

Momentum Digital Insight

Database is King, Content is Queen.

Top marketing
priorities for
the next
12 months.



Najib Asaddok

MOMENTUM DIGITAL MARKETING INSIGHT



Tidak menyimpan *database*, *database* yang disimpan tidak lengkap, serta *database* tidak disusun dengan baik merupakan isu utama yang Momentum Digital kenalpasti.

DATABASE

Terdapat beberapa jenis *lead* antaranya adalah ada *lead* yang boleh dibawa terus ke aplikasi Whatsapp. *Lead* ini perlu disimpan secara manual, serta boleh juga menggunakan aplikasi Wati.io. Kelebihan aplikasi Wati.io adalah simpanan *database* anda lebih tersusun, dan anda juga boleh menggunakan satu nombor sahaja yang telah disahkan di Meta Facebook. Hal ini demikian juga, agar dapat mengelakkan isu-isu seperti nombor telefon disekat, serta membuat pantauan terhadap team yang bertanggungjawab terhadap *respons* kepada pelanggan dan cara team

menjawab persoalan-persoalan pelanggan.

Melalui pantauan cara menjawab persoalan-persoalan pelanggan, anda juga boleh mengenalpasti *skill* dan *closing techniques* yang diperlukan team untuk tambahbaik ilmu *closing*. Momentum Digital juga sedia membantu *team sales* anda membuat *closing* dengan baik melalui kelas workshop Sales Booth Camp.

Oleh itu, *team sales* anda akan dilatih untuk *nuture*-kan *database* atau *leads*.



MARKETING

Dalam *marketing flow*, terdapat *short term*, *mid term* dan *long term*. Terdapat situasi *lead* yang boleh terus diubah kepada pelanggan, namun terdapat juga *lead* yang perlukan masa untuk ditukarkan menjadi pelanggan. Oleh itu, para usahawan mestilah menentukan *conversion rate* yang bermaksud peratusan jumlah *lead* yang berjaya anda tukarkan menjadi pelanggan anda.

Marketing



SALES FUNNEL

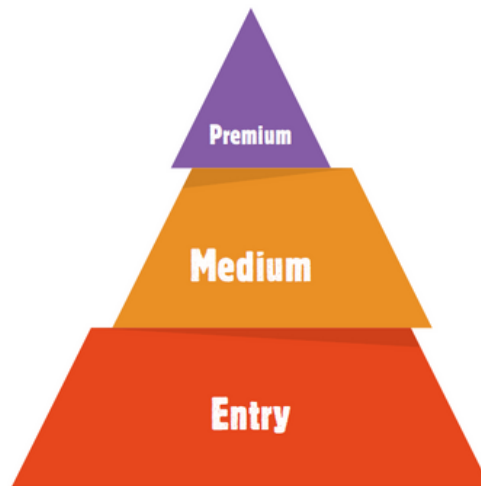
Tidak semua *lead* boleh terus ditukarkan kepada pelanggan. Usahawan perlu kuasai cara yang betul untuk *nuture*-kan prospek atau bakal pelanggan anda.

Dalam menentukan kempen *marketing*, usahawan perlu pertimbangkan perkara-perkara berikut;

- Objektif : Apa yang usahawan hendak capai untuk kempen tersebut.
- Sales: Berapa sasaran jualan yang hendak dicapai oleh usahawan.
- Tempoh: Usahawan perlu memberikan masa terhadap kempen tersebut, sekurang-kurangnya 3 bulan dan maksimum 12 bulan. Beri masa kepada *audiences* anda untuk *Alert!*
- Tema: Sediakan tema yang digunakan untuk tarik minat pelanggan.
- Bajet: Maksimum 10% daripada *sales*.

Setelah anda mengenalpasti perkara-perkara yang perlu dipertimbangkan dalam kempen *marketing*, anda perlu mengenalpasti struktur *sales* yang dikenalpasti sebagai Sales Funnel.

Sales Funnel



Sales Funnel terbahagi kepada 3 tahap iaitu *Entry*, *Medium*, *Premium*. *Entry* adalah pintu yang anda perlu buka untuk menarik prospek yang skeptikal, was-was, tidak kenal *brand* bagi produk atau servis anda.

Oleh itu, anda perlu mengenalpasti apa faktor yang boleh membuka minda serta minat pelanggan terhadap produk atau servis mereka.

Kenalkan produk atau servis anda dengan harga yang paling rendah untuk bantu beri pelanggan anda *experience*.

Seterusnya, *closing* ke tahap *Medium* adalah dengan cara pengaruhi pelanggan untuk membeli *second stage* produk atau servis yang menawarkan harga yang *medium*. Beberapa *event* juga dicadangkan untuk menarik pelanggan untuk *upgrade* dalam pembelian. Sebagai contoh, kebanyakan *showroom* menunjukkan produk dengan harga yang tinggi terlebih dahulu agar pelanggan merasakan produk lainnya lebih murah.

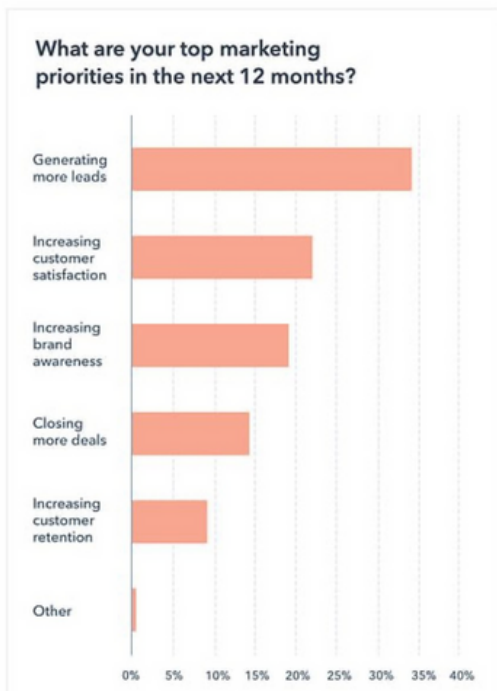
Manakala, *stage premium* adalah dimana anda boleh *upsell* pelanggan sedia ada kepada produk atau servis yang lebih *premium* dan lebih mahal.

Antara perkara yang boleh dilakukan adalah dengan memperkenalkan pelanggan anda produk atau servis dengan harga produk atau servis yang lebih rendah. Hal ini demikian agar kita dapat memberikan pelanggan *experience* terhadap produk dan servis anda dalam masa yang sama anda dapat maklumat pelanggan tersebut seperti Nama, Email dan Nombor Telefon.

Conversion rate adalah apabila anda mula menukarkan kepada *sales* dan *lead*. Manakala, *lead* tersebut mula bertukar kepada *conversation*. Situasi ini adalah apabila *lead* dah mula bertanya tentang produk atau servis anda di *Private Messenger*, *Direct Messenger*, Email dan sebagainya.



APA YANG KAMI BANTU?



Marketing Digital telah mengkaji apa keutamaan *marketing* dalam masa 12 bulan ini untuk membantu pelanggan. Kepentingan utama yang kami bantu adalah;

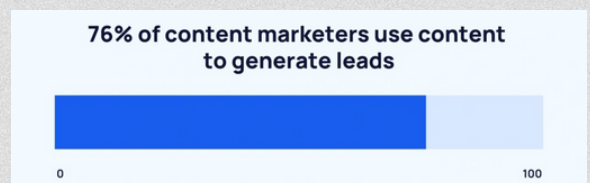
- Tingkatkan jumlah *lead* : *Lead* yang kami bantu akan dibawa melalui *Private Messenger*, *Direct Messenger*, Email dan sebagainya.
- Tingkatkan kepuasan pelanggan: *Content*, servis dan *value* yang diberikan kepada pelanggan.
- *Brand awareness*: Kekerapan *content* yang dihasilkan agar setiap hari *audience* akan nampak *brand* anda.
- Kepelembagaan tawaran kepada pelanggan: Betulkan Sales Funnel, mulakan dengan produk atau servis *Entry*, seterusnya *Medium* dan kemudian *Premium*.
- Tingkatkan jumlah kesetiaan pelanggan: *Database* paling penting dalam matlamat *marketing*. Pastikan ada team yang berkelayakan untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan yang pernah beli supaya mudah untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan anda.

DATABASE IS KING, CONTENT IS QUEEN.



Top 3 *content* untuk membawa *lead* anda daripada *Awareness* kepada *Consideration*.

- Podcasts: Digital audio yang dihasilkan dalam bentuk rakaman untuk mewujudkan audio anda di Apple Music, Spotify dan sebagainya.
- Blog Post: Wujudkan blog untuk syarikat anda.
- Video: Video yang diedit menjadi lebih menarik untuk menarik perhatian *audience*.



Kajian juga membuktikan bahawa 76 % *content marketer* menggunakan *content* untuk menghasilkan *lead*.



MOMENTUM DIGITAL
MARKETING INSIGHT

Najib Asaddok

1. Tak simpan dan susun database.
2. Tersilap target audience yang betul.

Marketing Campaign Plan

1. Objektif:

Apa yang hendak dicapai dari kempen.

2. Sales yang hendak dicapai:

Tentukan "numbers" yang hendak dicapai.

3. Tema:

Tentukan tema kempen yang hendak dicapai.

4. Tempoh masa:

Beri masa dalam 3-6 bulan atau maximum 12 bulan untuk tengok result.

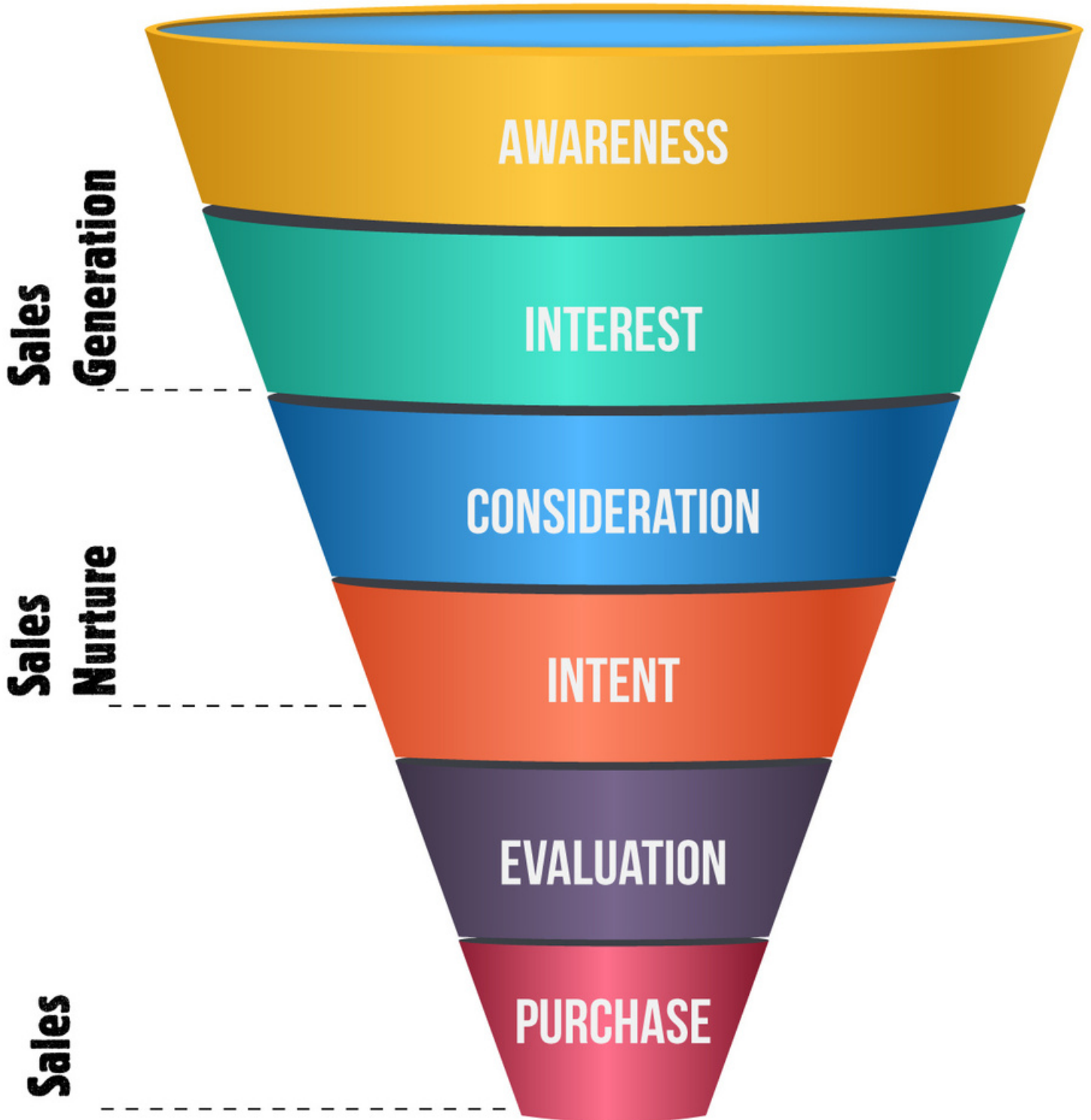
5. Budget:

Maximum 10% daripada sales yang nak dicapai.

6. Lead:

Berapa database yang anda target dan maklumat yang anda perlukan (Nama, Email, No Telefon)

The Marketing Funnel



Sales Funnel

Premium

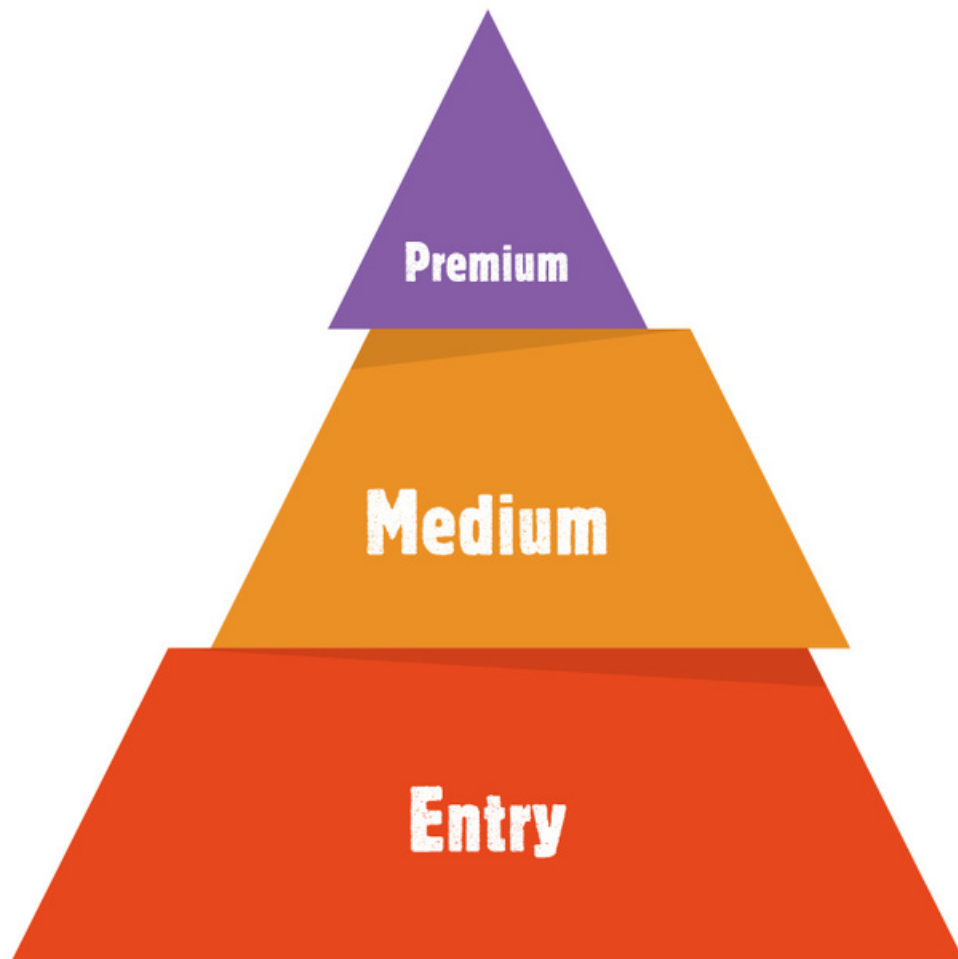
Upsell pelanggan sedia ada kepada produk atau servis yang lebih premium dan lebih mahal.

Medium

Upsell dan pengaruhi customer untuk ke next offer.

Entry

Menarik prospek yang skeptikal, tak kenal brand anda, dan baru nak merasai experience dengan produk atau servis anda.



Top Marketing Priorities

Tingkatkan jumlah leads.

01

Tingkatkan kepuasan pelanggan.

02

Tingkatkan brand awareness.

03

Pelbagaikan tawaran kepada pelanggan.

04

Tingkatkan jumlah customer yang loyal.

05



Content That Create Awareness To Consideration

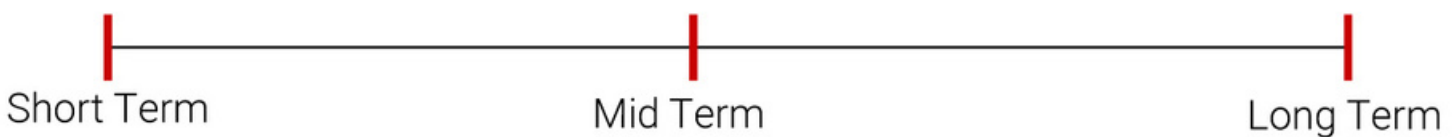
1. Podcasts
2. Blog Posts/ Articles
3. Videos
4. Interactive Content
5. E-Books
6. Webinars
7. Events



Marketing Flow

Haaa, tahu tak anda bahawa tak semua customer boleh convert kepada sales, semuanya memerlukan masa. Masanya bergantung dalam short term, mid term atau long term untuk convert kepada customer.

Marketing



Jom terus tambahbaik marketing anda, semoga ilmu yang kami kongsiikan ini bermanfaat buat anda!



**Ingin tahu lebih lanjut tentang cara nak
tambahbaik digital marketing anda?!!**

Hubungi Kami Sekarang!!



SCAN ME!

<https://www.momentumdigital.com.my/>