



# INBOUND MARKETING

## LEVEL 2: FUNDAMENTAL INBOUND MARKETING

*Ol, ch: Hilman Fajriani*

4

# APA & MENGAPA INBOUND MARKETING

# PENDEKATAN DALAM MARKETING

## TRADISIONAL (DORONG)



Iklan media cetak - televisi  
Iklan online (sebagian)  
Email spam  
Telemarketing, dll

**Berorientasi pada produk/marketer**

## INBOUND (TARIK)



Content marketing  
Landing page  
Referral  
SEO, dll

**Berorientasi pada konsumen**

*Inbound marketing*

**MENCIPTAKAN CARA  
PEMASARAN YANG  
DICINTAI OLEH  
ORANG LAIN**

# METODOLOGI INBOUND



# 5 TAHAP METODOLOGI INBOUND



Kreasi dan  
distribusi  
konten



Siklus  
pemasaran



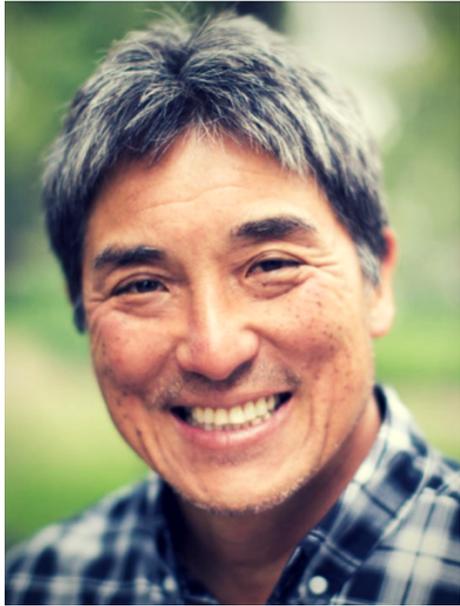
Personalisasi



Multi  
channel



Integrasi



”

If you have more money than brains, you should focus on outbound marketing.

If you have more brains than money, you should focus on Inbound Marketing.

**GUY KAWASAKI**

# *Inbound marketing*

**CARA MENGANTARKAN  
SETIAP NILAI DALAM BISNIS  
KITA YANG BUKAN HANYA  
TERGANTUNG NILAI  
PRODUK**

The background of the slide is a red-tinted photograph of a plate of cookies. The cookies are arranged on a light-colored plate, and the red tint is uniform across the entire image. The text is centered and reads:

**5**  
**FUNDAMENTAL**  
**INBOUND MARKETING 1**

# METODOLOGI INBOUND



# BEST PRACTICE INBOUND



**MENGGUNAKAN BUYER PERSONA**



**MENGGUNAKAN BUYER JOURNEY**



**MENCIPTAKAN KONTEN YANG BERNILAI**



**MENGUNGKIT KONTEN**

# BEST PRACTICE INBOUND



**MENGGUNAKAN BUYER PERSONA**



MENGGUNAKAN BUYER JOURNEY



MENCIPTAKAN KONTEN YANG BERNILAI



MENGUNGKIT KONTEN

# BUYER PERSONA

Karakter fiksi yang merepresentasikan konsumen ideal anda berdasarkan data nyata dan beberapa spekulasi tentang demografi, pola perilaku, motivasi, dan goal konsumen.



# WATI



## DEMOGRAFI

Wanita, usia 27-40 tahun, menikah, memiliki anak, tinggal di kawasan sub-urban.

## PENGHASILAN

Rp 30 juta join income

## PEKERJAAN

Pegawai medium-senior level

## GOAL/TUJUAN

Menemukan restoran makanan sehat yang diolah dengan standar sehat yang tinggi, enak, tempat tidak berisik, bersih, harga masuk akal, bukan tempat nongkrong, bisa pesan antar.

## MASALAH/TANTANGAN

Pengolahan yang tidak transparan, rasa tidak pas, cenderung mahal, tempat tidak nyaman untuk keluarga.

## PREFERENSI BELANJA

Makan malam bersama keluarga, restoran berjarak 30 menit dari rumah, biaya sekali makan keluarga max Rp 300 ribu.

## PREFERENSI & PERILAKU ONLINE

Instagram, Facebook, web blog, Go-Food

Buyer persona harus dibuat melalui  
riset yang nyata, aktual, dan relevan.  
Tidak boleh berdasarkan asumsi.



**SURVEI  
SECARA  
LANGSUNG  
ATAU  
ONLINE**



6

# FUNDAMENTAL INBOUND MARKETING 2

# BEST PRACTICE INBOUND



MENGGUNAKAN BUYER PERSONA



**MENGGUNAKAN BUYER JOURNEY**



MENCIPTAKAN KONTEN YANG BERNILAI



MENGUNGKIT KONTEN

# BUYER JOURNEY



# BUYER JOURNEY

**KESADARAN**  
(awareness)

**PERTIMBANGAN**  
(consideration)

**MEMUTUSKAN**  
(decision)



Bagaimana  
sebuah restoran  
makanan sehat  
mengolah  
makanannya?



Bagaimana  
sebaiknya sebuah  
restoran makanan  
sehat mengolah  
makanannya?



Ada beberapa  
restoran makanan  
sehat yang cocok.  
Ke mana saya  
akan pergi?



KONSUMEN HANYA MEMBELI **DARI ORANG YANG MEREKA SUKA.**  
BANTU, LAYANI, EDUKASILAH  
CALON KONSUMEN SEJAK TAHAP  
AWAL BUYER JOURNEY.

KONTEN ANDA BUKANLAH SIAPA  
ANDA. TAPI **APA YANG ANDA  
LAKUKAN UNTUK MEMECAHKAN  
MASALAH KONSUMEN.**

# BEST PRACTICE INBOUND



MENGGUNAKAN BUYER PERSONA



MENGGUNAKAN BUYER JOURNEY



**MENCIPTAKAN KONTEN YANG BERNILAI**



MENGUNGKIT KONTEN

CONTENT + CONTEXT



MARKETING PEOPLE LOVE

Their  
Questions



Your  
Content



Context

# KONTEKS



# BEST PRACTICE INBOUND



MENGGUNAKAN BUYER PERSONA



MENGGUNAKAN BUYER JOURNEY



MENCIPTAKAN KONTEN YANG BERNILAI



**MENGUNGKIT KONTEN**

# MENGUNGKIT KONTEN

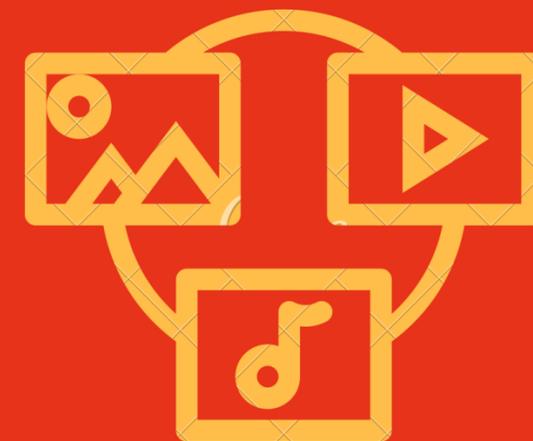
BUYER PERSONA  
+  
PLATFORM



Preferensi online buyer persona



KONTEN  
+  
PLATFORM



Relevansi antara konten dan platform

# BUYER JOURNEY



**KESADARAN**  
(awareness)

Facebook  
Instagram  
Blog  
SEO

**PERTIMBANGAN**  
(consideration)

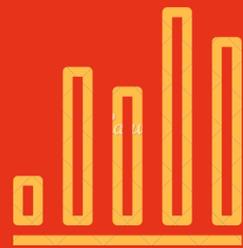
Youtube  
Facebook  
Blog  
SEO

**MEMUTUSKAN**  
(decision)

Facebook  
Instagram  
Landing page  
Website usaha  
SEO



UJI



UKUR



PELAJARI



OPTIMASI

A top-down view of a wooden tray filled with round, golden-brown cookies. The cookies are arranged in a somewhat circular pattern on the tray. The text "TERIMA KASIH" is overlaid in the center of the image in a white, bold, sans-serif font.

**TERIMA KASIH**