

Menulis Rencana Bisnis? Jangan Melupakan Marketing

Ditulis oleh Karier.co.id

Minggu, 17 Maret 2024 00:00 - Terakhir Diperbaharui Jumat, 26 September 2025 15:22



Menyusun rencana bisnis adalah langkah pertama bagi mereka yang bermimpi keluar dari bilik untuk mengejar hasrat mereka. Salah satu elemen yang paling penting dalam perencanaan adalah strategi pemasaran. Seringkali, orang tidak memikirkan terlalu jauh mengenai komponen tersebut, namun pada saat yang bersamaan mereka menangani aspek seperti proyeksi arus kas dan tujuan jangka panjang.

Atau, mereka menempatkan pemikiran dan usaha ke dalam perencanaan untuk riset pasar, promosi dan positioning – dan kemudian tidak pernah menindaklanjuti ide-ide besar mereka.

Masalahnya adalah bahwa sebagian besar pengusaha tidak memiliki pengalaman dalam pemasaran. Mereka mungkin pedagang yang terampil, penasihat keuangan yang cerdas atau penulis berbakat – ahli dalam niche yang mereka rencanakan dalam membangun bisnis di sekitar mereka – tapi mereka bukan pemasar. Beberapa tidak menyadari bahwa melaksanakan strategi pemasaran yang solid sangat penting untuk keberhasilan setiap usaha itu. Orang lain tahu itu penting tetapi tidak tahu harus memulainya dari mana.

Inilah mengapa begitu penting: Tidak peduli seberapa bagus produk atau jasa Anda, tidak akan ada yang akan menemukannya jika mereka tidak mengetahuinya.

Komponen pemasaran dalam rencana bisnis Anda harus mencakup anggaran untuk beberapa waktu tertentu, jika Anda berencana untuk menangani pekerjaan sendirian, dan tentu saja uang yang cukup. Anda perlu jadwal dan website profesional yang menarik pengunjung dan membuatnya mudah bagi mereka untuk belajar lebih lanjut tentang Anda, produk atau jasa Anda – dan kemudahan untuk membeli apa yang Anda jual.

Menulis Rencana Bisnis? Jangan Melupakan Marketing

Ditulis oleh Karier.co.id

Minggu, 17 Maret 2024 00:00 - Terakhir Diperbaharui Jumat, 26 September 2025 15:22

Berikut ini adalah beberapa poin lain yang perlu dipertimbangkan saat Anda sedang mengembangkan rencana pemasaran Anda:

Apa pesan saya ?

Pesan Anda perlu lebih dari sekedar “produk saya sangat bagus “. Apa itu dapat memecahkan masalah? Jika Anda seorang profesional, apa nilai Anda dan apa layanan yang ditawarkan Anda? Bagaimana Anda berbeda dari pesaing Anda? Sebagai contoh: Pada perusahaan pemasaran saya, kami menciptakan visibilitas dan kredibilitas untuk klien kami menggunakan model pay-for-performance yang menjamin liputan media dan membuat kami berbeda dari pesaing kami.

Siapa audiens saya ?

Kecuali jika Anda memiliki produk niche, pertimbangkan audiens berpotensi Anda agar terus berkembang. Misalnya, coffeepot yang dapat dilipat mungkin hanya untuk kamar kos seorang mahasiswa perguruan tinggi. Itu target awal Anda. Tapi orang tua dan kakek-neneknya, yang membantu merapikan kamar kos mereka, mungkin saja menjadi audiens Anda. Jika mereka ingin memperkecil tempat tinggal mereka, mereka mungkin menginginkan satu untuk diri mereka sendiri. Hal ini juga bisa untuk orang yang suka berkemah, pelaut – siapa pun yang tinggal di ruang kecil.

Mana media yang tepat untuk kampanye public relation ?

Sosial media sangat bagus untuk produk niche karena forum online dapat membangun komunitas di sekitar mereka. Pada siang hari acara TV cenderung memiliki banyak penonton yang berjenis kelamin wanita. Sebagian besar pembaca koran sekarang berumur 55 tahun atau lebih tua. Sekali Anda telah memutuskan siapa audiens Anda, cari tahu apa yang mereka tonton, dengarkan, baca dan apa yang mereka lakukan secara online, kemudian sesuaikan pesan Anda untuk media dan audience tersebut.

Berapa anggaran Anda ?

Menulis Rencana Bisnis? Jangan Melupakan Marketing

Ditulis oleh Karier.co.id

Minggu, 17 Maret 2024 00:00 - Terakhir Diperbaharui Jumat, 26 September 2025 15:22

Bila Anda telah menjawab pertanyaan ini, Anda harus dapat menentukan berapa banyak pemasaran yang dapat Anda lakukan sendiri, jika tidak bisa, berapa banyak bantuan yang akan Anda butuhkan. Jika Anda menanganinya sendiri, sediakan waktu untuk melakukan hal-hal seperti menjaga website Anda agar tetap aktif dengan cara posting konten blog sekali atau dua kali seminggu, posting konten pada social media dan kembangkan kata – kata untuk media cetak, radio atau TV yang menarik. Jika Anda berencana untuk membayar seseorang yang profesional untuk jasa pemasaran, gunakan rencana pemasaran Anda untuk mengeksplorasi biaya, jadwal, dan anggaran yang sesuai.

Apakah Anda ingin menjalankan bisnis impian Anda atau mengevaluasi kembali bisnis Anda yang sudah ada, semuanya dimulai dari rencana yang solid. Pemasaran harus menjadi bagian mendasar dari rencana tersebut. Itu yang mendorong bisnis, jadi hal itu tidak bisa hanya menjadi hasil pemikiran saja. *(fill gunawan)*