

Kenali elemen pemasaran kandungan digital

KEMAJUAN teknologi digital bukan sahaja memberi kita informasi dan kemudahan berkomunikasi dengan lebih kos efektif, tetapi membantu sebahagian besar urusan dilakukan secara dalam talian. Secara tidak langsung, perkembangan teknologi kini memaksa lebih ramai pihak untuk mula mendalami potensi dunia dalam talian bagi memudahkan pelbagai urusan.

Bagi sektor perniagaan, perkembangan digital sememangnya tidak harus lagi dipandang sebelah mata. Antara perkara penting adalah memanfaatkan elemen pemasaran kandungan (*content marketing*) bagi menyokong strategi pemasaran. Ia merupakan pengisian informasi penting dalam membina perhubungan audien di platform digital dan media sosial untuk memperkukuh kredibiliti pasaran di samping meningkatkan jualan.

Berikut adalah beberapa elemen pemasaran kandungan

PERSPEKTIF

Oleh
Khair Khalid



digital yang boleh dimanfaatkan dalam membina prospek pasaran serta pelanggan dengan strategik dan efektif.

Artikel Blog. Berdasarkan kaji selidik Hosting Tribunal menunjukkan 77 peratus pengguna internet di seluruh dunia masih menerima blog sebagai platform rujukan di enjin carian. Sejumlah besar prospek akan mencari maklumat melalui fokus pembacaan sebelum membuat keputusan pembelian atau kerjasama perniagaan. Blog juga menjadi elemen membina prospek organik melalui enjin carian serta menyokong perkongsian di media sosial.

Video. Video memainkan peranan besar dalam era *digital marketing* kini. Secara realiti,

kita boleh lihat penglibatan sektor konglomerat dan komersil sehinggalah perusahaan kecil sederhana yang kini semakin giat menghasilkan kandungan video berkualiti dan kreatif untuk manfaat serta tarikan perniagaan.

Tidak ketinggalan juga, senario bertambahnya individu yang memanfaatkan platform video seperti YouTube untuk mencipta nama sebagai *YouTuber* dan *Vlogger*. Kesemua ini membuktikan video berperanan efektif dalam memperkukuh kredibiliti pasaran.

Selain itu, kajian *optimmonster* juga menyatakan video mampu meningkatkan *conversion rates* sekitar 80 peratus, malah ia juga boleh diintegrasikan dalam sesebuah artikel blog dan boleh dikongsi hampir di kesemua platform media sosial.

Imej/Gambar. Satu elemen yang tidak seharusnya ditinggalkan kerana ia memainkan peranan penting terutamanya dalam menyokong sesebuah penceritaan melalui penulisan.

Ia mampu menyokong sesebuah tajuk (*headline*) agar lebih menarik perhatian untuk dibaca.

Bagi sesetengah situasi, imej juga membantu memberi gambaran dengan lebih jelas tentang produk mahupun perkhidmatan kepada pelanggan. Paduan penulisan dan gambar turut terbukti membantu ramai peniaga atas talian menjana pelanggan dengan lebih baik.

Infografik. Secara asas, infografik mampu menjadikan maklumat lebih menarik dan mudah difahami. Atas faktor tersebut menjadikan infografik pada kebiasaannya berjaya menarik perhatian audien dan turut meningkatkan kredibiliti perniagaan.

Namun, kita perlu pastikan agar infografik yang direka bertepatan dengan maksud dari data maklumat yang asal, tidak mengelirukan atau disalah ertikan oleh audien. Pastikan setiap maklumat infografik dapat disampaikan dengan jelas dan tepat.

Testimoni. Kajian kes atau

testimoni merupakan kisah benar tentang manfaat produk atau perkhidmatan. Ia mengetengahkan jalan secara realiti tentang bagaimana sesebuah produk atau perkhidmatan berjaya membantu pelanggan menyelesaikan permasalahan mereka.

Testimoni daripada kisah-kisah sebenar pelanggan amat membantu membina kepercayaan prospek pasaran terhadap penjenamaan dan keunikan perniagaan dengan lebih mampan.

Justeru itu, terdapat pelbagai lagi elemen pemasaran kandungan yang sentiasa berkembang selaras kemajuan teknologi dan trend pasaran. Namun 5 elemen di atas adalah asas paling penting yang patut dimanfaatkan sebaiknya. Pemasaran kandungan merupakan aset digital untuk kebaikan jangka panjang perniagaan.

PENULIS adalah perunding pemasaran bertauliah dan pakar pemasaran digital.