

Marketing, Selling, Branding



“Memperbanyak calon pembeli, hingga closing dan loyal”

Modul 8, kelasbos.com

Learning, Sharing, Earning.

Fahmi Hakim

Sanksi Pelanggaran Pasal 72 Undang - undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing - masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/ atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada Ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Masih banyak yang kebingungan apa itu marketing, selling dan branding. Apa perbedaannya? Atau adakah hubungan diantara ketiganya? Dan manakah yang lebih penting? Serta bagaimana mempraktikkannya?

Coba kalau sekarang saya tanya ke Anda..

“Mana yang lebih penting? Marketing? Selling? Atau branding?”

Bingung? Begitulah yang saya rasakan dulu ketika awal-awal berbisnis. Pikirnya, jualan aja deh. Yang penting laku.. Gausah ngerti yang gitu-gitu amat.

Memang ada benarnya juga. Diawal, baiknya jangan membiarkan momentum berlalu begitu saja. Jadi kalau lagi semangat memulai bisnis dan jualan, jangan ditunda. Jualan, take action saat itu juga.

Setelah berjalan, barulah sambil rapihkan dan lengkapi ilmunya.

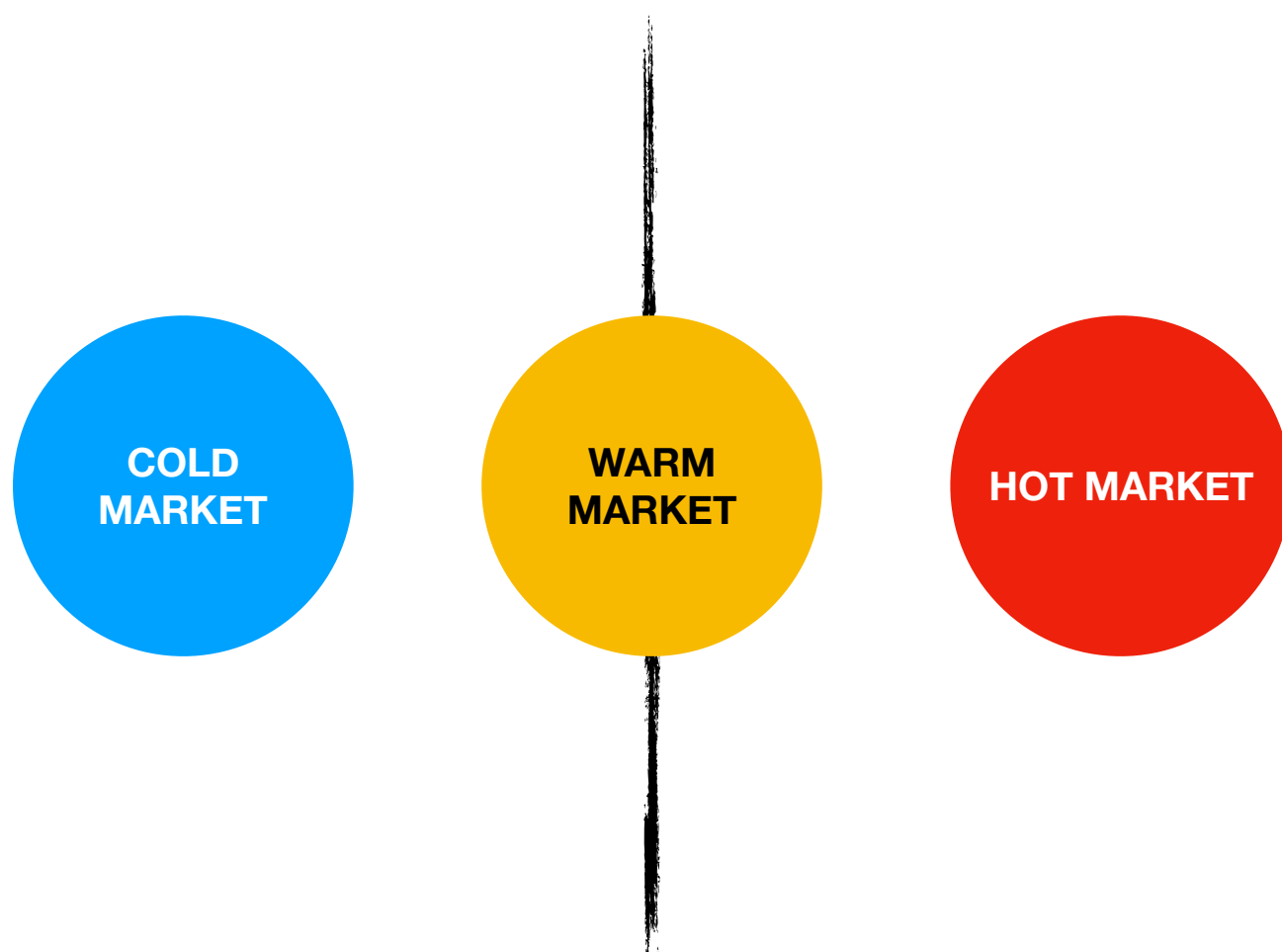
Namun setelah bertahun-tahun berbisnis, saya akhirnya paham. Ternyata kunci agar bisnis bisa terus laris, jumlah pembeli terus meningkat, bahkan membuat mereka terus membeli produk kita, harus memahami dan mempraktikkan apa itu marketing, selling dan branding.

Nah! Berhubung saya sudah mempelajari, mempraktikkan dan memahaminya dari pengalaman bertahun-tahun, sekarang Anda bisa sambil jualan semaksimal yang Anda mampu, sambari mempelajari juga ilmu penting ini : marketing, selling, branding.

Agar Anda paham apa yang harus dilakukan untuk memperbanyak calon pembeli, memperbanyak closing penjualan, hingga membuat customer loyal.

Sebenarnya apa sih marketing, selling, branding? Mana yang terpenting? Urutannya dimulai darimana?

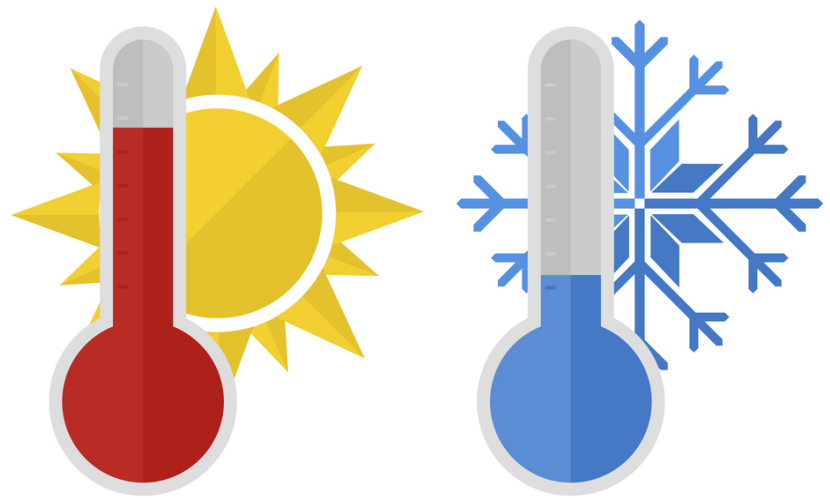
Agar Anda paham, saya gambarkan seperti dibawah ini :



Bahwa market, audiens, atau target pembeli itu ada 3 kondisi. Yang disebut dengan temperature. Tidak semua kondisi market sama, yang siap untuk membeli produk Anda.

COLD, WARM, HOT.

Cold market, adalah mereka yang masih dingin, belum sadar (bahasa marketingnya disebut awareness). Mereka belum aware, alias belum sadar dengan kehadiran bisnis Anda, belum sadar mereka memiliki masalah dan solusinya ada pada bisnis



Anda. Atau mereka belum sadar keinginan mereka itu ada pada bisnis Anda. Gampangnya, cold market adalah mereka yang belum kenal. Dan jelas saja kalau belum kenal, belum siap beli.

Warm market, adalah mereka yang sudah hangat dan sedikit sadar tentang masalah dan keinginannya. Bahkan mungkin sedikit mengenal bisnis Anda. Atau mengenal produk yang Anda jual. Sehingga upaya untuk membuat mereka mau membeli sedikit lebih mudah, dibanding mereka yang masih cold. Benar? Anda tinggal meyakinkan mereka bahwa keputusan membeli produk Anda adalah pilihan yang tepat. Sehingga, terjadilah closing penjualan. Alias terjual, laku.

Hot market, adalah mereka kondisinya sudah panas dan bahkan mungkin sudah menjadi pembeli produk Anda. Mereka sudah aware, sudah kenal.

Tugas Anda untuk hot market ini adalah terus menjaga interaksi, dan membuat mereka loyal. Membeli lagi dan lagi. Jadikan juga mereka mempromosikan produk Anda ke teman-temannya karena kepuasan yang diterima.

Sekarang setelah memahami 3 kondisi tersebut, maka barulah kita bisa menyimpulkan mana duluan urutannya antara marketing, selling dan branding.

Kita bahas satu persatu terlebih dahulu.

MARKETING.

Marketing ini diambil dari kata market dan ing (market-ing). Dasarnya adalah dari kata market. Benar? Nah, sekarang pahami. Apa itu market? Adalah pasar, atau target pasar. Atau gampangnya, audiens.

Kalau bicara target market, maka kita harus memahami siapa market kita, apa kebutuhan, masalah dan keinginannya.. Inilah fokusnya. Seperti 3 temperature diatas, market ada kondisi yang berbeda-beda. Dimulai dari cold, warm dan hot. Maka marketing harus dimulai sejak kondisi cold. Yang artinya harus mampu mengubah mereka yang masih cold menjadi warm dengan strategi-strategi tertentu yang akhirnya disebut dengan strategi marketing.

Goal lebih spesifiknya ada dua. Membuat target pasar menjadi 'aware' dengan produk dan bisnis Anda, alias membuat mereka mengenal bisnis Anda, atau menyadari bahwa solusi dari permasalahan mereka ada pada bisnis Anda. Setelah itu, menjadikan mereka 'leads' atau calon pembeli yang sudah siap membeli produk Anda. Yang kemudian disebut dengan warm market.

MARKETING



Jadi, marketing ini urutan paling awal yang harus dilakukan untuk target pasar Anda. Dengan melakukan berbagai strategi untuk membuat sebanyak-banyaknya target pasar menjadi aware/sadar/mengenal bisnis Anda, hingga mereka jadi 'leads' atau prospek, atau calon pembeli yang benar-benar siap membeli.

Ingat yaa. Tugasnya 2 :

1. Membuat mereka sadar (aware) sehingga muncul 'demand' alias permintaan pasar
2. Dan membuat mereka jadi leads (calon pembeli)

Jadi fokusnya adalah *awareness* dan *leads*.

Saya khawatir Anda bolak-balik baca awareness dan leads masih belum paham. Awareness itu kesadaran, atau mereka sadar, tau, kenal. Kalau leads, itu calon pembeli yang siap membeli produk Anda. Tinggal yakinkan mereka dengan penawaran yang tepat.

SELLING.

Yup! Mari kita pecahkan kata 'selling' ini. Selling diambil dari SELL-ING. Dasarnya dari sell. Dimana sell adalah jualan. Dan selling adalah aktivitas menjual. Benar?

Jadi kalau begitu, sudah clear. Bahwa selling adalah jualan. Dan sadarkah Anda? Kalau jualan ke mereka yang belum kenal, belum sadar, tingkat closingnya lebih rendah. Membuat mereka mau dengan penawaran Anda lebih rendah. Karena belum kenal, belum sadar, belum mau.

Seperti contohnya, saat seorang pria mendatangi wanita yang belum pernah dikenali sebelumnya. Baru pertama kali ketemu di mall, lalu pria ini langsung mengutarakan "Hai cewek.. Nikah yuk sama saya. Mau gak?"

Apa yang kira-kira terjadi? Ya! Hampir yakin, akan terjadi penolakan. Wong belum kenal, belum tau, tiba-tiba diajakin nikah. Siapa elo?

Sama juga saat Anda jualan. Belum kenal, belum tau, belum sadar, belum mau, tiba-tiba langsung jualan. Bukan tidak mungkin, tapi kemungkinan jumlah yang terjual (closing) lebih rendah.

Jadi, lakukan marketing, barulah selling.



Saya buat analogi sederhana yang mungkin terbayang oleh Anda..

Saat pilkada, atau pilpres. Kalau langsung diminta untuk mencoblos nomor urut tertentu, atau pasangan tertentu, ini akan lebih sulit.

Maka, para calon harus melakukan kegiatan yang namanya 'kampanye' dengan mengampanyekan kelebihan, program-program, alasan mengapa harus mencoblos mereka, dan berbagai keunggulannya.

Nah! Kampanye ini bagian dari marketing. Membuat masyarakat sadar bahwa solusi dari permasalahan mereka, ada pada pasangan calon tersebut. Atau membuat masyarakat 'ingin' mencoblos pasangan tersebut pada waktunya nanti. Sementara pencoblosan, itu bagian dari selling.

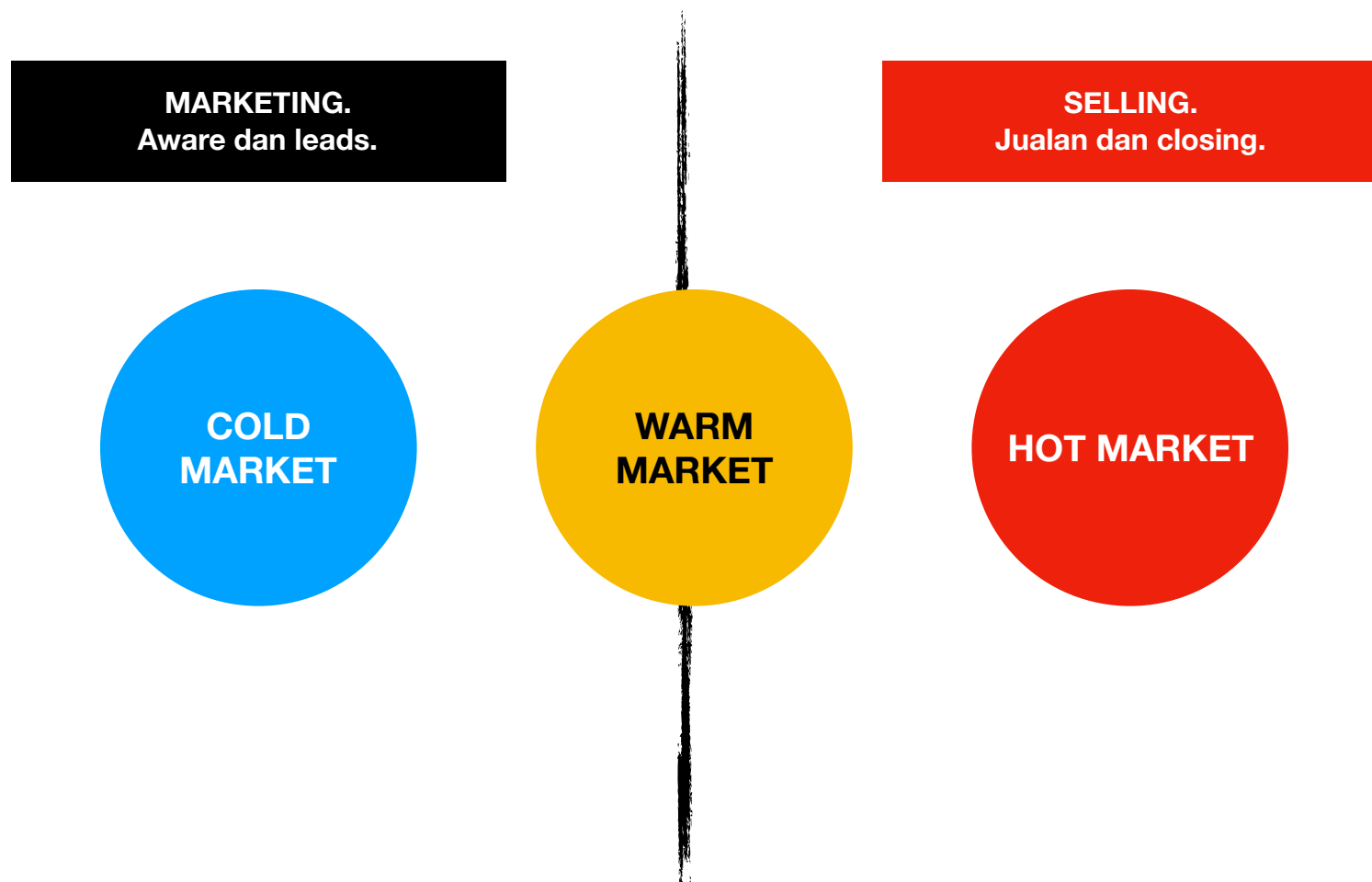


Membuat orang sadar, mau, ngebet, pengen. Itulah bagian marketing. Kemudian diyakinkan agar mau mencoblos, membeli, itulah bagian dari selling. *Tapi tidak dengan money politic yaaa.*

Halagh! Malah jadi nyontohin politik. Hahahaha. Gapapa ya? Agar Anda mudah memahaminya.

Dan memang seperti itu adanya. Dalam marketing, tugas kita adalah melakukan campaign (kampanye) untuk meningkatkan awareness dan mendapatkan leads. Dalam selling, tugas kita ya jualan. Begitulah simplenya.

Jadi kalau saya gambarkan kembali, maka akan seperti ini :



Disebelah kiri, tugasnya marketing. Sebelah kanan, saatnya bagian selling mengeksekusi terjadinya penjualan. Paham ya?

Sekarang pertanyaan yang mungkin muncul dibenak Anda adalah..

“Lalu branding ada dimana dong kalau gitu?”

Sebelum menjawab pertanyaan diatas, mari kita bahas dulu apa itu branding.

BRANDING.

Branding diambil dari BRAND-ING. Dimana brand ini adalah aset bernilai yang tak kasat mata. Maksudnya? Kalau mobil, tanah, uang, itu semua aset yang terlihat alias kasat mata. Sementara brand, aset yang tak terlihat. Tapi ini mungkin nilainya lebih besar dari aset yang kasat mata. Makanya harus hati-hati dalam membangun brand. Kalau bagus, maka akan sangat bernilai. Kalau sudah dirusak, maka akan rusak citranya.

Brand adalah aset yang tak kasat mata. Dimana brand sederhananya adalah kesan yang menempel dibenak audiens tentang bisnis kita, yang dibungkus oleh merk, logo, dan berbagai identitas dari bisnis kita. Kemudian brand dikomunikasikan oleh TAGLINE. Atau slogan. Menentukan tagline sendiri, dijelaskan pada saat live mentoring. Atau video tutorial.

Contoh sederhana..

Misal, saat saya menyebut merk J.CO. Apa yang langsung terlintas dibenak Anda?





Ya! Donat yang rasanya khas, tempat nongkrong yang asik, bagaikan rumah ketiga setelah rumah kita & kantor. Awas ngiler..! Hehehe. Jadi iklan gratis nih J.CO.

J.CO juga memiliki pelayanan yang khas, warna brandnya yang khas, meja dan kursinya yang konsisten seperti itu, dan berbagai hal lain yang melekat pada J.CO. **Itulah BRAND. Kesan yang menempel dibenak audiens.**

Goal dari brand adalah menciptakan customer yang loyal. Jadi kalau mau donat, sambil nongkrong, atau boleh dibawa pulang, maka ingatan saya langsung lari ke J.CO. Selain membeli donatnya, mencoba menu lainnya, hingga benar-benar J.CO udah paling melekat dalam pikiran kita. Inilah loyal. Bahkan kita merekomendasikan J.CO ke teman-teman, saudara dan keluarga, untuk tertarik juga membeli J.CO. Sekali lagi, inilah loyal. Kalau sudah seperti itu, brandnya sudah berhasil.

Satu contoh lagi..

Sekarang saya sebutkan KFC. Apa ingatan Anda? Tidak mungkin bengkel atau tempat tambal ban, kan? Ingatan Anda saat ini langsung berlari ke ayam krispi yang rasanya khas, warna dekorasinya selalu merah, logonya merah, menunya khas, dan berbagai hal lainnya. Inilah brand.

Lalu apa itu branding?

Jadi, branding adalah kegiatan dari a s/d z untuk mengaktivasi, atau menyampaikan brand kita dibenak audiens. Dimulai dari cara menawarkan, cara melayani, logonya, slogannya, warna-warnanya, fotonya, khasnya, semua adalah kegiatan branding. Lebih khusus, bahkan kita bisa membuat event-event untuk mengaktivasi brand.

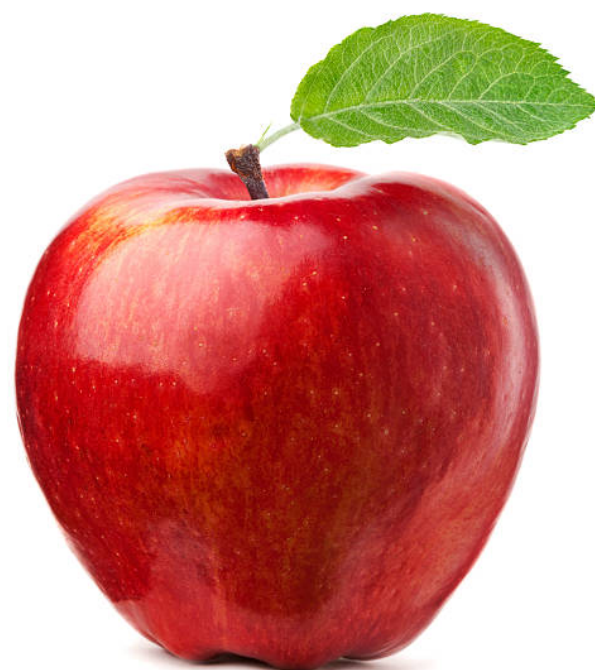
Dan brand itu akan terbentuk saat gigitan pertama. Kalau makanan, pas dimakan enak banget, udah gitu punya ciri khas, merknya mudah diingat, maka langsung nancep brandnya.

Beda kalau beli makanan ala kadarnya, pas gigitan pertama, ini akan menciptakan brand yang jelek. Citranya jelek. Akhirnya gak mau beli lagi dan gak mau rekomendasikan ke yang lain.

Paham kan ya?

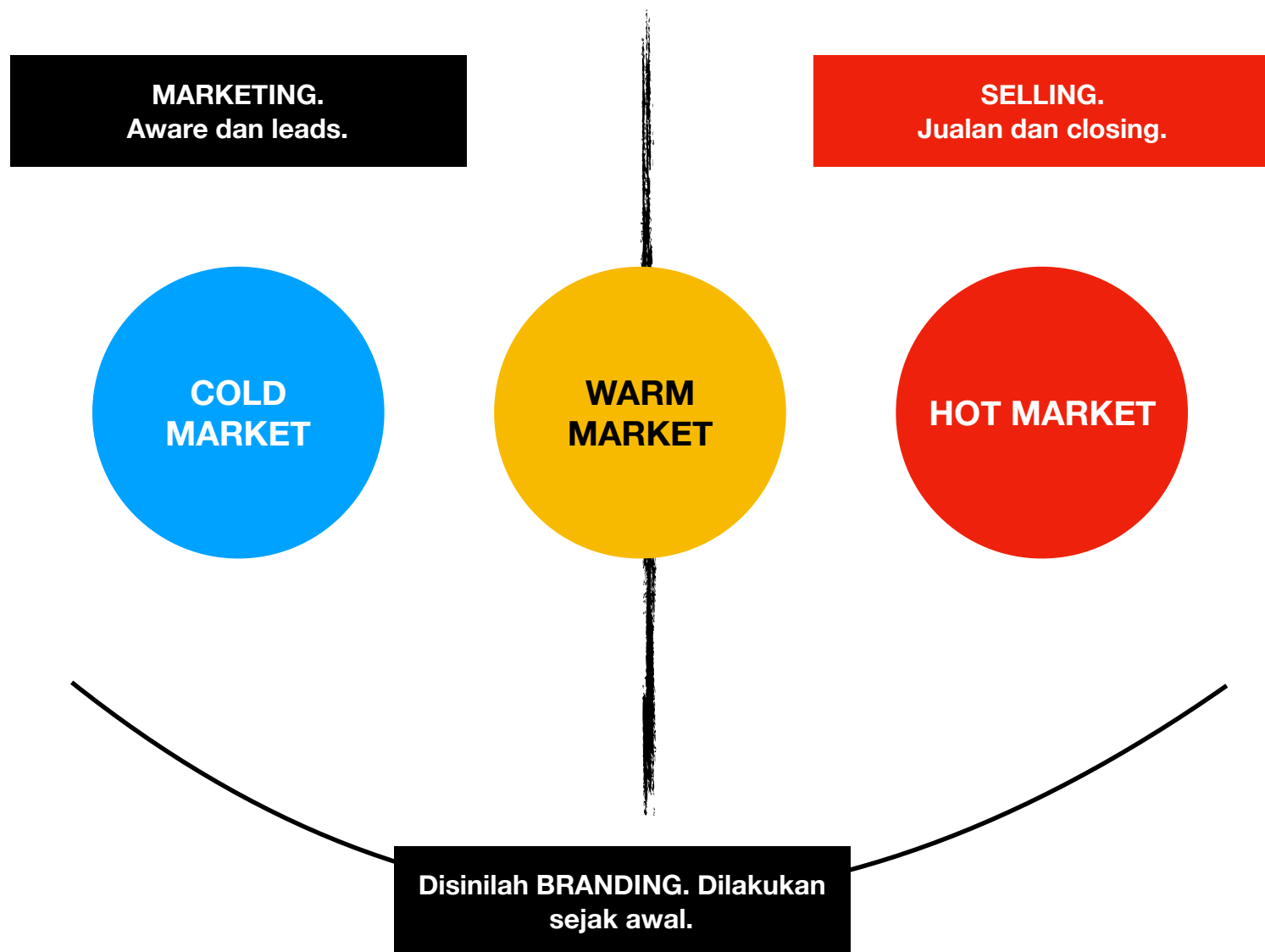
Sekali lagi, tugasnya membuat konsumen loyal. Bahkan kalau brand ini kuat, sudah berhasil membuat pelanggannya loyal, cukup mempengaruhi mereka yang belum beli menjadi 'penasaran'. Contoh saja produk Apple. Saat saya dulu belum punya MacBook (laptop besutan Appel), sudah cukup penasaran.. Karena MacBook telah membuat pelanggannya puas dan loyal. Terbukti para pembeli MacBook, rata-rata punya iPhone, atau produk Apple lainnya.

Setelah saya coba beli MacBook, benar saja! Semakin kuat benak saya mengatakan Apple adalah pilihan tepat untuk saya. Brand Apple ini telah membuat saya menjadi pelanggannya yang loyal. Sehingga akhirnya membeli iPhone, membeli iPad sesuai kebutuhan. Padahal, dulunya anti. Karena saya anggap mahal.



Inilah pemahaman dasarnya tentang marketing, selling dan branding. Tentu saja ada praktek yang harus dilakukan pada tahap marketing, selling dan branding. Silahkan teruskan membaca.

By the way, jadinya branding ini posisinya dimana?



Jadi, branding itu dilakukan sejak awal. Apa yang Anda lakukan saat menjual, menawarkan, ngiklan, posting, membuat foto, itu semua akan menempelkan kesan dibenak audiens. Maka, berhati-hatilah. Jangan sampai merusak brand Anda. Buatlah brand yang baik, sesuai value bisnis Anda.

Kunci branding adalah :

1. Temukan ciri khas dan value yang kuat
2. Aktivasi dengan tepat, sesuai value Anda
3. Sering-sering terlihat oleh audiens, terlihat di postingan, iklan, atau apapun itu (semakin sering, semakin nempel dibenak Audiens)

RE-MARKETING.

Selain marketing, selling dan branding, ada satu hal lagi yang juga penting. Ia adalah re-marketing. Alias mentarget ulang orang-orang yang sudah menjadi leads tapi belum beli produk Anda. Maka ditarget ulang, dimarketing ulang dengan strategi tertentu untuk meyakinkan mereka agar terjadi pembelian. Atau mentarget ulang mereka yang sudah beli, agar mau membeli kembali produk Anda, dan membeli produk-produk lainnya dari bisnis Anda.

Silahkan catat jika dapat point dan insight-insight tertentu. Untuk melengkapi pemahaman Anda, silahkan tonton live mentoring yang sudah kami siapkan.

Sekarang apa yang perlu Anda lakukan untuk marketing, selling dan branding? Anda bisa melakukan beberapa hal dibawah ini :

Marketing.

Seperti penjelasan diatas, tugasnya adalah meningkatkan awareness, meningkatnya demand, dan banyaknya leads, saya akan menyoroti satu hal.. Yaitu 'leads'.

Mengapa? Karena satu goal yang bisa terukur langsung dalam dunia online adalah leads (calon pembeli). Jadi kalau leads yang masuk banyak, artinya strategi marketingnya cukup tepat. Kalau sedikit, perlu diperbaiki strategi marketingnya. Ada yang salah.

Leads dalam online bisa berbentuk :

1. Traffic (pengunjung) website. Karena orang-orang yang sudah klik ke satu halaman website, terinisiasi ada ketertarikan. Tapi ini masih mentah. Belum tentu beli. Sehingga perlu upaya lagi agar mereka benar-benar tertarik, yakin, dan mau membeli.
2. Data pixel Facebook (pixel ini cookies atau kode dari Facebook yang ditanam didalam website kita, guna merekam orang-orang yang masuk ke website kita). Fungsinya untuk retargeting. Mentarget ulang orang-orang yang sudah jadi pengunjung ke web, kalau belum beli, bisa

diiklankan ulang. Soal pixel Facebook, dibahas pada materi Facebook.

3. Data email. Anda bisa menarik data email calon pelanggan Anda. Misal menjual menggunakan website, pada saat mereka klik tombol beli, mengisi data, mengisi email juga. Otomatis kita akan mendapatkan data email. Walaupun ini juga belum tentu beli, tapi saya menyebutnya sebagai leads yang bagus. Karena mereka sudah siap membeli. Tinggal follow up saja, untuk pembayaran. Selain itu, Anda bisa memberikan sesuatu yang gratis (misal gratis ebook, majalah, voucher, event, dll) untuk mendapatkan kontak email mereka. Nanti bahasa penawarannya “Untuk dapatkan gratis majalah kecantikan ini, silahkan masukkan email pada form dibawah ini”.
4. Data nomor WhatsApp. Leads juga bisa berupa nomor WhatsApp.
5. Follower Instagram, dan audiens di Facebook. Walaupun mereka terhitung masih mentah, tapi bisa dikatakan menjadi leads. Karena sudah terbukti mau follow akun kita. Artinya ada ketertarikan. Asal follower yang benar-benar follower bukan membeli fake account.
6. Dan leads yang lainnya.

Nah, strategi marketing yang bisa dilakukan untuk mendapatkan leads dalam online Anda bisa melakukan beberapa hal dibawah ini :

1. Menemukan positioning yang jelas (untuk membuat positioning, Anda bisa tonton live mentoring).
2. Melakukan campaign (kampanye), diberbagai channel yang Anda gunakan. Misal Instagram, Facebook, Blog. Untuk apa? Mengampanyekan, atau menyampaikan solusi dari masalah audiens ada pada bisnis Anda. Mengampanyekan value, keunggulan, manfaat, alasan-alasan mengapa membeli produk Anda, mengampanyekan design yang keren, dengan membuat video, postingan, sesering mungkin. Ingat, tujuan agar audiens aware dan mereka menjadi leads Anda.
3. Membuat konten berupa video dan artikel di berbagai channel
4. Kuasai copywriting untuk membuat iklan penawaran, postingan, dll.
5. Membuat iklan di Facebook, Instagram, atau platform iklan lainnya yang mengarahkan target pasar ke landing page sebelum ke toko online. Sebuah halaman tuju, begitu diklik halaman tersebut menjelaskan produk yang Anda tawarkan. Contoh landing page seperti ini : [**kelasbos.com/goadsspecial**](https://kelasbos.com/goadsspecial) Mengapa landing page? Karena disana Anda

bisa membuat sales letter yang lebih menarik untuk mengubah leads tersebut menjadi tertarik mau membeli produk Anda. Dari marketing, berhasil klik ke landing page (mereka jadi leads), kemudian di selling dengan sales letter yang baik, jadilah tertarik.. Dan terjadi pembelian.

6. Berulang-ulang melakukan kampanye dan iklan. Karena pada kunjungan pertama, sebagian besar leads tidak langsung membeli. Sehingga perlu upaya beberapa kali untuk membuat mereka mau. Hal ini juga bisa dilakukan dalam re-marketing.
7. Manfaatkan email marketing. Anda mengumpulkan kontak email sebanyak mungkin. Inilah leads. Nantinya Anda bisa broadcast untuk menawarkan produk Anda. Tentu saja tidak dengan spamming, tapi dengan strategi yang tepat. Insyaa Allah ini juga akan ada materinya tersendiri.
8. Memberikan sample gratis, untuk membuat orang dengan cepat 'aware' dengan bisnis dan produk Anda.
9. Atau membuat program diskon. Agar dengan cepat orang aware, menjadi leads dan secepat mungkin mereka membeli produk Anda.
10. Jual produk penetrasi duluan. Produk unggulan, produk yang murah, produk unik, atau produk best seller. Agar dengan cepat menyerap pasar, terpenting audiens mau dulu menjadi

leads dan membeli produk kita. Setelah itu, tawarkan produk-produk lainnya.

11. Membuat event seperti seminar, gathering, festival, bazar, parade, atau apapun itu. Untuk membuat audiens aware, mengenal. Jangan lupa minta kontak email/WA mereka dengan mengisi formulir. Sehingga mereka jadi leads.

Jadi sekarang paham ya? Kalau digital marketing adalah proses marketing yang sudah saya jelaskan diatas, namun dalam platform digital.

Selling.

Selling ini, tahap jualan. Maka fokusnya adalah jualan. Namun yang namanya jualan, tidak semudah yang dikira. Ada beberapa hal yang harus dilakukan. Tentu saja pertama pastikan produk Anda hot duluan. Dan orang sudah aware duluan. Barulah lakukan penjualan. Berikut ini yang bisa Anda lakukan dalam tahap selling :

1. Buat landingpage dengan sales letter dan menggunakan copywriting yang tepat. Tidak lebay, tidak bombastis. Intinya menyampaikan value, manfaat, dan meyakinkan mereka bahwa produk Anda adalah pilihan tepat. Serta menyampaikan informasi, kalau produk Anda adalah yang mereka cari.

2. Menguasai teknik closing. Bagaimana Anda bisa menutup penjualan berujung pembelian.
3. Follow up. Ini juga penting. Orang-orang yang sudah melakukan pembelian, mereka belum tentu melakukan pembayaran. Maka harus dilakukan yang namanya follow up. Saya pribadi follow up minimal 4x. Pertama pada saat mereka melakukan pembelian. Jadi begitu order, langsung diarahkan ke halaman invoice pembayaran (jika menggunakan website). Jika pembelian via WhatsApp, langsung saat itu juga berikan jumlah yang harus dibayarkan dengan kalimat yang pas. Kemudian di follow up esok harinya jika belum membayar. Diingatkan lagi esoknya, sampai hari ketiga. Selebihnya, dibiarkan. Karena bisa jadi mereka ragu, belum ada uangnya, sehingga strateginya berbeda. Bukan follow memaksa mereka untuk membayar. Tapi dengan membuat penawaran di lain waktu. Bisa jadi tidak membeli hari itu, tapi membeli di hari lain.

Ini hal-hal yang harus Anda lakukan dalam tahap selling.

Re-marketing.

Tahap ini perlu dilakukan. Seperti yang saya tuliskan diatas, bahwa pada kunjungan pertama calon pembeli Anda tidak benar-benar membeli saat itu juga.

Maka diperlukan strategi re-marketing. Atau mentarget ulang leads yang belum membeli agar mau membeli. Dan mentarget ulang mereka yang sudah membeli agar membeli produk Anda lagi dan lagi. Atau membeli produk Anda yang lainnya.

Maka pada tahapan ini, beberapa hal yang perlu Anda lakukan :

1. Membuat iklan ke orang-orang yang pernah mengunjungi website Anda, atau broadcast ke kontak email/WA yang belum membeli untuk membeli produk Anda.
2. Menjaga kepuasan pembeli. Agar menjadi acuan dan penilaian mereka untuk membeli kembali produk Anda yang lainnya.
3. After sales. Buatlah program after sales. Ini dilakukan agar mereka puas, ada kejelasan setelah membeli produk Anda. Tidak ditinggal oleh penjualnya. Sehingga, ini akan menjadikan mereka loyal, puas, dan mau membeli produk Anda yang lainnya.
4. Engagement. Yup! Alias interaksi. Anda perlu menjaga interaksi dengan leads dan pembeli Anda. Bisa membuat konten, menyapa mereka melalui IG Story misalnya, membuat film pendek, video, atau apapun itu. Sehingga interaksi terjaga, mereka akan terus mengingat kita dan membeli produk kita di lain waktu.

Branding.

Kemudian, ini beberapa hal yang harus dilakukan pada tahap branding :

1. Temukan value dan positioning bisnis Anda. Sampaikan value dan positioning ini dengan slogan/tagline. Tonton live mentoring untuk memahami apa itu slogan.
2. Menemukan merk yang tepat.
3. Memiliki ciri khas dan pembeda yang kuat.
4. Mengaktivasi value, ciri khas, pembeda, positioning dengan membuat postingan, event, video, iklan, dan berbagai kegiatan lainnya.
5. Berhati-hati dengan apa yang Anda lakukan, yang bisa merusak brand.
6. Sering-sering nongol di postingan, iklan, story, blog, atau apapun itu. Guna mengunci benak audiens. Agar mereka semakin ingat dengan brand kita.

Oya, perhatikan ini. Jika produk yang Anda buat merk Anda sendiri, maka yang di branding adalah produk dan tokonya. Kalau Anda masih reseller/dropshipper, yang dibranding adalah tokonya, bukan produknya. Misal, dulu saya jualan berbagai merk kaca mata. Levis, rayban, oakley, Salvatore Ferragamo, dll.

Namun bukan merk tersebut yang saya branding. Melainkan toko onlinenya. Yaitu, optik hebat. Meskipun sekarang sudah saya tutup. Khawatir gak berkah, karena banyak produk KW.

Berbeda dengan Meetbos. Itu memang merk produk saya. Maka yang di branding adalah produknya. Jelas, nama dan domain toko onlinenya saya buat sama juga : meetbos.com. Bukan jadi tokobajupebisnis.com. Bukan.

Sekarang, ini tugas Anda.

Buatlah rencana program marketing, selling dan branding yang akan Anda buat. Ikuti hal-hal diatas yang sudah saya tulis. Apa program yang akan Anda buat?

Saya pribadi, selalu membuat program. Tidak ujug-ujug dan sekedar jualan. Kalau sekedarnya, jangan heran jika hasilnya juga sekedarnya.



Insyaa Allah soal teknis membuat toko online, landing page, copywriting, iklan, dst akan Anda pelajari di materi berikutnya. Sip?

Semoga bermanfaat,

Fahmi Hakim.

kelasbos.com - *Learning, Sharing, Earning.*