

DIGITAL MODUL

Fondasi Nulis Iklan yang Menjual

Isi dari modul ini memiliki hak kekayaan intelektual yang dilindungi oleh undang - undang. Dilarang menggunakan, mengubah, memperbanyak dan mendistribusikan seluruh atau sebagian isi modul untuk tujuan komersil.

● Disusun oleh Tim entrepreneurID



MENTORING INSTANT COPYWRITING

CARA NULIS IKLAN YANG GAK ASAL

Saat membahas tentang copywriting, semua orang pasti ingin iklannya menghasilkan banyak pembeli, tapi faktanya banyak yang tidak mendapatkan hal tersebut, alias copywritingnya tidak menghasilkan. Nah, kenapa hal itu bisa terjadi?

Ada banyak penyebab kenapa copywriting tidak menghasilkan, tapi salah satu alasan utama yang menyebabkan hal tersebut adalah karena **copywritingnya dibuat asal-asalan**.

Ya, jika copywriting dibuat asal-asalan maka hasilnya juga ngasal, bahkan hal terburuk adalah tidak menghasilkan sama sekali.

Lantas bagaimana cara supaya iklan yang dibuat gak asal-asalan?

Supaya iklan gak ngasal, maka buatlah iklan berdasarkan **Buyer Persona** dari target pasar.

Apa itu Buyer Persona?

Jadi buyer persona adalah tokoh fiktif yang menggambarkan karakteristik ideal dari target pasar kita. Dengan bantuan buyer persona, kita bisa tau target pasar kita orang yang seperti apa, apa masalahnya, apa keinginannya. Begitu kita tau mereka mau apa, dari situ kita bisa merancang iklan yang menjual.

Dalam menulis copywriting, buyer persona ini penting, tapi sayang banyak orang yang masih mengabaikannya. Saat membuat iklan, masih banyak yang hanya fokus ke manfaat produk, lalu menghias kalimat promosinya dengan kalimat-kalimat penjualan. Cara itu memang bisa dapat pembeli, tapi hasilnya tidak terlalu besar.

Karena itulah buat copywriting yang menyesuaikan target pasar, bukan semau penjualnya. Ibarat cari baju, harus pas sama badan, kalau gak pas jadinya kebesaran atau kekecilan. Kalau bajunya gak cocok, bajunya jarang dipakai deh. Anda gak mau kan bisnis Anda ditinggal pelanggan? Karena itu, iklanya harus menyesuaikan mereka.

Nah, untuk membuat Buyer Persona, yang perlu kita lakukan adalah melengkapi 6 data ini

1. **Background**, alias latar belakang target pasar
2. **Demografi**, berapa usia target pasar, statusnya apa, dan sejenisnya
3. **Minat**, apa yang membuat target pasar tertarik
4. **Tantangan**, apa masalah yang sedang target pasar hadapi
5. **Ketakutan**, apa yang target pasar takutkan, dan
6. **Goal**, apa tujuan jangka pendek dan jangka panjang dari target pasar.

Kalau dirincikan, bentuk pertanyaannya jadi seperti ini :

BACKGROUND

- Pekerjaan?
- Riwayat Pendidikan?
- Cara mengambil keputusan?
- Cerita singkat tentang target pasar?

DEMOGRAFI

- Gender?
- Usia?
- Status? Single/Menikah
- Penghasilan Bulanan? (Kira-kira)
- Dominan berapa dimana?

MINAT

- Hobi?
- Tokoh kesukaan?
- Social Media yang digunakan?
- Berkomunikasi dengan aplikasi apa?
- Buku Kesukaan?
- Film Favorite?
- Web yang sering dikunjungi?
- Cara menghabiskan waktu?

TANTANGAN

- Masalah saat ini?

KETAKUTAN


- Ketakutan terbesar?

GOAL

- Keinginan dalam waktu dekat?
- Keinginan beberapa tahun mendatang?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan diatas, maka kita akan lebih mengenal target pasar kita. Dan ujungnya itu akan mempermudah nantinya dalam menyusun copywriting.

Nah, supaya lebih terbayang tentang buyer persona, lihat contoh di halaman selanjutnya.

BACKGROUND	BUYER PERSONA	DEMOGRAPHIC
<p>Pekerjaan Admin Startup</p> <p>Riwayat Pendidikan S1 Manajemen</p> <p>Cara Mengambil Keputusan Mendengarkan orang lain</p> <p>Cerita Singkat Banyak menghabiskan waktu di ruangan ber AC</p>		<p>Gender Perempuan</p> <p>Usia 25 Tahun</p> <p>Status Lajang</p> <p>Penghasilan Bulanan Lebih dari Rp. 5.000.000</p> <p>Dominan ada dimana Kantor</p>
Elisa		
INTEREST		
<p>Hobi Shopping</p> <p>Tokoh Kesukaan Okky Setiana Dewi</p> <p>Social Media Instagram</p> <p>Berkomunikasi dengan WhatsApp</p>	<p>Buku Kesukaan Novel Assalamualaikum, Beijing!</p> <p>Film Favorite Drama korea Goblin</p> <p>Blog yang Sering dikunjungi Gak ada</p> <p>Cara Menghabiskan Waktu Scroll Sosmed/Nonton Youtube</p>	
CHALLENGE		
<p>Kulit wajah kering Kulit sering terasa sakit kalau kena sinar matahari</p>		
FEAR	GOAL	
<p>Terlihat tua</p>	<p>Dalam Waktu Dekat Menemukan cream yang cocok untuk masalah kulitnya</p> <p>Dalam Beberapa Tahun Kedepan Kulit lebih lembab</p>	

Contoh dihalaman sebelumnya adalah produk pelembab wajah untuk kulit kering. Jadi jika kita sudah tau buyer persona maka kita bisa menulis copywriting yang gak asal-asalan.

Contoh, jika tanpa buyer persona maka copywritingnya mungkin jadi seperti ini.

Moisturizing Day Cream adalah pelembab yang cocok untuk kulit kering.

Didalamnya terdapat Niacinamide untuk mencerahkan kulit.

Dan Anti aging untuk menghindari penuaan dini.

Harga Rp. 130.000

Yang mau bisa pesan ke Saya

Menurut Anda bagaimana copywriting diatas? Menawarkan banget ya?

Biasanya copywriting yang seperti itu minim pembelinya, hehe.

Nah dengan buyer persona, kita bisa membuat copywriting yang berbeda. Jika data buyer personanya kita gunakan, maka copywritingnya jadi seperti ini.

*Just sharing tentang kulitku yang agak kering nih.
Siapa tau bermanfaat, hehe.*

Jadi mulai kuliah tuh aku sudah concern banget sama kulit wajah.

Ya namanya juga cewek, pastilah pingin selalu tampil sempurna, ups.

Nah, salah satu masalah yang aku hadapi itu kulitku yang kering.

3 jam diruangan be AC aja, kelembabannya hilang.

Padahal, sehari-hari aku kerja diruangan yang ada AC-nya.

Tuntutan pekerjaanku juga mengharuskan aku tampil prima karena bisa tiba-tiba ketemu klien.

Jadilah si masalah kulit kering ini tidak bisa didiamkan, hehe.

Akhirnya Aku cari-cari produk kulit yang cocok dengan kebutuhanku.

Setelah riset kecil-kecilan di youtube, hehe.

Para beauty blogger pada nyaranin Moisturizing Day Cream ini.

Setelah ku coba 3 bulan, memang terasa banget sih manfaatnya.

.....

.....

Dengan cream ini, kelembaban kulitku jadi bertahan lebih lama.

Selain melembabkan juga, ada 2 hal yang aku suka lho dari cream ini.

*Yaitu creamnya mengandung Niacinamide.
Ini bisa mencerahkan kulit, cocok untuk warga +62 yang sering terpapar sinar matahari, hehe.*


Dan ada unsur anti-agingnya untuk menangkal penuaan dini.

*Menurutku komplis sih.
Hehe*

*Teman-teman yang punya masalah kulit kering gimana?
Sudah kenal cream ini atau belum?*

Isi copywriting barusan diambil dari data buyer persona. Dengan begitu, maka target pasar akan merasa copywritingnya dekat banget dengan kehidupannya dibanding copywriting yang isinya hanya penawaran dan penawaran.

Sekarang masuk ke contoh kedua.

BACKGROUND	BUYER PERSONA	DEMOGRAPHIC
<p>Pekerjaan Ibu Rumah Tangga</p> <p>Riwayat Pendidikan SMA</p> <p>Cara Mengambil Keputusan Kebutuhan Keluarga</p> <p>Cerita Singkat ibu 2 anak 1 Anaknya kelas 6 SD 1 masih balita</p>		<p>Gender Perempuan</p> <p>Usia 35 Tahun</p> <p>Status Menikah</p> <p>Penghasilan Bulanan Tidak ada</p> <p>Dominan ada dimana Rumah</p>
Bu Tuti		
INTEREST		
<p>Hobi Masak</p> <p>Tokoh Kesukaan Ust. Abdul Somad</p> <p>Social Media Facebook</p> <p>Berkomunikasi dengan WhatsApp</p>	<p>Buku Kesukaan Tidak ada</p> <p>Film Favorite Tidak ada</p> <p>Blog yang Sering dikunjungi Tidak ada</p> <p>Cara Menghabiskan Waktu Main sama anak</p>	
CHALLENGE		
<p>Bagi waktu untuk mengurus semua kebutuhan rumah tangga Merasa dirinya gaptek</p>		
FEAR	GOAL	
<p>Tidak bisa membesarkan anak dengan layak</p>	<p>Dalam Waktu Dekat Ingin punya penghasilan tambahan</p> <p>Dalam Beberapa Tahun Kedepan Punya rumah sendiri</p>	

Contoh diatas adalah penawaran tentang peluang usaha. Jika tanpa buyer persona maka copywritingnya menjadi seperti ini.

“Dicari reseller. Yang minat silahkan inbox”

Jika menggunakan buyer persona maka copywritingnya menjadi seperti ini.

Untuk emak-emak seindonesia yang lagi scroll Facebook, ini ada info yang bermanfaat banget 😊

Jadi kalau emak-emak merasa sibuk dengan urusan keluarganya, tapi ingin punya penghasilan tambahan yang gak terlalu nyita waktu.

Kebetulan Saya dan tim punya programnya.

Saat ini kami sedang mencari beberapa orang reseller yang siap terima gaji tiap bulan.

Assiiiiikk, hehe.

Produknya insyaAllah mudah dipasarkan.

Dan walaupun ngerasa gak punya skill penjualan.

Nanti akan kami support dengan pelatihan tiap 1 minggu sekali di 3 bulan pertama.

Jadi gimana mak?

Mau ambil peluang ini untuk tambah uang saku anak?

.....

.....

*Info detailnya silahkan tinggalkan komen ya.
Nanti akan langsung Saya inbox*

Semoga kita berjodoh mak 😊

Gimana beda kan? Nulis copywriting yang pakai persona dan copywriting yang dibuat asal-asalan?

Nah, buyer persona ini adalah fondasi Copywriting.

Jika punya buyer persona sebelum nulis copywriting, maka kita bisa nulis iklan yang menarik banget untuk target pasar karena isi iklannya menyinggung kondisi yang dialami oleh pembaca iklan.

Jadi kalau selama ini yang proses buat iklannya ngarang bebas, itu salah ya. Hehe. Prinsipnya, buat persona dulu, baru buat iklan. Lengkapi persona dulu, baru nulis copywriting.

Silahkan praktekan cara ini saat menulis copywriting ya, semakin sering berlatih insyaAllah akan semakin terasah kemampuan dalam menulis iklannya.

Jika dalam praktek ada kendala, silahkan diskusikan ke dalam grup ^_^



Contact us :



www.entrepreneurID.co



fb.me/entrepreneurID



0813-8222-6664