



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

Produk Riset

Pemasaran Digital, presented by Denta Purnama



Produk Riset

- Riset pasar untuk mengenal calon pembeli kita maka riset produk untuk mengenal produk yang akan kita jual
- Standar product knowledge yang akan berisi: list harga, materialnya, proses buatnya, fungsi dasarnya, cara pemeliharaan dan cara pakai, benefit dan perbandingan kompetitor, layanan after sales, dan hal lainnya.



Tujuan riset produk

- Produk apa yang sedang trend di market?
- Produk yang paling laku di market?
- Fitur apa yang paling dibutuhkan?
- Range harga yang paling masuk akal?
- Benefit dasar yang harus dimiliki produk?



Metode produk riset

1 Review di Marketplace

Bisa dilihat review tiap produk yang dijual oleh marketplace dan juga ada data pembelian yang sudah terjadi untuk produk tertentu. Ada juga fitur mengurutkan yang paling banyak terbeli dan harga termurah sehingga kita bisa melihat data produknya langsung.

2 Sosial Media Olshop

Bisa dilihat komentar yang ada di tiap foto produk mereka, bagaimana tanggapan - tanggapan yang ada dan apa yang paling disukai rata - rata pembeli mereka.



Metode produk riset

3 Google Trends

Ketikkan kata kunci berkaitan produkmu maka bisa dilihat tren pencarian dari waktu ke waktu bila meningkat berarti banyak yang berusaha mencari tahu produk itu.

4 Kuesioner

Buat list pertanyaan yang relevan untuk mengetahui mana fitur dan benefit yang mereka butuhkan sehingga kita bisa berusaha untuk menyediakan fitur tersebut bila banyak yang minat.



Metode produk riset

5 Iklan Online

Bila kita man sering dapat iklan dari produk tertentu bisa jadi produk itu juga cukup laris sehingga dia bisa rutin beriklan maka cek ke web atau akun sosmed mereka, bisa dilihat value produk mereka seperti apa dibanding dengan produk kita.

6 Google Search

Tools ini juga bisa kita gunakan untuk dapat produk yang lagi trend atau sangat laku walaupun nanti akan diarahkan ke web review produk tapi kita bisa belajar banyak dari web itu mengenai fitur dan value yg berguna untuk konsumen.



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

Metode produk riset

7- Banyak Dibicarakan

Tools yang satu ini cukup lihat dari pertemanan sekitar saja dari grup wa atau sosmed atau online forum yang diikuti, apa yang sedang banyak dibicarakan lalu cek ke web mereka atau sosmed mereka lalu cari tahu apa yang ditawarkan dan coba gimik apa yang mereka tawarkan



Value produk

Value produk secara umum terbagi menjadi dua:

- value rational yang berupa fitur produk dan manfaatnya secara rasional
- value emosional dimana valuenya sangat emosional seperti produk kesukaan artis tertentu atau produknya mewakili komunitas tertentu atau punya pesan tertentu

Value produk juga bisa dilihat dari apakah produk ini tergolong kebutuhan (needs) atau keinginan (wants)

Value produk akan sangat bergantung dengan kondisi konsumen, maka mengenal kapan mereka butuh produk kita dan kenapa mereka butuh/ingin produk kita harus terjawab lebih dulu.



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

Teknik selling

Selling adalah bagian dari marketing dimana aktivitasnya memang ditujukan untuk mendapatkan pembeli pertama yang belum pernah berhubungan dengan bisnis kita sama sekali.



Teknik selling

1 Up sell – Down sell – Cross sell

- Up sell = menawarkan produk serupa namun bila tambah size harga bisa lebih murah, contohnya beli dua diskon 20% atau beli versi mewah tapi harganya gak beda jauh.
- Down sell = menawarkan produk serupa namun bila ambil size lebih kecil value yang didapat ternyata gak berbeda jauh, contohnya menawarkan jam mewah yang mahal lalu nawarin juga jam yang versi rendahnya.
- Cross sell = menawarkan produk lain agar di bundle dengan yang sudah ada dan harganya lebih murah bila beli berbarengan, contohnya paket hemat atau paket lebaran atau ketika di indomaret kita ditawarkan pulsa. Seorang yang membeli raket ketika saat transaksi dia ditawarkan kok dari penjual sebagai pelengkap.



Teknik selling

3- FOMO (Fear of Missing Out)

- teknik ini muncul karena sifat manusia yang tidak ingin ketinggalan atau kehilangan sesuatu lalu marketer memanfaatkannya dengan menggunakan bahasa, seperti: diskon 10% cuma hari ini lho, buruan daftar sekarang!



Teknik selling

4- Bakar Uang/Jual Rugi

- populer karena banyak startup teknologi banyak gunakan untuk metode tumbuhnya seperti marketplace memberikan banyak diskon yang tak masuk akal atau e-commerce yang jual satu barang dengan harga murah untuk dapat database yang tertarik dengan produk-produk tertentu. Biasanya teknik ini digunakan untuk produk yang memang punya jangka waktu beli ulangnya pendek, jangan gunakan untuk produk yang beli ulangnya lama.

Contoh : Amazon, sejak tahun 1995 - 2014 masih tetap merugi, karena profit nya digunakan untuk membeli 9 perusahaan sejak 1999 - 2014. Mereka menunda keuntungan yang kecil demi keuntungan yang lebih besar di kemudian hari. Tahun 2015, sudah berhasil memperoleh profit dan 2016 terjadi peningkatan laba hampir 300 juta dollar AS.



Teknik selling

5 Social Proof

- popularnya sosial media dan interaksi dengan bisnis udah sangat mudah, seperti sedang interaksi dengan kawan, maka sosial proof (bukti sosial) muncul sebagai teknik selling yang ampuh. Bentuknya sangat beragam ada yang screenshot bukti transfer, ada video asli dari pengguna produk secara real, ada juga yang buat testimoni dan review panjang mengenai produk tersebut.

6 Personal Selling

- Berjalan dengan baik bila personal brand owner juga bagus sehingga konsumen percaya dengan pemilik bisnis secara personal. Teknik ini biasanya akan mempengaruhi orang terdekat lebih dulu kemudian berkembang seiring perkembangan personal brand ownernya, makanya banyak pengguna teknik ini adalah influencer atau artis yang terkenal.



Teknik selling

7- Anchor Price

- inti dari teknik ini adalah membuat harga barang tertentu bisa diterima oleh publik atau menggunakan persepsi bahwa harga tertentu untuk barang tertentu sudah diterima oleh pasar kemudian menggunakan info tersebut untuk melakukan diskon atau hal lainnya untuk mendapatkan penjualan lebih banyak. Contohnya harga coret, dimana harga aslinya adalah 100.000 tapi dicoret lalu diganti 75.000 sehingga konsumen merasa valuenya jadi besar.



Handling Objection

8 Objections (penolakan)

- Ada 4 penolakan yang biasanya terjadi saat lakukan sales/closing, karena:
 - Harga, tekankan lagi bahwa value for money nya sangat menguntungkan mereka.
 - Kualitas layanan, harus training lagi bagian admin atau cs nya biar lebih ramah misalnya.
 - Kepercayaan, bangun hubungan yang lebih berarti dengan konsumen sehingga lebih dekat.
 - Tak jadi di akhir, buat penekanan urgency sekiranya lebih bold lagi.
 - Kemudian setelah tahu kenapa mereka menolak tawaran itu maka digali lagi saja, agar setidaknya dapat masukan untuk perbaikan kedepannya.



Teknik Closing

- Berikan pertanyaan yg jawabannya sama-sama beli
 - Kak jadinya mau produk a atau produk b?
- Asumsikan mereka jadi beli
 - Setelah tanya harga, jawab: 50rb mau satu atau dua kak?
- Bandingkan value produk kita dg yg sudah terkenal
 - Kopinya enak lho gak sepahit kopi bla bla
- Usahakan jadi yg chat terakhir
 - Pembeli bilang oke, lalu kita jawab: iya kak terimakasih sudah berbelanja di toko kami
- Now or never
 - Mumpung masih ada barangnya nih kak!
- Empati terhadap konsumen
 - Bisa ilangin jerawat kak? Jgn langsung ke produk tapi bisa dikasih saran dan tips dulu
- Testimoni yg sudah berhasil
 - Ketika chat bisa dikasih tau siapa yg berhasil dan bukti foto atau videonya



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

Copy AIDA

Ini adalah struktur paling sering diajarkan yaitu Attention/Attract (cari perhatian) Interest (buat mereka tertarik) Desire (buat mereka berhasrat) lalu Action (arahkan utk bertindak), aplikasi yang umum banyak dipakai pada postingan carousel ig atau artikel web dimana memang sudah dibuat untuk sangat bermanfaat dan relevan dengan target audiens.



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA