untuk dilihat di media sosial?
Apa metode komunikasi pilihanmu dengan bisnis kami?
Pernahkah kamu menyarankan bisnis kami ke teman atau anggota keluarga? Jika ya, mengapa?
Apakah kamu akan merekomendasikan bisnis kami kepada orang lain? Mengapa atau mengapa tidak?
Apakah ada hal lain yang ingin kamu bagikan dengan kami tentang pengalamanmu dengan bisnis kami?

Tabel Demografi Pelanggan

Demografi	Segmentasi*			
Usia	18 - 24 tahun	25 - 34 tahun	35 - 44 tahun	Lebih dari 44 tahun
Jenis Kelamin	Pria	Wanita		
Pendapatan per tahun**	Kurang dari Rp 30.0000.000	Rp 30.000.000 - Rp 35.000.000	Rp 40.0000.000 - Rp 42.000.000	Rp. 42.000.000 - 46.000.000
Tingkat Pendidikan	SMA	S1	S2	
Pekerjaan	Layanan Kesehatan	Keuangan	Ritel	Edukasi
Status Pernikahan	Lajang	Menikah	Bercerai	

*Segmentasi ini dapat disesuaikan dengan bisnismu.

** Data diambil dari data akhir 2022 di [Statista](#).

Pendekatan Terbaik untuk Membuka Kekuatan Tabel CRM

Aspek	Pendekatan 1	Pendekatan 2	Pendekatan 3
Pendekatan apa yang sesuai yang dapat digunakan untuk membangun/mempertahankan hubungan pelanggan melalui media sosial?	Pendekatan Personalisasi	Pendekatan Keterlibatan	Pendekatan Layanan Pelanggan
Bagaimana saya menjalankan pendekatan ini?	Kumpulkan data tentang pelanggan, sesuaikan konten, dan berikan tawaran untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi unik mereka	Buat konten yang relevan dan berharga, tanggapi umpan balik pelanggan, dan berpartisipasi aktif dalam percakapan dengan pelanggan	Tanggapi pertanyaan pelanggan dan selesaikan masalah secara tepat waktu dan profesional
Alat apa saja yang mungkin dapat membantu dalam membuat/menjalankan pendekatan ini?	Alat analisis media sosial, perangkat lunak manajemen hubungan pelanggan (CRM).	Alat manajemen media sosial, alat pembuatan konten, chatbot	Alat pemantauan media sosial, chatbot, perpesanan langsung
Siapa yang bertanggung jawab untuk lebih meningkatkan ide ini dan melaksanakannya?	Alat pemantauan media sosial, chatbots, perpesanan langsung	Manajer Operasional	Manajer Produk

“Setiap kontak yang kami lakukan dengan pelanggan memengaruhi apakah mereka akan kembali atau tidak. Kita harus menunjukkan kinerja yang hebat setiap saat atau kita akan kehilangan mereka.”

Kevin Stirtz