

Buku Pelatihan *Diwa* UMKM

Modul 6. Peluang dalam Pemasaran Konten



Halo!

Perkenalkan nama saya _____

(Nama Panggilan)

Silakan masing-masing menyampaikan pendapat mengenai apa itu konten?

Dan konten apa yang sudah pernah kamu buat?

Yuk bercerita!



Apa itu Pemasaran Konten?



Content marketing adalah cara mempromosikan bisnis dengan **membuat dan berbagi konten** yang bermanfaat dan menarik, seperti artikel, gambar, atau video, untuk menarik perhatian pelanggan.



Mengapa Content Marketing Penting?



Membantu menarik lebih banyak pelanggan.



Meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis kita.



Meningkatkan penjualan secara alami tanpa harus selalu menawarkan produk.

Jenis-jenis Konten yang di Buat

Foto/Grafis



Video



Dampak Foto yang Baik dalam Sebuah Konten

PERBEDAAN DESAIN FOTO PRODUK DI TOKO A & TOKO B



Paket Sayur Asem di Toko A



Paket Sayur Asem di Toko B

Bandingkan antara kedua foto produk di samping.

Mana yang terlihat lebih menarik?

Dampak Foto yang Baik dalam Sebuah Konten

ALASAN MAYORITAS LEBIH MEMILIH PRODUK DARI TOKO B



Toko B

1. Foto produk yang ditampilkan Toko B lebih menarik dibandingkan Toko A
2. Foto produk yang ditampilkan Toko B lebih meyakinkan dibandingkan Toko A
3. Foto produk yang ditampilkan Toko B lebih memiliki kesan profesional dibandingkan Toko A

Perilaku ini sangat wajar terjadi karena manusia adalah makhluk visual. Proses penyampaian informasi akan lebih cepat di proses melalui gambar atau foto.

Ternyata, tampilan produk melalui foto maupun media yang lain, **mempengaruhi** perspektif pembeli

- ✓ Lebih enak
- ✓ Lebih profesional
- ✓ Lebih menarik

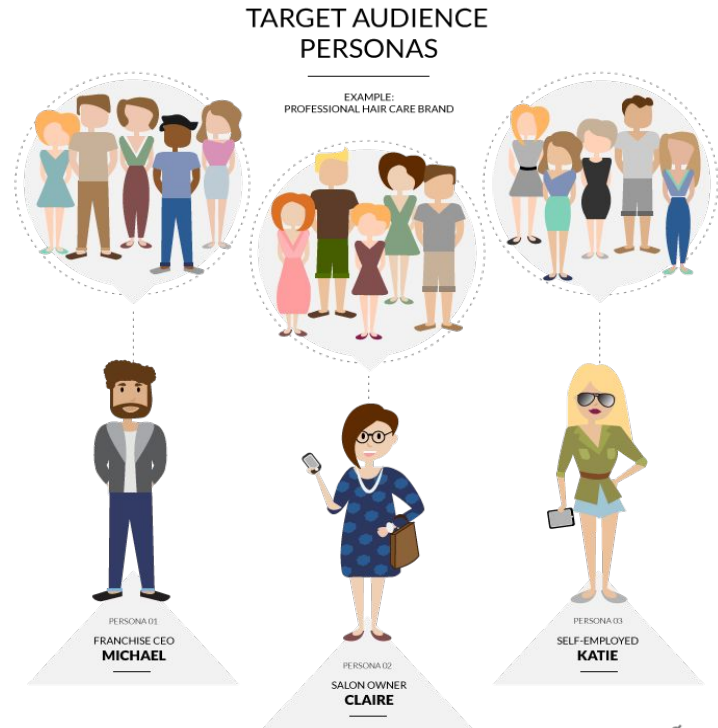


Merencanakan Konten

Memahami Karakter Pelanggan

Karakteristik Pelanggan :

- ▷ Karakteristik pelanggan dapat membantu memahami konsumen Anda (perspektif konsumen) secara lebih baik.
- ▷ Hal ini dapat membantu Anda dalam **menyesuaikan** konten, pesan, mengembangkan produk dan jasa sesuai dengan perilaku konsumen



Contoh visualisasi persona pelanggan



PERSONA PELANGGAN

Jenis kelamin	: Perempuan
Umur	: 30-40 tahun
Pekerjaan	: Ibu rumah tangga
Gaya bahasa	: Bahasa yang lebih dewasa
Konten Favorit	: Resep kue kering, foto makanan
Brand Favorit	: Kartika Sari, Brownies Amanda.
Media Sosial	: YouTube, Instagram, Facebook

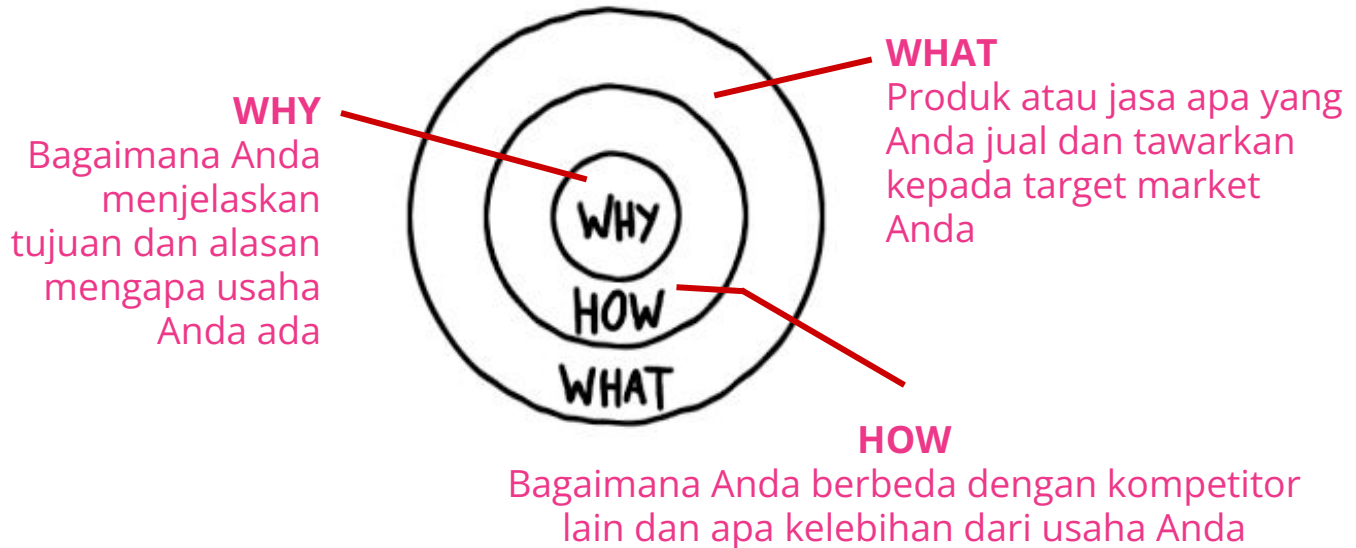
Konten seperti apa yang cocok untuk orang tersebut?

*Lihat kembali di Modul 3

Membuat Konten

The Golden Circle

Sebelum Anda membuat konten, sebaiknya Anda harus memahami apa usaha/produk yang akan ditawarkan ke target audiens agar pelanggan memahami maksud dan tujuan dari usaha Anda.



Buatlah konten sesuai dengan tren



1

Carilah tren topik yang sedang diperbincangkan oleh masyarakat lalu pilih dan sesuaikan dengan bisnis Anda

2

Mulailah untuk mengaplikasikan tren yang ada ke dalam konten yang akan dibuat.

Saat memasuki musim Pemilu, konten dapat dibuat menyerupai surat suara

Konten harus mendefinisikan audiens Anda

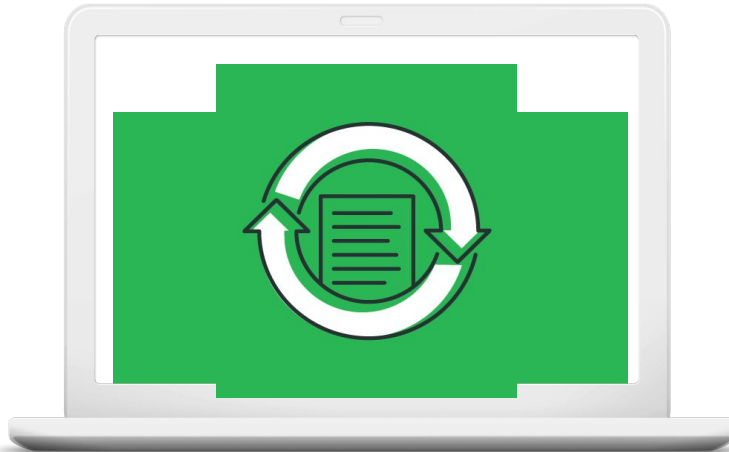


- 1 Mengetahui lebih dalam akan lokasi geografis, pekerjaan, pendapatan dan karakteristik masing-masing audiens.
- 2 Posisikan diri Anda sebagai audiens dan mulailah memahami motivasi pelanggan dalam memilih produk



Contohnya: jika bisnis Anda menjual gadget, dan target audiens Anda merupakan orang-orang berusia 14-40 tahun yang sadar akan teknologi, maka konten yang dibuat haruslah mencerminkan kemajuan teknologi saat ini.

Buatlah konten sesuai dengan tren



Contohnya:

Artikel jadi narasi video
Webinar jadi potongan video
Teks jadi infografis

1

Daur Ulang konten adalah **membuat konten yang sudah dibuat sebelumnya dan mengubahnya menjadi sesuatu yang lebih menarik.**

2

Informasi yang sebelumnya pernah ditampilkan dapat Anda **tampilkan kembali dengan cara yang berbeda**, namun mengandung informasi yang sama

3

Dengan melakukan *mendaur ulang* konten, Anda akan **menghemat banyak waktu**, yang tentunya tetap mampu menarik audiens Anda.

Promosikan dan Distribusikan Konten Anda



- 1 Setelah konten telah dibuat, langkah selanjutnya adalah untuk mendistribusikan konten Anda kepada audiens.
- 2 Distribusi konten dapat dilakukan melalui sosial media, website, blog, dan channel promosi lainnya. Pastikan Anda mendistribusikan konten yang dibuat secara rutin demi menambah ketertarikan pelanggan

Pertanyaan:

Platform apa saja yang tepat untuk kita unggah foto dan video?

Menambahkan *Copywriting* untuk Konten Anda



Contohnya:

Tombol “Cek Sekarang” di Tokopedia

- 1 Tambahkan elemen *copywriting* ke dalam konten Anda yang membuat audiens melakukan action setelah membaca konten Anda.
- 2 Gunakan *CTA (Call to Action)* yang dapat membuat target audiens melakukan tindakan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- 3 Terkadang kamu bisa menambahkan *humor* di dalamnya!

Membuat Kalender Konten

KALENDER KONTEN FEBRUARI 2022 GAMMA SITE

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
		1 Tahun Baru Imlek	2 Promo 2.2	3 Konten Call to Action	4 Konten Q&A Story	5 Konten Lucu/ Jokes
6 IG Story Konten Lama	7 Konten Quotes	8 Konten Tips Atau Edukasi	9 Konten Tips Atau Edukasi	10 Konten Call to Action	11 Konten Q&A Story	12 Konten Lucu/ Jokes
13 IG Story Konten Lama	14 Konten Quotes	15 Konten Tips Atau Edukasi	16 Konten Tips Atau Edukasi	17 Konten Call to Action	18 Konten Q&A Story	19 Konten Lucu/ Jokes
20 IG Story Konten Lama	21 Konten Quotes	22 Konten Tips Atau Edukasi	23 Konten Tips Atau Edukasi	24 Konten Call to Action	25 Konten Q&A Story	26 Konten Lucu/ Jokes
27 IG Story Konten Lama	28 Isra Mikraj					

NB :

Sewaktu-waktu tema dan design konten dapat berubah mengikuti trend yang lagi viral.



"CREATIVITY TAKES COURAGE"

Kalender konten merupakan salah satu sumber yang dapat digunakan untuk merencanakan aktivitas konten marketing.

Kelebihan menggunakan Kalender Konten

1

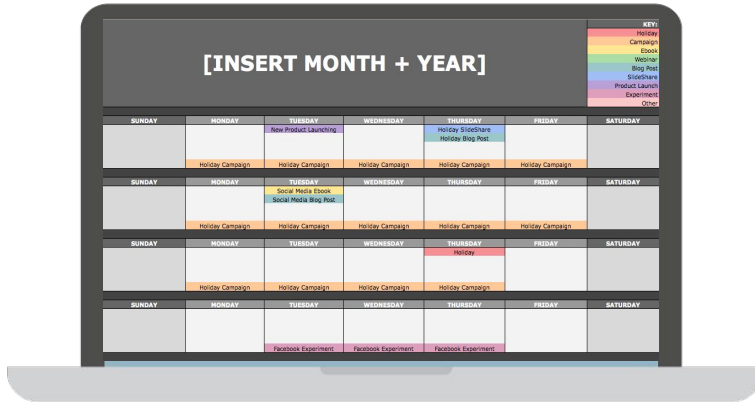
Anda dapat **merencanakan konten seputar peristiwa** penting di industri Anda atau tanggal-tanggal penting lainnya.

2

Anda dapat **menentukan konten yang akan di publish sesuai dengan tanggal** yang seharusnya.

Membuat Kalender Konten

Berikut cara bagaimana Anda membuat kalender konten dengan mudah:



1

Gunakan Google Spreadsheet

atau Microsoft Excel untuk memudahkan Anda membuat kalender konten bersama tim Anda

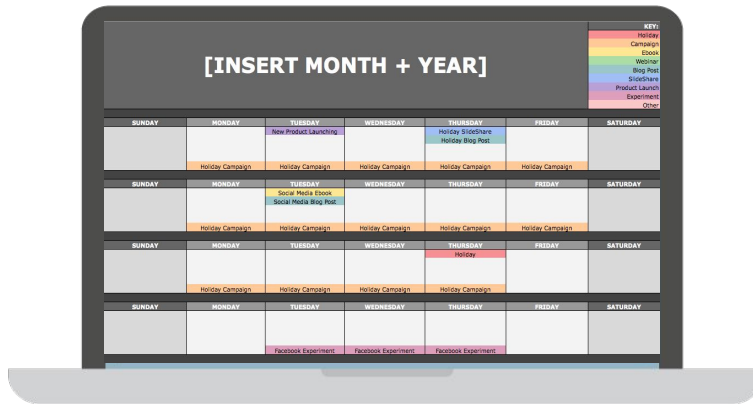
2

Ikuti Tema kalender yang umum

Tuliskan tema kalender umum seperti tahun baru, Imlek, Puasa, Lebaran, Kemerdekaan dll

Membuat Kalender Konten

Berikut cara bagaimana Anda membuat kalender konten dengan mudah:



3 Masukan tema khusus yang sesuai dengan industri usaha Anda

Tuliskan tema khusus yang sesuai dengan industri Anda, seperti Hari Lipstik Internasional jika bisnis Anda berhubungan dengan industri kecantikan, dll.

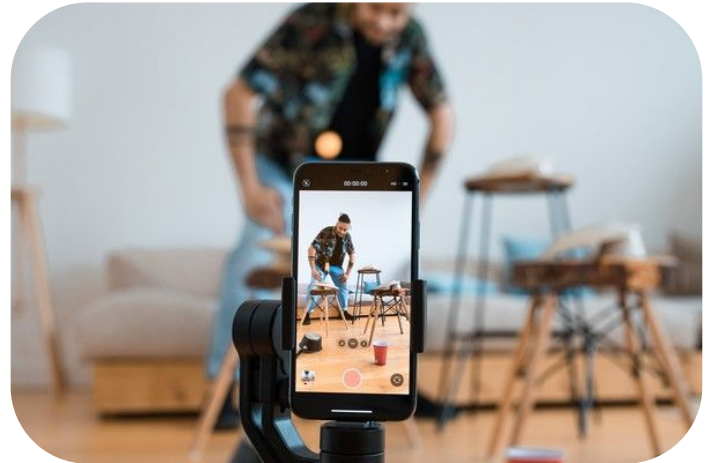
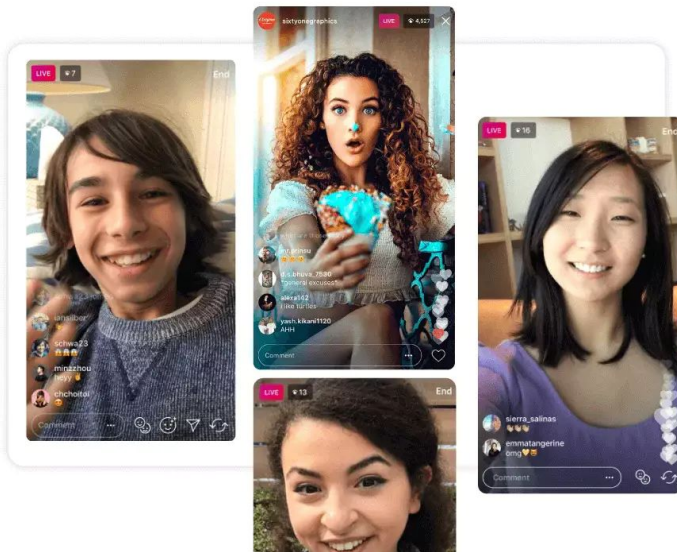
4 Rencanakan dan jadwalkan kapan konten Anda diterbitkan.

Latihan Merencanakan dan Membuat Konten

Merencanakan dan membuat Konten

1. Peserta diminta untuk merencanakan konten berdasarkan karakteristik audiens dalam bentuk kalender konten
2. Peserta diminta membuat konten sesuai dengan rencana dalam kalender konten menggunakan platform Canva
3. Peserta diminta untuk menambahkan copywriting berdasarkan hasil konten yang telah dibuat

...Atau melalui live streaming



TUMBUHNYA MINAT BELANJA KONSUMEN MELALUI LIVESTREAMING

Mendengar belanja di
Livestreaming

Iya
78%

Tidak
22%

71% **29%**

Pernah
mengakses
Belanja
livestreaming

Belum
Pernah
mengakses

56%

Melakukan
pembelian

44%

Tidak melakukan
pembelian

Kategori Produk

(Rata-rata di Asia Tenggara)

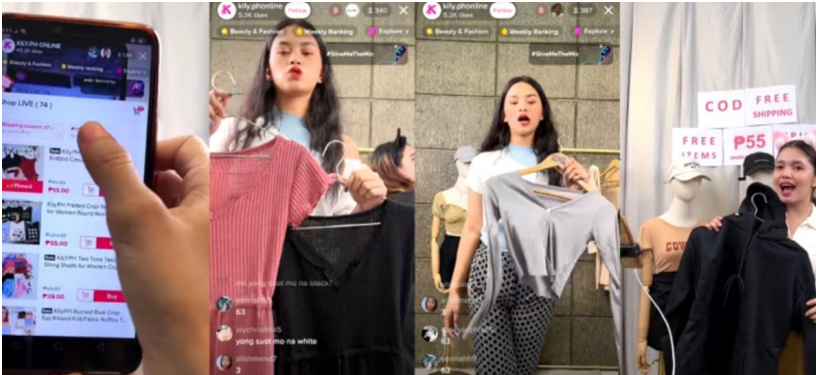
	W4	W5
Pakaian sepatu fashion	51%	72%
Makanan	15%	37%
Produk kecantikan personal	14%	41%
Produk rumah tangga	10%	41%
Produk minuman	4%	19%
Mainan dan video game	3%	20%
Lain-lain	2%	2%

Platform yang digunakan untuk mengakses /
belanja *livestreaming* (Data Asia Tenggara)

Media sosial Facebook Live	83%
Instagram Live YouTube Live	
E-commerce (Shopee Lazada Tokopedia Tiki)	64%
Platform khusus untuk livestream (Twitch 17Live Periscope)	11%

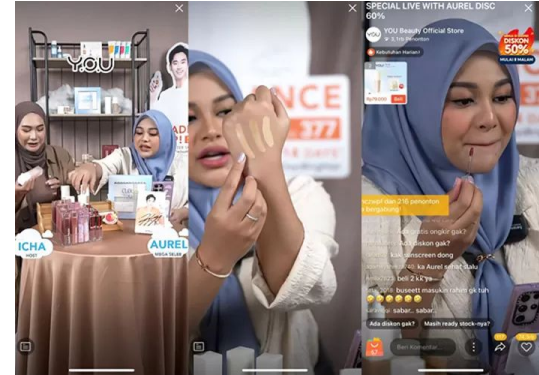
Base have purchased (1,190) **GAME CHANGERS** Ipsos

Platform untuk Live Streaming



TIKTOK

TikTok Live Streaming memungkinkan interaksi real-time yang kreatif dan menarik, menjangkau audiens luas dengan cepat



SHOPEE

Shopee Live Streaming memfasilitasi penjualan langsung melalui fitur e-commerce terintegrasi, meningkatkan konversi penjualan secara signifikan

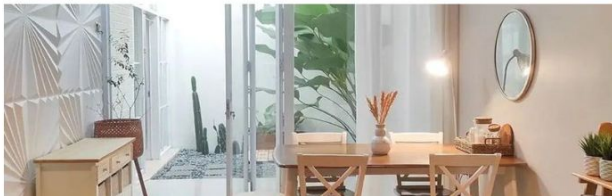
Potensi dari Live Streaming

Potensi live streaming shopping di Indonesia sangat besar dan terus berkembang seiring dengan peningkatan adopsi teknologi dan perubahan perilaku belanja konsumen.

Bola.net > Lain Lain

Live Streaming di Shopee Live, Omzet Brand Lokal Dekornata Naik 8 Kali Lipat

Stella Maris | Diperbarui: 31 Agustus 2023, 11:52 WIB ✓



CNBC Indonesia > News > Berita

Madame Malla Andalkan Shopee Live untuk Raih Omset Hingga Rp 1 M

NEWS - Elga Nurmutia, CNBC Indonesia

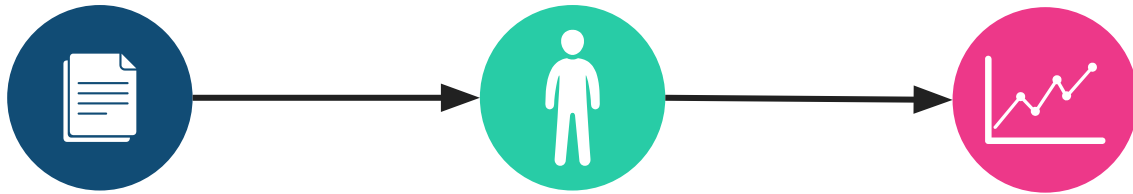
21 June 2024 08:00

SHARE |  



Bagi UMKM, live streaming merupakan peluang emas untuk meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan membangun brand yang kuat di pasar yang kompetitif.

Alur Kerja dalam Live Streaming



PERSIAPAN

Persiapan teknis
Persiapan konten

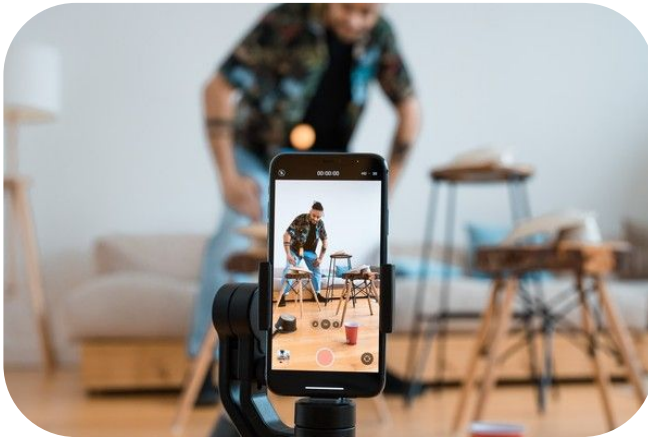
PELAKSANAAN

Teknik Penjualan
Pengaturan dan
Manajemen Waktu

PASCA KEGIATAN

Follow-up
Analisis Kegiatan

Persiapan Teknis

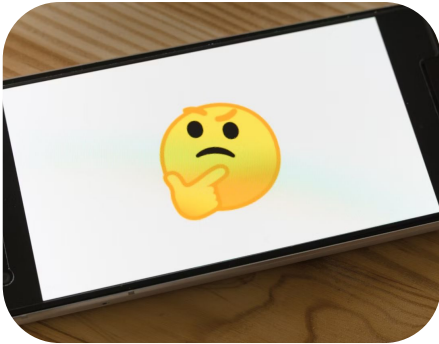


**Smartphone atau kamera +
tripod + internet stabil**



Pencahayaan yang baik

Alur Kerja dalam Live Streaming



Topik

Menentukan topik yang relevan dan menarik bagi audiens, seperti: demonstrasi produk, Q&A



Script

Membuat outline atau script untuk menjaga alur live streaming tetap terstruktur dan tidak berantakan.



Produk

Menampilkan produk secara langsung untuk memberikan gambaran yang jelas kepada para audiens

Teknik Penjualan



Berinteraksi dengan Audiens: Tips untuk berinteraksi dengan audiens, seperti menyapa penonton, menjawab pertanyaan, dan mengajak mereka untuk berpartisipasi.

Body Language: Pentingnya bahasa tubuh yang positif dan ramah.

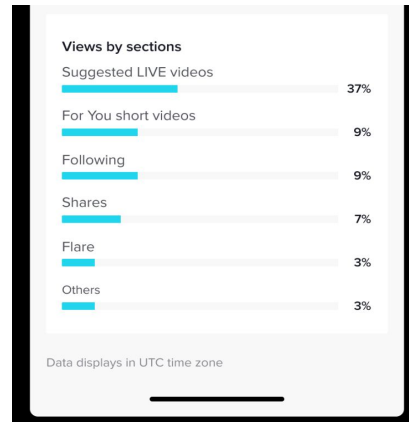
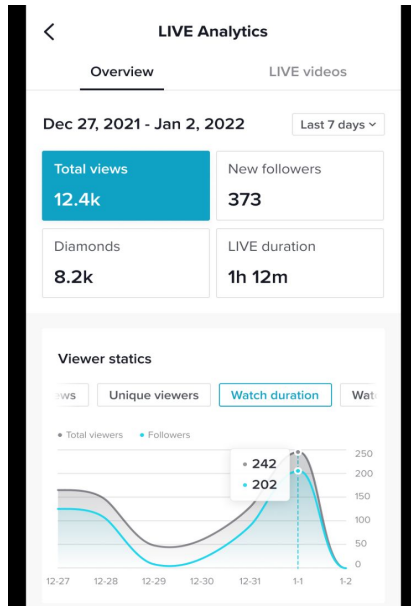
Engagement: Menggunakan polling, quiz, atau giveaway untuk meningkatkan engagement.

Fitur Khusus: Memanfaatkan fitur khusus dari TikTok dan Shopee, seperti efek visual di TikTok atau fitur pembelian langsung di Shopee.

Tips untuk Mempertahankan Penonton di Live Streaming

1. **Masukkan berbagai jenis produk yang dapat meningkatkan minat penonton:**
 - Produk dengan harga murah
 - Produk dengan penjualan terbaik (best selling)
 - Produk yang baru diluncurkan
 - Produk dengan margin tinggi
 - Produk bundling spesial Live
2. **Membagikan bonus koin untuk pembeli saat Live berlangsung**
3. **Gunakan fitur lelang dan polling**
4. **Ajak audiens untuk berinteraksi saat Live berlangsung, seperti memberikan komentar**
5. **Berikan konten yang menarik dan autentik selama Live berlangsung**

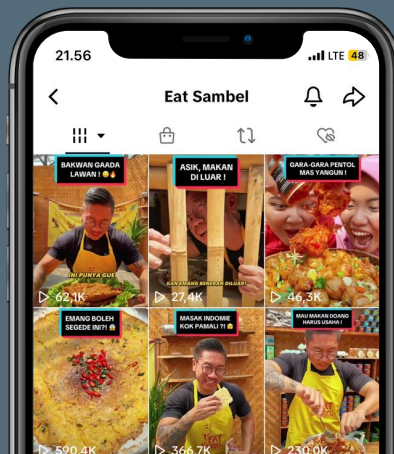
Follow Up & Analisis Kerja



Mengunggah Rekaman: Mengunggah rekaman live streaming ke TikTok dan Shopee, serta platform lain atau website bisnis untuk menjangkau audiens yang tidak dapat menonton secara langsung.

Metrics: Menganalisis metrics seperti jumlah penonton, durasi tontonan, interaksi (like, comment, share), dan jumlah penjualan yang dihasilkan dari live streaming.

Improvement: Mengidentifikasi area yang bisa ditingkatkan berdasarkan analisis kinerja.



Mari Kita Coba Yuk!

Kita mulai berlatih untuk berjualan!

Latihan Berjualan Live Streaming

Merencanakan Live Streaming

1. Peserta diminta untuk merencanakan sesi live streaming termasuk topik, script, dan produk yang akan ditampilkan.
2. Peserta diminta simulasikan sesi live streaming di kelas, dengan peserta bergiliran menjadi presenter dan penonton.
3. Peserta diminta untuk memberikan feedback kepada peserta tentang performa mereka, termasuk interaksi dengan audiens, penggunaan fitur live streaming, dan teknik penjualan.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

