

CONSUMER INSIGHT UNTUK BISNIS YANG LEBIH BAIK

Oleh:
Cicilia S. Bangun, ST., MT
Universitas Esa Unggul
November 2020

Consumer Insight

Listen to Customer Voices

Know your Customer

Customer Engagement



Source: Digimind, How to Get, Analyze, and User Consumer Insights from Social Media

Apa itu Consumer Insight?



A person or organization that buys something from a shop or business, (Seseorang atau sebuah organisasi yang membeli sesuatu dari sebuah toko atau bisnis.)

A person of the specified type (Seseorang dengan tipe tertentu)

*Oxford Dictionary

Customer

- Pemakai barang hasil produksi (bahan, pakaian, makanan, dan sebagainya)
- Penerima pesan iklan.
- Pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya).

*KBBI

Consumer

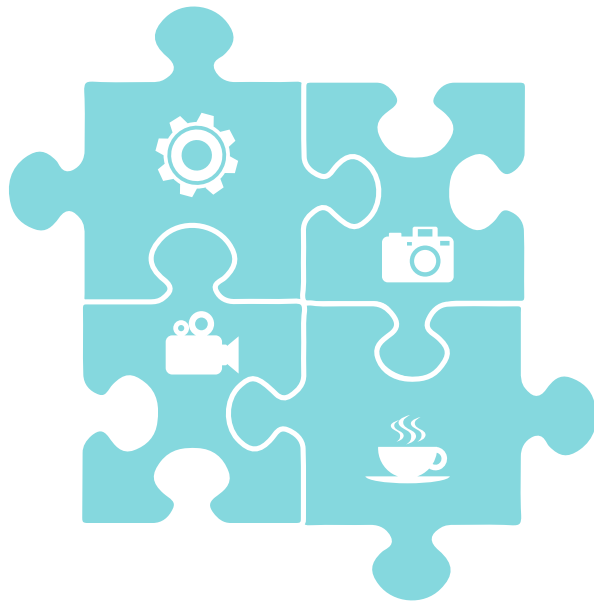
A clear, deep and sometimes sudden understanding of complicated problem or situation, or the ability to have such an understanding (Pemahaman yang jelas, dalam, dan terkadang tiba-tiba tentang masalah atau situasi yang rumit, atau kemampuan untuk memiliki pemahaman semacam itu.)

*Cambridge Dictionary

Insight

Consumer Insight dapat diartikan sebagai upaya atau proses pengidentifikasian semua tentang consumer yang dilakukan secara mendalam, mulai dari segi geografis, kebiasaan, latar belakang, demografis dan berbagai faktor yang mempengaruhi consumer untuk berhubungan langsung dengan komunikasi pemasaran dan tertuju pada produk/jasa yang ditawarkan.

Area “Consumer Insight”



Area Klasik

Siapa Konsumen?

Apa yang dilakukan

Dimana berada

Apa yang dibeli

Media yang dipilih,
digunakan, dibaca

Bagaimana cara pembelian

Area Psikologis

Apa yang dipikirkan

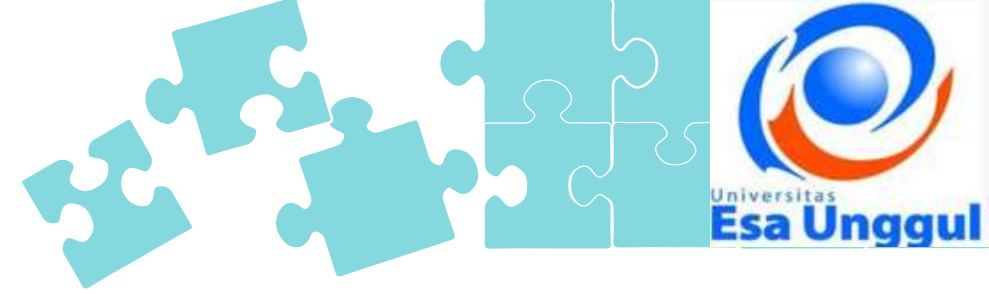
Apa yang dirasakan

Apa tujuannya

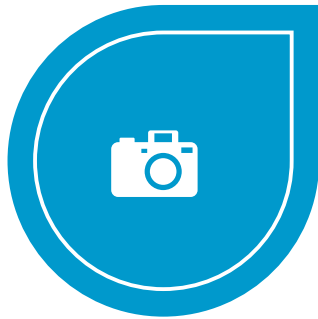
Bagaimana kebiasaannya

Bagaimana mempengaruhi

Cara Mengumpulkan Consumer Insight



**Literature
Sources**



Survey



Observations



Interview



**Online/Social
Media
Monitoring**

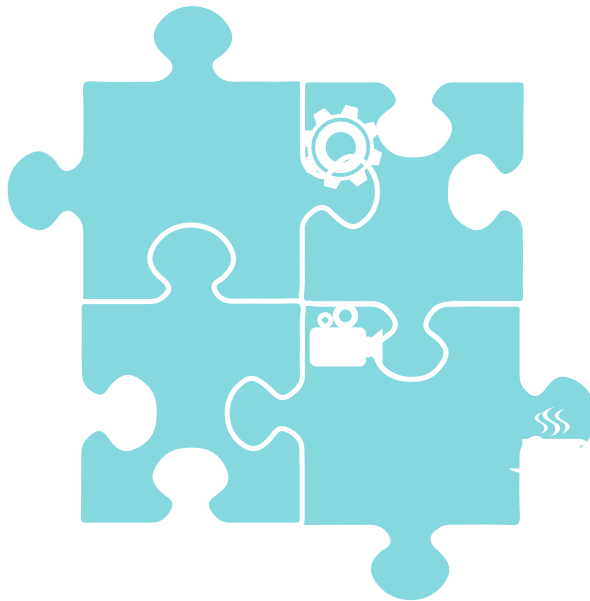
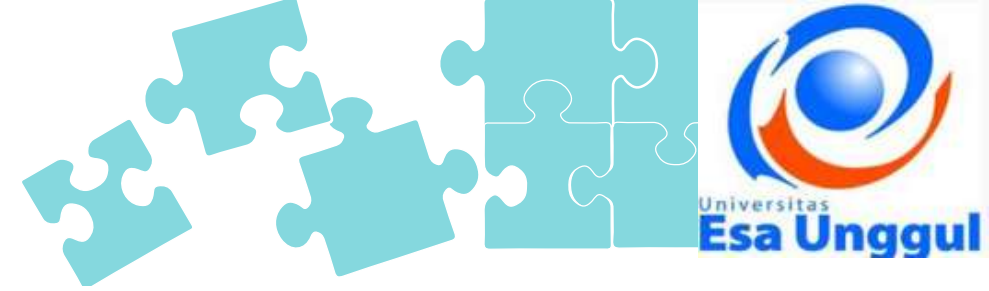


**Document
and Records**



Experiments

Sumber Informasi



Search engines

57%

Social networks

46%

Consumer reviews

43%

Brand websites

41%

Comparators

34%

Top 5 product information search channels
(Source: GlobalWebIndex)

Digital World



Memanfaatkan “CI” dari Jaringan Sosial

- 01 Identifikasi Kebiasaan Konsumsi konsumen 
- 02 Memahami komunitas konsumen 
- 03 Mendapatkan feedback dari konsumen 
- 04 Mendapatkan opini untuk memperbaiki komunikasi 
- 05 Memahami waktu konsumsi konsumen 
- 06 Mengevaluasi Pengalaman konsumen 
- 07 Membandingkan dengan pesaing 
- 08 Mengidentifikasi new influencer 
- 09 Mendapatkan info trend terbaru 
- 10 Mengoptimalkan iklan 

Komponen Dasar



Pengumpulan Data

Apa keinginan konsumen



Analisis Data

“Peta” keinginan konsumen



Optimalisasi

Tindakan perusahaan



Manajemen Promosi

Pesan sampai ke konsumen



Personalisasi

Membentuk ciri perusahaan



Manfaat Consumer Insight



**Menyesuaikan
strategi Pemasaran**

**Meningkatkan
Jumlah Pelanggan**



Menganalisa Pesaing

**Meningkatkan Transaksi
per pelanggan**



**Menekan biaya akusisi
per pelanggan**

**Menjalin hubungan baik
dengan pelanggan**



Contoh Consumer Insight





PT. Pusaka
Tradisi Ibu (PTI)
Brand “Putri”,
perawatan
rambut

Wardah
Halal dari
awal

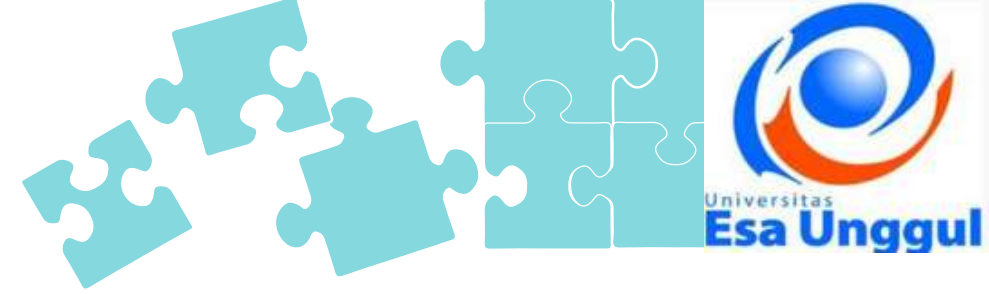
Make Over Beauty All Ways

Menguasai
30-35% pasar
kosmetik
Indonesia



Selalu mendengar dan berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen, dengan produk yang memiliki kualitas baik dengan harga yang terjangkau adalah hal yang selalu kami jaga

Wardah Kosmetik



Insight

Tampil cantik
Produk halal
dan lulus uji
BPOM
Produk lokal
Harga
terjangkau

Branding

Kosmetik halal
Kualitas Oke
Harga
terjangkau

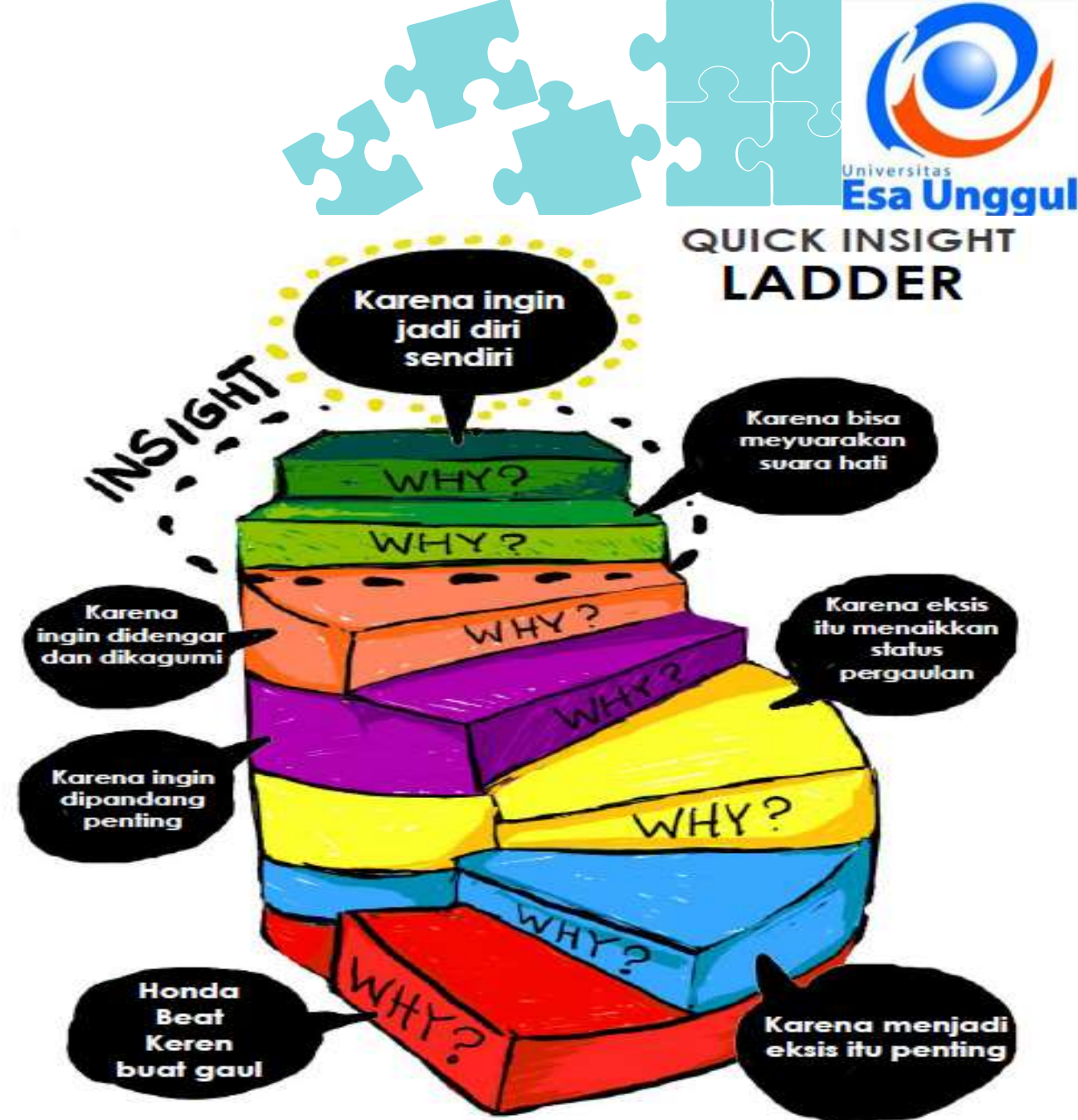


Honda Beat

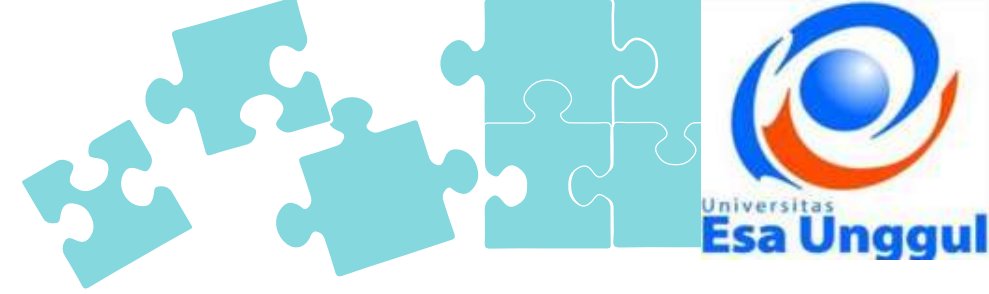


Target Market: Low End

Value Proposition: irit, mesin awet, trendy, nyaman digunakan, dan berteknologi tinggi



Kesimpulan



Berbagi Pengalaman

Word of Mouth – mempengaruhi orang lain



Kedekatan

Kosumen merasa lebih dekat dengan produk/jasa



Peningkatan Penjualan

Jumlah pembelian per konsumen meningkat.

Mendapatkan konsumen baru
Omzet perusahaan meningkat

Utilisasi

Konsumen membeli – menggunakan
– membutuhkan → Loyal konsumen

Thank You

UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit

