WEBINAR SERI : STRATEGI BERIKLAN PRODUK OBAT TRADISIONAL DAN SUPLEMEN KESEHATAN KREATIF DAN EFEKTIF DI ERA NEW NORMAL

Pertanyaan Sesi III dan IV: “Pengenalan E-Commerce sebagai Media Promosi” dan “Strategi Promosi Produk di E-Commerce”
Pemateri:
A. Bapak Rofi Uddarojat (Asosiasi E-Commerce Indonesia/idEA)
B. Bapak Citra Purnawidjaya (PT Darya Varia Laboratoria)

1. Desi Putri Indah
   Pertanyaan:
   Izin bertanya jika ada toko online yang menjual produk palsu dan sudah di take down, namun kemudian hari muncul lagi toko yang sama dan masih menjual produk yang palsu juga, itu bagaimana ya pak?
   Jawaban:
   Akan di take down kembali jika muncul lagi.

2. Adityo WP (CV.Tradimun Mandiri)
   Pertanyaan:
   Apakah e-commerce tidak ada mekanisme untuk menjual hanya produk yang berizin resmi?
   Jawaban:
   Jika produk tidak memiliki izin resmi maka akan dilakukan take down.

3. Seno Wahyu Aji Pamungkas (CV. Jaya Natural)
   Pertanyaan:
   Bagaimana untuk mengontrol harga di e-commerce? Karena seringkali ketika produk sudah masuk ke e-commerce, harga menjadi banting-bantingan (meskipun pabrik telah menetap harga terendahnya). Akhirnya, yang terjadi ketika produk itu dijual dengan harga bantingan itu, USP produk itu jadi tidak berharga dimata konsumen. Yang akhirnya, saat ini strategi yang memungkinkan dari kami, produk kami jual sendiri, tidak melalui agen/distributor,ataupun reseller.
   Jawaban:
   Jika pemilik produk sendiri maka bisa dengan memberikan sesuatu yang intangible.

4. apt. Darma
   Pertanyaan:
   Ijin bertanya, uuntuk beriklan di medsos (fb dan ig) mohon dipaparkan tips-tips: targeting audience iklan, materi iklan, dan lain-lain?
   Jawaban:
   Untuk iklan di media sosial bisa dilihat diaplikasinya. Tips targetingnya ada analisa berdasarkan usia, brand yang digunakan, hasil analisa akan semakin mengerucut dan targetnya semakin efektif. Kontennya harus dibuat secara baik, fotogarfi, desain dibuat dengan baik. Jangan menggunakan foto produk yang dibuat di pabrik. Dibuat dengan unik dan berbeda. Different lebih baik dibandingkan better.

5. PT Air Mancur
   Pertanyaan:

Apa media yang paling efektif untuk meningkatkan conversion ke sales? apakah saat ini email masih cukup efektif untuk meningkatkan conversion? ada tips untuk meningkatkan conversion di ecommerce?

Jawaban:

Semua harus dikerjakan, tidak bisa channel satu untuk semua. Channel yang dibutuhkan akan berbeda-beda. Misalnya produk untuk remaja putri dan ibu rumah tangga akan berbeda channelnya.

6. Darmawan Nugraha (CV Tradimun Mandiri)

   Pertanyaan:

   Bagaimana cara branding yang efektif untuk umkm yang punya dana terbatas?

   Jawaban:

   Untuk branding itu yang pertama adalah, jika kita punya brand kita meniupkan jiwa pada produk kita. Branding itu adalah bagaimana cara kita secara ketat mengontrol kualitas produk kita tanpa didelusi oleh faktor-faktor luar. Branding ini harus jadi dirimu sendiri, tidak perduli orang lain seperti apa. Bisa memulai dengan customer profiling. Kapan kita idealis dan kapan kita tidak idealis. Branding sebenernya lebih ke prinsip

7. Fajrial (Mahasiswa)

   Pertanyaan:

   Tips untuk yang tidak punya produk tapi ingin berjualan, seperti dropship apakah kita harus meningkatkan brand awareness produk orang juga? terima kasih

   Jawaban:

   Dropship itu sebuah dunia sendiri, berjualan produk orang.

8. Bu Frida (BPOM)

   Pertanyaan:

   Jika UMKM memiliki produk jamu, kira-kira apa yang harus saya lakukan untuk menjual dulu brand atau produknya dulu?

   Jawaban:

   Branding harus dilakukan dari sejak awal kita punya brand. Tanggung jawab brand owner untuk mempromosikan branding dan berhenti mengakui diri sebagai UMKM.