

# 14 Resepi Karut

Menulis Buat Pelanggan  
Tak Duduk Diam



Muhaimin Mohammad

**Ompact<sup>®</sup>**

ompact.my

Muhaimin Mohammad

Ompact

<http://ompact.my/>

Hakcipta Terpelihara **Ompact.my**

## KANDUNGAN

<b>M/S</b>	<b>TAJUK</b>
1	3 Cara Bina Peta Perjalanan Perniagaan Melalui Content
5	3 Cara Kejam Menulis Buat Pelanggan Terpukau
11	3 Formula Cipta Content Yang Tidak Dijelik
16	3 Teknik Kuatkan Tribe Untuk Content Marketing Berpengaruh
19	5 Langkah Bina Hubungan Dengan Pelanggan
22	6 Taktik Menang Hati Pelanggan Cara Dale Carnegie
25	6 Teknik Asas Tarik Minat Pelanggan Ke Saluran Kita
29	7 Teknik Asas Content Marketing Untuk Pemilik Bisnes
35	7 Cara Content Marketing Syarikat Besar Red Bull Menyerlah
37	7 Rahsia Untung Besar Dalam Media Sosial
41	8 Perkara Wajib Tahu Tentang Pelanggan
47	10 Ilmu Penghasilan Content Yang Dibaca Ramai
56	13 Undang-Undang Penulisan
61	Idea Content Maketing Yang Berbaloi Dicuri

# No1

### 3 Cara Bina Peta Perjalanan Perniagaan Melalui Content

Menurut Trent Dyrsmid seorang pengarang kepada buku panduan “Digital Marketer” yang berpengalaman.

Apabila kita faham kepada siapa mahu kita tujukan dan apa yang mereka mahukan, Langkah seterusnya ialah dengan menghasilkan pelan content dengan menggunakan "Road Map". Antaranya:

- Topik apa yang mahu kita tulis?
- Tawaran premium apakah yang bakal kita buat?
- Bagaimana susunan content dalam penghasilan kempen?

#### **Cara Pilih Topik Yang Sesuai**

Apabila kita runsing untuk pilih topik yang sesuai ditulis. Ingat satu perkara iaitu :

Jadikan diri kita ini menarik dimata pelanggan.

Cara untuk kita buat sebegini ialah dengan kita menghapuskan

- Nafsu untuk menulis betapa bagusya produk/servis yang kita lakukan
- Berapa banyak kejayaan yang kita kecapai
- Perbandingan dengan mengkritik produk lain.

**KENAPA? --> Sebab tak ada siapa yang kisah!**

Akan tiba masanya untuk pelanggan tahu tentang semua perkara itu,

Sekarang lebih sesuai untuk kita fokus kepada Keperluan, Kehendak dan Keinginan Pelanggan.

## **Cara Beri Tawaran Premium**

Apabila kita mula buat content yang menarik bagi pandangan prospek kita, mereka pasti akan mula membaca apa yang ditulis.

Langkah seterusnya ialah untuk menukar pembaca kepada pelanggan (setia), tawaran yang istimewa perlu dibuat.

### **3 Contoh Tawaran Premium**

"Jika Tuan/Puan beri nama dan alamat email, saya akan berikan ....

- Ebook Percuma
- Webinar mengenai kepakaran kita
- Seminar percuma yang membantu
- dan banyak lagi

Cara mudah untuk kita tahu tawaran mana yang paling premium ialah dengan memikirkan topik apa yang paling prospek kita mahu tahu perjalanannya.

## **Cara Buat Content Untuk Kempen**

Apabila kita yakin dengan tawaran yang mahu diberikan.

Tiba masanya untuk kita lakukan kempen pemasaran iaitu "Inbound Campaign"

Apa itu "Inbound Campaign"?

Pendek kata maksudnya ialah semuanya aset yang kita perlu gunakan bagi melakukan pemasaran yang kita inginkan. Aset yang dikatakan itu contohnya seperti:

- Penulisan di Blog ( blogpost )
- CTA ( Call to Action )
- Landing Pages
- Post- post di media sosial

Selalunya cara yang paling berkesan ialah dengan melakukan "blog post" dan "post di media sosial". Cadangan saya ialah kita cuba untuk lakukan 6-8 post bagi setiap kempen dan sekurang-kurangnya 2 posts seminggu.

## # No 2

### 3 Cara Kejam Menulis Buat Pelanggan Terpukau

Copywiter biasa tulis content yang biasa. Anda? Semestinya tidak mahu jadi biasa.

Kita mahu jadi hebat, dan percaya kita boleh menjadi hebat.

Maksudnya disini kita perlu menulis content yang lebih dari 'level' sangat bagus. Jika cara ini berkesan kita akan jadi 'Unstoppable writing machine'

Lihat ya, semua yang kita tulis..... setiap perkongsian di blog, media sosial, email atau dimana sahaja.... bermula dan berakhir dengan ayat. Letak tulang dalam penulisan kita dan ktia akan menjadi lebih hebat dan berjaya.

Mahu cuba cara ini? jom baca dibawah...



## 1) Main Dengan Perasaan

Secara natural kita boleh tarik minat pembaca jika kita guna 2 cara di atas. Tapi sebagai penulis, kita tidak mahu perasaan itu jadi pilihan buat pelanggan .

Perancangan yang betul harus dibuat jika mahu main dengan perasaan pelanggan.

Bermula dengan bertanya (contohnya):

- Apa perkara yang mendominasi mood pelanggan kita?
- Apa masalah yang cuba mereka selesaikan?
- Adakah menakutkan jika kita hilang kerja?
- Apa masalah mereka untuk beli kereta?

Kita harus tahu apa yang buatkan pelanggan kita berjaga hingga lewat malam, apa yang buat dia bangun tidur awal, apa impian mereka, harapan mereka dan apa ketakutan yang mereka rasa.

Masukkan perasaan ini dalam content yang kita tulis.

## **2) Tabur Janji**

- Tetapi sebagai seorang copywriter. Pasti kita tidak hanya berminta untuk meningkatkan dan berakhir begitu sahaja.

Kita akan digelar sebagai penulis novel atau penulis cerita filem.

Hiburan bukannya selalu cocok dengan tugas copywriter.

Cara buatnya ialah:

Jadi, kita mahu pelanggan mengharap hasil penulisan kita bakal mengubah nasib mereka.

- Apa janji yang kita berikan kepada pembaca.
- Apa kelebihan yang akan pembaca dapat

Sedikit cebisan dari article "The Dirty Little Secret to Seducing Reader"

'Saya anggap kamu mahu tulis content yang boleh dijual, kamu mahu tulis content yang buat pembaca merayu untuk buat apa saja yang kita mahu selepas mereka selesai membaca. Sama ada untuk beli, kongsi atau baca....'

Kenapa kita harus amalkan konsep ini ialah kita boleh belajar untuk menulis content yang memang sukar untuk tidak dibaca dan semestinya menarik pelanggan yang kita inginkan.

### 3) Practice, Practice, Practice

Menulis content berpengaruh pasti perlukan usaha.

Pada mulanya kita pasti rasa rumit dan susah tetapi tidak mengapa.

Tujuan kita berlatih ialah untuk kita biasakan diri dengan konsep penulisan berpengaruh.

Sedikit latihan untuk bantu 'skil' penulisan kita.

- Tiru Content Yang Hebat

Tulis semula 100 ayat permulaan content orang lain yang lebih pakar, Ingat ayat jualan yang mereka gunakan dan ubah ayat 'Killer' mengikut rentak penulisan kita.

- Headline

Ketika menulis, headline bukan pelengkap ayat. Tetapi headline

bantu kita fokus dan pastikan kita dalam landasan yang betul.

- Pembuka dan Penutup Perenggan

Memang boleh serabut kepala jika kita mahu menulis 500 patah perkataan content yang power. Cara mudah ialah fokus untuk hasilkan content yang power di permulaan dan penghujung ayat.

Percayalah, jika rentak ini digunakan, kita sendiri secara automatik bakal hasilkan content yang power.

## #No 3

### 3 Formula Cipta Content Yang Tidak Dijelik

Menurut Jake Athey, seorang "Manager" bahagian pemasaran di Widen Enterprise, Content Merapu Lebih Teruk Dari Langsung Tiada Content

Bagaimana cara cipta content yang tidak dijelik

#### 1) Set Matlamat Yang Boleh Diukur

Dalam filem arahan Lewis Carrol "Alice in the Wonderland" . Alice yang sesat dan keliru bertanya kepada Kucing atau lebih dikenali sebagai "Cheshire Cat " mengenai jalan yang ingin dilaluinya, Dialognya seperti ini:

*Alice: " Would you tell me please, which way i suppose to go from here?"*

*Cheshire Cat: " That depends a good deal on where you want to*

*get to"*

*Alice : " I don't much care where "*

*Cheshire Cat : " Then it doesn't matter which way you go "*

*(Sengaja saya biarkan dialog ini dalam bahasa inggeris kerana ingin setkan mood dalam "Alice In The Wonderland")*

Apa yang kita dapat daripada dialog ini ialah cara syarikat yang guna "B2B" konsep, mereka selalunya berkonsepkan cara Alice. Tiada destinasi, jadi subjek dan jenis content tidak begitu diendahkan.

Setkan matlamat sebelum memilih apa yang ingin kita hasilkan .

- Adakah kita mahu pembaca web atau page kita meluangkan "X percent" masa keatas produk baru kita?

- Adakah kita mahu "boost post traffic ke blog" sebanyak "Y percent" ?

jadi lebih spesifik dan pastikan kita boleh ukur setiap pencapaian yang kita dapat.

## **2) Beri Apa Yang Pelanggan Mahukan**

Sewaktu Sir Dunkin (pengasa Dunkin' Donuts) membuka kedainya pada tahun 1950. Tujuan utama kedainya adalah untuk pembeli membeli donut.

Tetapi beliau sedar pada waktu itu kedai seperti Starbucks dan Mcdonald's sangat terkenal dengan kopi, beliau sedar yang orang ramai lebih suka minum kopi dahulu kemudian dapatkan donut.

Pada tahun 1990, Dunkin' Donuts secara rasminya menjadi kedai kopi yang menyediakan donut.



Jika produk kita seperti "donut" dan tidak mencapai matlamat yang dimahukan, sudah tiba masanya untuk kita cari "kopi" yang lebih disukai ramai dan lakukan kajian keatas keberkesanannya

Samada matlamat kita untuk berkongsi maklumat, menghiburkan, memberi inspirasi..sebelum kita pamerkannya tanya diri kita dahuu.

- Kenapa perlu mereka kisah?
- Apa yang bagusnya sampai mereka mesti baca?
- Adakah kita berikan mereka "kopi" atau paksa mereka " beli donut "

### **3) Adakah Apa Yang Kita Beri Tidak Diberikan Oleh Orang Lain**

Kembali kepada cars "old school", adakalanya cara lama banyak membantu kita dalam pemasaran sekarang ini.

Soal selidik ataupun ujikaji merupakan antara langkah yang sesuai

jika punyai masa, skil dan duit. Tetapi kita juga adakalanya perlukan idea dari perspektif berbeza tentang produk kita.

Cuba cari mereka yang lebih berpengalaman dalam bidang kita dan tanya tentang produk yang cuba kita lakukan

Jangan malu untuk tanya pelanggan yang berpotensi apa yang mereka sebenarnya mahukan kerana, "at the end of the day" apa yang kita lakukan ini adalah untuk mereka.

#NO4

## 3 Teknik Kuatkan Tribe Untuk Content Marketing Berpengaruh

### **Apa Maksud Tribe? :**

- Tribe bermaksud sekumpulan prospek yang berhubung diantara satu sama lain dalam satu kumpulan.
- Tribe bermaksud berhubung dengan seorang yang mengetuai kumpulan itu.
- Tribe bermaksud kita berhubung dengan idea diantara satu sama lain.

Artikel yang dipetik daripada Seth Godin menyatakan

### **1) Kenal Pasti Siapa Tribe Kita**

Kunci utama pemasaran yang berkesan terhadap tribe pelanggan ialah dengan mengenal pasti siapa mereka.

- Siapa target pelanggan Kita
- Berapa umur mereka
- Jantina
- Dan bagaimana mereka jana pendapatan.

## **2) Buka Cerita Yang Mereka Mahu Dengar**

Selepas kita luangkan masa mengenali siapa tribe kita, kita sebenarnya sudah sedia untuk merancang penghasilan content.

Adalah sangat membantu jika kita memilih untuk hasilkan content yang berkonsepkan cerita untuk diberikan kepada pelanggan

Matlamat kita adalah untuk buatkan mereka tertarik dengan apa yang cuba kita sampaikan. jadi kita harus pastikan:

- Content kena dengan tujuan kita dan keinginan mereka
- Mempunyai fakta yang benar mengenai content
- Tambah unsur yang bermain dengan perasaan.

### **3) Kaitkan tribe kita dengan content yang dihasilkan**

Content yang menggalakan kerjasama dalam tribe selalunya berpeluang untuk menjadi viral ..

- Sistem Perkongsian dalam tribe

ialah bentuk pemikiran secara berkumpulan. contohnya kita berkongsi content kepada tribe, dan sentiasa 'alert' dengan pandangan yang mereka berikan.

## #NO5

### 5 Langkah Bina Hubungan Dengan Pelanggan

Proses untuk kita bina pelanggan boleh menjadi susah jika cara yang kita gunakan sama untuk setiap kempen pemasaran. Kelainan yang dihasilkan bagi setiap kempen memainkan peranan besar dalam dunia pemasaran.

Menurut Scott Abel dalam artikel yang ditulis olehnya bersama pakar content marketing Ann Handley:

#### 1) Jangan Jadikan Diri Terlalu "Boring"

- Jadi lebih bebas dengan perkongsian yang kita lakukan untuk mendidik pelanggan, jika kita terjumpa sesuatu maklumat yang sangat berguna..fikir-fikirkanlah untuk kongsi dengan pelanggan.

## **2) Keluar Dari Zon Selesa**

- Kongsi content yang menunjukkan apa yang kita tulis berbeza dengan orang lain. Content yang 'lain macam' selalunya mendapat perhatian ramai.

## **3) Kongsi Content Kepada Banyak Saluran**

- Ini kelebihan yang boleh kita gunakan dalam medium Facebook, kongsi maklumat yang cuba kita sampaikan kepada seberapa jauh yang mungkin. Makna lain ialah kita boleh juga kongsi content kita kepada group yang berminat mengenai topik yang ditulis.

## **4) "Have Fun"**

- Sedikit lawak jenaka boleh menarik perhatian orang, rahsianya ialah untuk menarik minat pembaca supaya tidak terlalu bosan membaca content yang serius. Tambahkan

sedikit unsur jenaka yang boleh mengusik minda mereka.

## **5) Jadi Original**

- Jadi seseorang yang betul-betul menghargai apa yang kita sendiri kongsi dan pasti ramai yang akan mula terikut.



## 6 Taktik Menang Hati Pelanggan Cara Dale Carnegie

### 1) Jadi Betul-Betul Berminat Dengan Pelanggan.

Ambil kisah tentang mereka dan minat mereka. Kita juga patut lakukan perkara yang menggunakan masa, tenaga dan sifat tidak pentingkan diri kita.

### 2) Senyum

Pernah dinyatakan sebelum ini bahawa seseorang yang senyum boleh menguruskan, mengajar dan menjual dengan lebih berkesan. (dan untuk membuatkan kanak-kanak 'happy')

### 3) Buat Pelanggan Atau Teman Rasa Diri Mereka Penting.

Contohnya: ingat nama orang-orang yang selalu kita jumpa dan sapa mereka dengan menyebut nama mereka. Sesungguhnya

semua manusia di muka bumi akan rasa dihargai jika nama mereka diingati.

#### **4) Jadi pendengar yang bijak**

- Biasakan diri kita untuk menjadi pendengar yang bijak. Galakkan orang yang kita berbual itu bercakap mengenai diri mereka pasti mereka akan lebih bersemangat jika ada yang sudi mendengar kisah mereka. Dari situ kepercayaan yang kuat akan timbul.

#### **5) Berbual Mengenai Apa Yang Pelanggan Mahukan**

- Jika kita berada di pusat kecantikan, pastikan kita bercakap mengenai kecantikan dan jika kita berada di kelab peminat produk keluaran Apple, pastikan kita bercakap mengenai Apple.

## **6) Buat Orang Disekeliling Kita Merasa Diri Mereka Itu Penting.**

- Coba berikan pujian kepada sesiapa yang kita sedang bertegur sapa, dan rai rakan

rakan mereka seperti mereka itu insan yang sangat penting dan disegani untuk

ditemui. ( psst: Pastikan anda ikhlas ketika melakukannya.

## 6 Teknik Asas Tarik Minat Pelanggan Ke Saluran Kita

Untuk menjadikan orang yang masuk ke kedai kita punca jualan selalunya agak sukar jika cara asas yang diketahui mungkin kurang tepat dilakukan. Menurut Heidi Cohen, President di Riverside Marketing Strategies:

### 1# Kenal Target Pelanggan Kita

Kenali dengan betul siapa pelanggan kita. Betul memang kita harus fokus kepada niche market yang kecil supaya ianya dihadap dengan mudah oleh prospek yang kita mahu.

Tetapi target ini termasuklah pembeli produk kita dan juga buat mereka yang meminati produk walau sedikit pun.

### 2# Sediakan 4 Konsep Asas Sediakan Content

Apabila pelanggan sudah melewati kedai kita, mereka sebenarnya

sudah 58% lebih dekat untuk membeli produk kita. Beri mereka maklumat yang mereka mahukan bagi memutuskan untuk beli atau tidak.

Berikan keterangan lanjut mengenai produk - Jawab soalan yang mereka berikan. Ajar pelanggan cara guna produk - Tunjuk kepada pelanggan cara untuk mereka berjaya dengan produk (eg: cara berbisnes di facebook )

### **3# Pastikan Mereka Kenal Jenama Yang Cuba Kita Disampaikan**

Dalam setiap maklumat yang cuba kita sampaikan. Pastikan apa yang ditulis main peranan penting bagi memahamkan pelanggan siapa yang hasilkan content ini.

Didik mereka sedikit-demi sedikit jenama yang cuba kita sampaikan, lebih bagus jika kita mempunyai cara penyampaian yang tersendiri.

#### **4# Tambah Impak Dalam Content Yang Dihasilkan**

Bagi menarik sebanyak mungkin pelanggan, Jadikan content kita sukar ditolak pelanggan dengan menghasilkan headline yang power, gambar untuk content yang sesuai, content yang mudah untuk dihadam dan mudah dicari selepas ini.

#### **5# Kongsi Apa Yang Kita Tulis Sejauh Mungkin**

Luangkan masa kita untuk berkongsi apa yang kita tulis di seberapa banyak tempat yang boleh. Contohnya di medium Facebook,

masuk ke page yang berkaitan dengan content kita dan kongsi apa yang telah kita tulis agar ramai dapat belajar dari apa yang cuba kita kongsi ( leverage )

#### **6# Beri Call To Action Yang Relevant**

"The best thing we can do when someone comes into our content funnel is to make them feel glad they did. - scot straiten.

Dalam setiap content yang dihasilkan, fokus untuk menarik pembaca masuk kedalam saluran jualan kita lebih bagus dari kita terus menjual dalam setiap perkongsian.

Harus diingat niat yang harus dipasang dalam diri adalah untuk membantu pelanggan dengan ilmu yang kita ada.

## #NO8

### 7 Teknik Asas Content Marketing Untuk Pemilik Bisnes

(Baca point no 7)

Content marketing bermaksud penciptaan atau perkongsian maklumat berguna secara percuma untuk tarik dan ubah prospek menjadi pelanggan

Juga untuk jadikan pelanggan menjadi pembeli setia. Jenis content yang kita kongsi harus berkait dengan apa yang cuba dijual.

Dalam erti kata lain, kita sedang mengajar.

Jadi mereka akan faham, suka dan percaya dengan kita sepenuhnya sekaligus berani beli produk kita,

Dibawah ada 7 Perkongsian hebat dari Susan Tucker, Content Maketer dari 'business2community.com'.



## **1) Kaji Selidik**

Perniagaan hanya akan berjaya jika kita tahu perkembangan perniagaan kita atau orang lain. Luang sedikit masa untuk buat 'research' dan lihat bagaimana perkembangan pesaing dan juga rujukan yang selalu kita ikut.

Tiada batas ketika melakukan kajian, kita boleh ambil idea content dari syarikat besar dan ubah mengikut cara yang kita mahu.

Ingat untuk berikan penghargaan kepada mereka.

## **2) Kajian ' Survey'**

Survey adalah cara yang bagus untuk kita faham apa yang pelanggan mahukan. Maksud survey disini ialah kita cuba untuk berinteraksi dengan mereka.

Tanya soalan-soalan yang boleh memberi maklumat kepada

penambahbaikan perniagaan kita.

### # Tip Emas

- Bergabung dengan mana-mana pemilik bisnes yang lain dan saling bertukar idea kerana mereka faham dengan konsep yang kita gunakan.

### **3) Sediakan Jadual**

Jika mahu bisnes berjalan lancar, kita perlukan content marketing. dan jika ingin hasilkan content yang berjaya. Sediakan jadual yang produktif

Dalam erti kata lain, cuba buat sistem mengenai content yang bakal kita kongsi agar kita dilihat kerap dan aktif dalam memberi ilmu.

#### **4) Faham 'Trend' Semasa**

Jika kita mahu sentiasa mengawal pemasaran keatas jumlah pelanggan yang besar. Kita wajib tahu mengenai 'update' yang sedang berlaku.

Masuk ke media sosial atau website yang kena dengan perniagaan kita dan lihat 'trending' yang sedang popular.

Guna kelebihan ini untuk hasilkan content yang bagus.

#### **5) Guna Gambar**

Walaupun kita berjaya menghasilkan content yang bagus, pemilihan gambar sewaktu memarkan produk juga penting.

Guna gambar yang sesuai dan kena dengan mesej yang kita cuba sampaikan.

Dengan ini banyak huraian banyak dapat dikurangkan kerana pelanggan akan mula faham setelah melihat gambar yang efektif.

## **6) Guna Semula Content Yang Dipakai**

Dalam dunia content marketing, kita tidak mengamalkan konsep pakai-buang. Setiap yang ditulis sangat berharga dan boleh diguna pakai.

Bukan hanya ketika kita kehabisan idea menulis, tetapi cari content yang berjaya pengaruhi pelanggan dan guna semula. Lakukan sedikit perubahan jika anda mahu terutamanya headline.

## **7) Headline Mengawal Segalanya**

Kenapa headline diletakkan di poin terakhir?

Kajian menunjukkan pelanggan mengambil masa 3 saat untuk membaca apa headline yang kita tulis dalam setiap content, dan jika tidak menarik mereka akan scroll ke bawah untuk membawa informasi yang lain.

Headline (tajuk) yang bagus bermaksud kita berjaya buat pelanggan kita tersentak dan berhenti buat kerja yang sedang dilakukannya.

Fokus mereka terhadap tugas lain dialihkan dengan membaca apa yang kita cuba sampaikan.

## 7 Cara Content Marketing Syarikat Besar Red Bull Menyerlah

1) Marketing bukan tugas marketer sahaja, menjadi tanggungjawab semua yang terlibat

dalam syarikat untuk melakukan pemasaran.

2) Content merupakan nadi dalam perniagaan. Jadi pastikan content kita berpengaruh

dan berkesan.

3) Setiap perniagaan perlu mengikut konsep branding yang cuba dibawa seperti

syarikat media.

4) Content yang kita buat harus bantu sebab kenapa brand kita bina itu wujud. Untuk

Red Bull " to give you wings "

- 5) Jadi empire yang global yang mempengaruhi banyak segment seperti video, mobile, online dan offline.
- 6) Pemasaran dari media mungkin sangat membantu, tapi fokus kepada naikkan nilai branding yang cuba dibawa.
- 7) Cipta content yang pelanggan bol

## 7 Rahsia Untung Besar Dalam Media Sosial

Menghadiri majlis ilmu merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk kita belajar dan dapat hadam ilmu itu dengan cepat. Ini kerana jika kita bawa diri kita ke majlis ilmu, kita akan berada dalam zon sedar dan akan fokus dengan apa yang cuba diajar. Apa rahsia untung besar di media sosial contohnya facebook ?? menurut Sifu FB ads

### 1) Produk Kurang Persaingan, Tapi Permintaan Yang Tinggi

- Contohnya seperti produk ubat kuat yang sebenarnya sangat tinggi permintaanya. Ramai yang lebih selesa beli online kerana malu untuk membeli di kedai.

Ciri-ciri bagi produk yang kurang pesaing ini ialah produk-produk yang unik, sedikit sensitif dengan masalah dalaman dan produk yang target pelanggannya betul-betul fanatik.



## **2) Pakaian Wanita**

- Pakaian wanita merupakan antara produk yang sangat laris jika bercakap mengenai pemasaran online.

Banyak golongan wanita yang sudah selesa untuk membeli pakaian secara online daripada berjalan jauh didalam mall untuk mencari sehelai baju.

## **3) Produk Margin Untung Besar**

- Menurut pakar pemasaran, lebih sesuai jika kita cari produk yang mempunyai keuntungan sebanyak 30% keatas.

## **4) Produk Kesihatan**

- Rakyat Malaysia merupakan adalah pemegang rekod untuk pesakit obesiti yang tinggi. Produk kesihatan seperti ubat kurus contohnya, selalunya menjadi pilihan ramai dan mudah untuk dijual jika kena dengan cara pemasarannya.

## **5) Produk Barangan Bayi**

- Boleh lihat contoh yang paling sesuai dari [mypermatahati.com](http://mypermatahati.com) yang dijalankan oleh Tuan Shuhaimy. Ibu bapa selalunya sanggup menghabiskan duit membeli keperluan anak-anak.

Jualan barangan bayi selalunya berjaya menambat hati ibubapa jika apa yang ditawarkan sangat menarik dan comel.

## **6) Produk Ikut Trend Semasa**

- Baru-baru ini kita dikejutkan dengan budaya ambil gambar berhadapan dengan kamera ataupun nama yang selalu dikenali iaitu "selfie".

Pasti ramai penjual monopod mengaut untung besar hasil dari kegilaan ramai orang 'berselfie'

## **7) Produk Yang Ada Follower Sendiri**

- Yup, apabila branding yang kita ada sudah kuat, pastinya kita tidak perlu risau dengan masalah pelanggan dengan ketara.

Contohnya tudung Fareeda, mereka sekarang sudah mempunyai peminat setia yang sanggup beratur panjang diluar butik bagi menunggu giliran untuk membeli tudung yang Wow harganya .

## 8 Perkara Wajib Tahu Tentang Pelanggan

Pam Moore, CEO Marketing Nutz telah berkongsi 8 perkara yang pelanggan perlu tahu dalam pemasaran di media sosial seperti di bawah:

Adakah kita kenal dengan pelanggan kita?

Kita luang berjam-jam masa kita setiap hari dengan melakukan banyak post dan iklan di blog dan laman media sosial yang lain. Bilangan fan meningkat tetapi jumlah keuntungan yang kita dapat masih tidak berubah

Nadi bagi Media Sosial ialah pelanggan, jangan bazir masa kita dengan status yang banyak dan "spamming" di page orang lain jika kita tidak kenal siapa pelanggan yang sebenar.

Teknik ini boleh dikatakan lebih kurang sama dengan teknik

Customer Avatar yang sering dilakukan, tetapi atas daya usaha sendiri yang membezakan betapa dalamnya kita kenal pelanggan kita/

## **1) Siapa Pelanggan Kita?**

- Berapa umur mereka
- Apa pekerjaan mereka?
- Dimana mereka tinggal?
- Dimana mereka bekerja?
- Apa yang mereka lakukan untuk bergembira?
- Bagaimana rutin harian mereka?
- Dimana mereka selalu lepak jika tidak bekerja?
- Secara online, dimana mereka selalu ada?
- Adakah mereka berinteraksi dengan rakan niaga kita, dengan pesaing kita?
- Berapa jumlah pendapatan mereka?

Banyak lagi yang boleh disenaraikan , pasti kita akan nampak jika

diteruskan dengan lebih mendalam.

## **2) Apa Kehendak Mereka?**

- Kenapa mereka perlukan produk / servis kita?
- Apa yang membuatkan mereka menghadapi sesuatu masalah sehingga terpaksa pakai produk kita?
- Apa jadi jika mereka tiada produk/servis kita, apa alternatif lain yang mereka ada?
- Apakah kesan jika mereka tidak mengambil produk kita?

## **3) Apakah Yang Produk/Servis Kita Buat Untuk Selesaikan Masalah Mereka?**

- Dari aspek apa yang kita dapat bantu mereka?
- Jika produk, kesan apa yang akan kita berikan pada mereka dan berapa lama?

- Adakah kita membantu mereka dari kewangan?
- Adakah mereka dapat keuntungan dengan memiliki produk kita?

#### **4) Bagaimana Produk /Servis Kita Membantu Mereka Secara Peribadi Atau Secara Profesional?**

- Adakah kita beri mereka harapan?
- Adakah kita boleh membuatkan hari mereka lebih baik?
- Adakah kita membantu keluarga mereka?
- Adakah kita bantu mereka untuk kekal sihat panjang umur

#### **5) Apa Beza Kita Dengan Orang Lain**

- Bagaimana kita membahagikan produk/ servis kita dengan orang lain?
- Adakah mereka percaya dengan perbezaan yang kita berikan?
- Adakah mereka faham kenapa kita lain dari yang lain?

- Kenapa mereka perlu beli daripada kita bukan orang lain?
- Sejauh mana bezanya kita dengan pesaing lain?

## **6) Apa Pesaing Kita Lakukan**

- Bagaimana pesaing lakukan pemasaran terhadap pelanggan
- Apa pesaing buat yang belum kita lakukan
- Kenapa mereka buat berbeza dengan orang lain? adakah mereka juga ada pesaing lain?
- Bagaimana respon yang mereka peroleh secara online dan offline daripada pelanggan kita, adakah berbeza dengan apa yang kita peroleh?
- Apa kelemahan mereka yang boleh kita jadikan kelebihan?

## **7) Apa produk lain yang ada?**

- Jika mereka tidak beli apa produk/servis kita, apa yang akan



mereka beli?

- Apa jenama syarikat besar yang menjual produk seperti kita?
- Apa produk hot percuma yang boleh digunakan sebagai ganti?
- Adakah jika mereka tidak beli produk/servis kita akan memberi kesan kepada mereka?

## **8) Apa yang Mereka Suka Buat Secara Online dan Offline?**

- Dimana mereka selalu lepak secara online dan juga offline?
- Perbualan tentang apakah yang mereka selalu buat?
- Dengan siapa mereka selalu berbual?
- Apakah nada pergaulan yang mereka gunakan?

He totally deserved this for sho!!

well at least after 12 years.

Kopi ready!

Preparation masa depan

#N12

## 10 Ilmu Penghasilan Content Yang Dibaca Ramai

Rebekah Radice, seorang CEO Rebekah Radice LCC telah kongsi 10 ilmu penghasilan content yang dibaca ramai.

Aset paling penting dalam perniagaan online ialah content, content bantu bawa prospek kepada kita dan bertindak untuk membeli atau sebaliknya

Bagaimanapun untuk mencipta content yang mesra dengan pelanggan dan buat mereka rasa patut diketahui ramai boleh menjadi sukar dilakukan.

### **1) Pastikan kita jelas dengan nilai dan niat yang ingin kita berikan**

Samada perniagaan di internet atau secara online sekalipun, ketika kita bercakap mengenai bisnes yang kita lakukan.

Nilai dan niat disebalik perniagaan itu bukan sahaja memberi pelanggan yang berpotensi, malah ia bantu pelanggan buat keputusan pantas untuk membeli.

## **2) Kaji Pesaing Kita**

Apabila kita menulis content tentang bisnes kita, cuba untuk kaji dulu apa dan bagaimana caranya pesaing kita menulis tentang bisnes mereka.

Dengan menggunakan [www.alexa.com](http://www.alexa.com), kita boleh kenal pasti syarikat mana yang peroleh traffic yang tinggi dalam industri yang kita lakukan.

Lawat laman perniagaan mereka dan kaji content-content yang banyak dikongsikan.

- Apa yang sesuai digunakan
- Apa yang tidak sesuai digunakan
- Bagaimana untuk hasilkan content yang lebih baik dari mereka.

### **3) Tahu Siapa Pelanggan Kita, Tahu Siapa Pelanggan Kita, Tahu Siapa Pelanggan Kita**

Memahami siapa yang sepatutnya baca apa yang ditulis dan jenis content apa yang bakal buat mereka rasa bernilai sebenarnya adalah resepi sebenar penghasilan content.

Gunakan Teknik Customer Avatar, dimana kita melakukan kaji selidik mengenai pelanggan-pelanggan kita.

Contohnya :

- Apa yang mereka lakukan
- Kenapa mereka perlukan produk atau servis kita

....dan banyak lagi

#### **4) Guna Gambar Dalam Kerja Kita**

Penggunaan gambar merupakan cara yang bijak untuk kita tarik pelanggan untuk baca apa yang ditulis.

Samada ianya

- kelakar
- sangat dramatic
- Pelik

Pastikan jenis gambar yang kita kongsi konsisten dengan jenama perniagaan yang cuba kita bawa. Cuba guna gambar yang sedikit sebanyak mewakili apa yang kita tulis

#### **5) Penghasilan Headline yang memukau**

*"People spend 3-6 seconds to read every headline"*

Mengenai tajuk ini akan diterangkan secara lebih terperinci dalam topik yang lain.

Headline bagi setiap penulisanlah yang menentukan sama ada pelanggan :

- klik untuk lihat
- baca
- dan kongsi

Jadi kreatif dan jangan lupa akan niat kita yang sebenar iaitu ingin membantu pelanggan.

## **6) Struktur Content Dengan Betul**

Samada kita menulis content untuk media sosial ataupun web, melakukan struktur yang betul sebenarnya sangat kritikal.

Lihat semula post yang kita lakukan sebelum ini --- adakah mudah dibaca?

### Website Blogpost

Cuba gunakan list. List lebih mudah dikesan oleh mereka yang selalunya hanya pandang sekali imbas apa yang kita tulis.

### Media Sosial

Cuba ringkaskan apa yang ditulis sebaik mungkin tetapi pastikan ianya menarik, galakkan pembaca untuk berinteraksi dengan tanya mereka soalan atau minta pendapat mengenai apa-apa topik.

## **7) Kongsi kisah-kisah kejayaan**

Setiap perniagaan ada cerita masing-masing,

Apa cerita kita? ( Untuk yang baru kita boleh cerita kisah-kisah yang beri kita inspirasi untuk mula)

kongsi cerita yang kita ada. Penceritaan sangat membantu kita untuk lebih rapat dengan pembaca dan prospek yang bakal jadi pelanggan. Buat mereka tahu dan ingat kisah kita.

## **8) Sentiasa Ubah Corak Permainan**

Jika kita asyik menjual, pelanggan semestinya merasa bosan dan cuba menjauhi kita.

Sesekali, cuba



- kongsi ilmu-ilmu yang berguna secara percuma,
- quotes
- tanya maklum balas mengenai apa-apa sahaja
- tanya masalah apa yang mereka hadapi ( berkaitan bisnes sahaja )

## **9) Rancang Untuk Berjaya**

Jadikan penciptaan content ini sebagai salah satu daripada strategi pemasaran kita.

Cuba buat satu "timeline" dimana kita hasilkan beberapa

- Topik
- Idea penulisan
- Perkongsian di media sosial

untuk buat kita fokus dan konsisten dengan apa yang dilakukan

## **10) Kongsi Content Yang Bermanfaat**

Kekal "Up To Date" dengan berita-berita terkini yang berkait rapat dengan bisnes kita.

Lihat dari segi konteksnya,

Apa yang kita rasa bila baca post itu?

Kenapa prospek harus baca apa yang dikongsi?

Context sangat penting kerana ianya membuktikan perjalanan secara keseluruhan bisnes kita.

#N13

## 13 Undang-Undang Penulisan

Menurut Ann Handley seorang penulis yang berpengalaman, ramai yang masih menganggap kebolehan untuk menulis adalah dari segi bakat atau memang kita sudah ditakdirkan untuk menulis.

Menulis dengan baik dianggap sebagai seni yang sangat unik dan perlu ada bakat untuk buat.

Jangan ikut kepercayaan ini kerana kita semua boleh buat content penulisan yang baik.

...sekurang-kurangnya yang berjaya memenangi hati pelanggan

13 Undang-Undang Penulisan (untuk bantu yang baru mula)

### 1) Menulis Bukan Dengan Satu Cara Sahaja

Ada banyak kaedah yang boleh digunakan untuk menulis.

Sama seperti bukan ada satu cara sahaja untuk kita jaga anak kita.

bukan ada satu cara saja untuk panggang ayam.

## **2) Setiap Perkataan Merupakan Utusan**

Pastikan kita faham apa yang kita cuba sampaikan.

apa yang kita tulis dan sebarkan kepada orang melambangkan siapa diri kita yang sebenar.

## **3) Penulisan Yang Baik Bukanlah Sekadar Alat.**

Jangan guna penulisan sebagai alat biasa, kita patut gunakannya sebagai sesuatu yang sangat difokuskan.

contohnya penulisan boleh dijadikan sebagai "masterpiece" hasil

usaha kita.

#### **4) Kunci Untuk Jadi Penulis Hebat ialah Jadi Lebih Produktif**

"Keep on writing"

kerana setiap kali kita menulis, kita bakal belajar dari kesilapan yang kita buat.

kunci untuk menjadi penulis yang hebat adalah dengan menulis, menulis dan menulis

**5) Menulis dengan baik adalah sebahagian daripada habit, sebahagian daripada pengetahuan terhadap formula-formula yang difahami dan sebahagian daripada sifat tidak terganggu dengan sebarang gangguan.**

## **6) Tiada Yang Akan Mengadu Jika Kita Meringkaskan Perkara Yang Sukar Dihadam**

Penulisan yang baik adalah penulisan yang dapat memahamkan pembaca dengan cara paling mudah.

## **7) Anggap Pembaca Tidak Tahu Apa-apa, Tapi Jangan Anggap Mereka Bodoh**

Kongsi semua penulisan yang kita lakukan kepada pelanggan.

Jangan ada perasaan macam "benda ini terlalu asas untuk aku share"

Masih ramai yang belum tahu apa yang kita tahu dan begitu juga sebaliknya.

## **8) Penulisan Pertama Kita Yang Buruk Bukan Penentu Bagi Skil Penulisan Kita**

"draf" yang kita lakukan itu sebenarnya merupakan langkah awal dalam step penulisan.

Dari situ kita baiknya menjadi penulisan yang baik.

## **9) Mentor Yang Kita Anggap Hebat Juga Teruk Dengan Penulisan Pertama Mereka**

Tapi ini rahsia mereka:

Mereka bagus dalam memperbaiki kecacatan penulisan mereka.

## **10) Memperbaiki Penulisan Bukanlah Hanya Memperbaiki Tatabahasa Sahaja**

Semuanya tergantung kepada keselesaan pembaca

Adakah kita ada dalam mood mereka yang betul?

## Idea Content Marketing Yang Berbaloi Dicuri

Membuat blog post, menulis artikel ataupun menyiapkan ebook adalah langkah yang penting dalam strategi kita melakukan content marketing. Bagi syarikat yang melakukan bisnes jenis B2B, rutin ini adalah elemen asas yang perlu mereka lakukan.

Memberi peluang kepada content untuk dikongsikan dan menjadi bualan ramai adalah cabaran yang terbesar. Walaupun kita sedang berada didalam tribe kawasan pelanggan kita. sendiri.

Berikut adalah perkongsian daripada pakar content marketing Jeff Bullas

Sini ada 5 teknik asas yang perlu dipertimbangkan apabila kita menulis content.

### 1) **Headline Memukau**

- Banyak kali rasanya kita ditekankan mengenai kuasa headline,



Headline yang power sangat diperlukan untuk menggoda pelanggan untuk tekan tombol "read more" untuk mengetahui apa yang kita tulis seterusnya .

PS: Senaraikan sekurang-kurangnya 10 headline untuk 1 artikel dan tapisan sehingga satu dan pastikan yang satu itu adalah yang terbaik.

## **2) Teknik Penulisan Yang Hebat**

- Terdapat banyak ' style ' atau jenis penulisan yang boleh kita terapkan dalam penulisan kita.
- Konsep storytelling ( penulisan yang berkonsepkan penceritaan )
- Konsep formal ( penulisan yang menggunakan ayat-ayat formal )
- Konsep menu makanan ( Ringkas dan banyak menggunakan point form )

dan banyak lagi yang pastinya kita semua sudah biasa lihat diluar sana..

Apa yang coba disampaikan disini ialah kita seharusnya mencari identiti penulisan kita agar kita lebih selesa untuk menulis dan semestinya mengikut kepada keselesaan pelanggan kita sendiri.

### **3) Penstrukturan Yang Bagus**

- Hampir setiap perkara yang hampir dengan kita sebenarnya mempunyai struktur yang bagus

Contohnya bola sepak: Pasti ada formasi yang dipakai bagi memastikan pasukan itu kuat dan dapat menyerang serta bertahan dengan kuat dengan struktur formasi yang betul.

Begitu juga dengan penulisan, pastikan kita meletakkan struktur format penulisan yang betul contohnya seperti:

- menyediakan rangka untuk penulisan
- format yang bermula dari tajuk dan diakhiri dengan CTA ( contohnya)

- sediakan bullet poin untuk poin yang ringkas.

dan banyak lagi cara lain yang dapat kita lihat di luar sana.

#### **4) Berkonsepkan Pengajaran**

Rata-rata manusia didunia ini memang suka kalau diajar dan ditunjukkan cara untuk melakukan sesuatu.

Kebanyakan peniaga terutamanya peniaga online selalunya sibuk untuk membuat kajian dan belajar mengenai sesuatu perkara yang mereka semestinya tahu.

Disinilah peranan yang penting untuk kita ambil dengan menunjukkan mereka cara yang betul untuk melakukan sesuatu. Kongsi ilmu yang betul-betul beri manfaat kepada pelanggan.

## **5) Penuh dengan Maklumat**

"Audience development is part ad parcel of content marketing. and its simply not enough to put 1 percent of your effort there. You must create content with your audience and action in mind". - Jeff Rohrs

Poin nya disini ialah cuba pastikan maklumat yang kita ingin kongsiikan sangat berguna untuk pelanggan, letak fakta yang jelas untuk buktikan apa yang kita tulis ini benar dan boleh dipercayai.

contohnya cuba lihat fakta menarik ini:

"Di penghujung tahun 2011, jumlah bilangan gambar yang telah diupload kedalam facebook mencecah 250 million setiap hari" - Jeff Bullas.