



Facebook Ads & WOM

👤 AUTHOR NORIZAN SHARIF

1. Kita sentiasa nak cari jalan mudah. Contoh kita beli Facebook ads dan selepas itu harap jualan melompat-lompat.
2. Apabila jualan tak melompat, kita yang melompat separuh gila kerana bajet pemasaran ciput tu sudah habis.
3. Facebook ads cukup bagus untuk brand awareness, maksudnya nak beri orang kenal jenama kita.
4. Kata orang, tak kenal maka tak cinta. Cuma kita usah lupa, apabila dah kenal lagi tak cinta. Ramai yang tertarik dengan seseorang apabila melihat dari jauh. Setelah dekat, perghhh!
5. Ramai pengguna tak jadi beli produk kita apabila baca review negatif di internet. Semakin banyak mereka "kenal" produk kita melalui review di internet, semakin mereka tak cinta dengan produk kita.
6. Di sinilah peranan kuasa pemasaran WOM atau "word of mouth." Kunci kepada strategi pemasaran WOM ialah untuk jadikan orang bercakap positif mengenai produk kita di internet.
7. Ada orang sanggup belanja RM5,000 untuk Facebook ads tapi tak sanggup belanja besar untuk pemasaran WOM. Sedangkan sama ada orang beli atau tidak produk kita lebih dipengaruhi oleh WOM berbanding Facebook ads.
8. Saya sudah sebutkan berulang kali bahawa Facebook ads bagus untuk brand awareness. Namun untuk conversion (baca: nak buat orang beli), ia lebih dipengaruhi oleh WOM.
9. Statistik menunjukkan WOM lima kali lebih berpengaruh berbanding iklan berbayar (termasuklah Facebook ads).
10. Kalau kita boleh leburkan RM5,000 untuk Facebook ads, mungkin kita boleh leburkan RM10,000 untuk beri sampel produk percuma kepada mereka yang "like" Facebook page kita.
11. Atau, berikan 50% diskaun kepada pelanggan yang tulis review positif mengenai produk kita di internet.
12. Atau, berikan satu produk percuma kepada pelanggan yang bawa tiga orang pelanggan baru untuk membeli produk kita.
13. Atau, boleh adakan contest untuk sesiapa yang buat review positif produk kita dengan #hashtag tertentu di Instagram atau Twitter.
14. Ini semua adalah contoh bagaimana kita boleh galakkan pelanggan menulis yang positif mengenai produk atau perkhidmatan kita di internet.
15. Bagaimanapun, nak dapatkan orang menulis yang positif, kita kenalah berikan perkhidmatan hebat kepada mereka.
16. Alasan "kami sibuk," atau menghentam pelanggan di media sosial sebagai "tak sabar" atau "tak faham" akan menjadikan mereka menulis ketidakpuasan hati mengenai produk kita di internet.
17. Pelanggan tak kisah mengenai masalah kita. Apa yang mereka mahukan ialah perkhidmatan terbaik. Sebagai orang bisnes, kita kena selesaikan sendiri masalah kita.
18. Sementara iklan, termasuklah Facebook ads penting, usah lupa untuk gandingkan iklan dan pemasaran WOM.
19. Dalam pemasaran WOM kita kena ingat bahawa untuk setiap satu aduan pelanggan yang kita terima, ada lagi 27 pelanggan yang tak berpuas hati tetapi tak mengadu kepada kita.
20. Dan yang paling penting ialah orang yang tak berpuas hati dengan produk kita akan beritahu lebih ramai orang berbanding dengan mereka yang berpuas hati. Ini tak boleh diselesaikan dengan Facebook ads!

NOBISHA

<https://www.facebook.com/nobisha>

📁 CATEGORY BISNES

Share this post:

🐦 f + 📌 in



RELATED POSTS



BISNES

Manusia Berilmu



BISNES

Berapa Modal Untuk Mulakan Bisnes



BISNES

Pengurusan Stakeholder



BISNES

Mimpi Kita



BISNES

10 Nasihat Untuk Berjaya Dalam Bisnes



BISNES

Si Dyslexia

CARIAN PROGRAM INSKEN

Lokasi

Seluruh Malaysia

Tarikh

DD/MM/YYYY

Keyword

Cari Program

KALENDAR AKTIVITI

- Bagaimana Mendapatkan Pensijilan Halal : Subang Jaya (11-12 Oktober 2017)
- Leveraging Contract and Vendor Partnership Towards SME Success, Sustainability and Competitiveness : Bandar Utama (12 October 2017)
- Role of Fintech in Meeting the Financial Needs of Entrepreneurs : Kuala Lumpur (19 October 2017)
- Senior Management Project Appreciation : Kuching (21 October 2017)
- INSKEN Graduate Entrepreneur Programme (IGEP) : Langkawi (23-26 October 2017)

[Lihat Semua Aktiviti](#)

one source referral center
bisnest

 TERAJU XCHANGE

