

Jenis Pemasaran yang Dapat Digunakan di Industri Optikal

Lorentius Wahana Dika,S.Kom.,M.M. December 11, 2022

Ditulis oleh : Lorentius Wahana Dika, S.Kom., M.M.

Persaingan usaha saat ini sangat ketat, begitu juga pada usaha di industri optikal. Ada beberapa jenis metode pemasaran yang umum di gunakan oleh perusahaan yang dapat diterapkan di industri optikal. Berikut adalah jenis-jenis metode pemasaran yang biasa digunakan:

1. Metode Iklan berbayar

Sejak dahulu iklan berbayar kerap digunakan perusahaan-perusahaan dalam rangka mempromosikan produknya. Meskipun biaya yang dikeluarkan sangat lah besar namun ternyata metode ini cukup efektif yang terbukti dari banyaknya iklan yang tayang di televisi, majalah, papan reklame di jalan besar

Namun sejak kemajuan teknologi berbasis internet dan sosial media iklan berbayar ini juga menjangkau di seluruh platform media sosial, google dan sebagainya dengan harga yang jauh lebih murah daripada beriklan di media konvensional

2. Metode transaksional

Metode pemasaran ini juga umum di gunakan perusahaan karena tantangan yang dihadapi perusahaan yaitu terpenuhinya target penjualan. Metode ini di nilai cukup efektif untuk menghadapi tantangan tersebut. Perusahaan yang menggunakan metode ini dapat menarik konsumen untuk berbelanja lebih banyak dikarenakan perusahaan mengeluarkan voucher belanja, voucher discount atau promosi dan discount di event-event besar atau tanggal tertentu setiap bulan seperti 01/01, 02/02 dan seterusnya

3. Metode pemasaran melalui media sosial

Metode ini berkembang sangat pesat dan di nilai sangat efektif di era teknologi ini. Baik usaha perorangan maupun perusahaan besar menggunakan platform media sosial ini untuk melakukan pemasaran yang sangat efektif dengan biaya yang cukup terjangkau. Di bantu dengan penyedia jasa endorsement pada penggiat media sosial yang memiliki followers ribuan bahkan jutaan.

4. Metode Pemasaran Konten

Tentunya jika ingin melakukan pemasaran produk, perusahaan perlu membuat konten yang menarik agar setiap masyarakat yang melihat produk kita menjadi penasaran dan timbul keinginan membeli. Di era teknologi ini juga tersedia banyak konten creator yang dapat membantu dalam memasarkan produk kita di channel mereka.

5. Metode Search engine optimization (SEO)

Tidak bisa dipungkiri semakin maju era teknologi sekarang maka harus berkembang juga metode pemasaran yaitu dengan menggunakan search engine atau mesin pencarian dimana apabila orang memasukan suatu kata kunci di dalam search engine tersebut maka akan secara otomatis keluar produk yang kita pasarkan. Konten yang menggunakan SEO akan menempati posisi atas mesin pencarian yang tentunya akan meningkatkan jumlah traffic terhadap konten kita.

6. Metode Earned media (public relation)

Earned media adalah media pemasaran yang cenderung mudah seperti testimony di media sosial, pembicaraan dari mulut ke mulut. Media pemasaran ini didapatkan secara gratis namun kita perlu memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen optik kita.

7. Metode Inbound marketing

Strategi ini untuk menarik kembali konsumen yang sudah membeli produk kita dengan membangun hubungan dengan pelanggan, sebagai contoh di bidang optikal, setelah beberapa bulan membeli kacamata di optik maka kita perlu memfollow up kembali apakah kacamata nya nyaman di gunakan, apakah terdapat kendala dan sebagainya. Tentunya apabila hubungan yang di jalin sudah baik maka konsumen akan kembali untuk membeli produk kita.

8. Metode Program referral

Strategi ini menggunakan konsumen lama kita agar dapat mengajak kerabat untuk membeli produk kita, misalnya dengan memberikan harga khusus, atau discount buy 1 get 1 dan sebagainya.

Demikian beberapa strategi pemasaran yang umum di gunakan perusahaan-perusahaan, kira-kira strategi mana yang cocok dan bisa segera di implementasikan oleh pengusaha bidang optik?

Referensi:

<https://money.kompas.com/read/2022/08/05/223655626/pengertian-strategi-pemasaran-dan-contoh-contohnya?page=all>

<https://accurate.id/marketing-manajemen/10-strategi-pemasaran/>