

STRATEGI SPONSORSHIP YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA DIGITAL



MULAI TANGGAL
6 OKTOBER 2023



M-Knows
Consulting



DESKRIPSI

Seiring perkembangan era digital yang semakin pesat. Semakin banyak individu yang memanfaatkan internet guna mencari informasi, berbelanja, serta berinteraksi dengan berbagai usaha sehingga bisnis yang tidak dapat beradaptasi dengan dunia digital akan tertinggal dari pesaingnya. Pemanfaatan penjualan digital merupakan cara yang efektif untuk menjangkau pelanggan baru. Dengan penjualan digital, bisnis dapat menjangkau pelanggan di seluruh dunia, tanpa adanya batasan waktu. Bisnis juga dapat menargetkan iklannya dengan lebih tepat, sehingga mereka dapat menghemat biaya dan meningkatkan efisiensi.

Peningkatan penjualan di lingkungan digital juga dapat memanfaatkan strategi sponsorship yang dapat menguntungkan perusahaan. Adanya sponsorship dinilai sebagai cara yang efektif dalam meningkatkan brand awareness dan penjualan. Dengan sponsorship, bisnis dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan meningkatkan visibilitasnya. Bisnis juga dapat mengetahui target market produknya, meningkatkan hubungan dengan konsumen, menghasilkan laba, dan meningkatkan kesadaran produk atau layanan.

Bootcamp "Meningkatkan Penjualan Digital dengan Strategi Sponsorship yang Efektif" akan memberikan peserta pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan, untuk mengelola penjualan digital dan sponsor bisnis atau organisasi. Peserta akan belajar mengenai keahlian dasar penjualan digital, pemasaran digital, penjualan sosial, manajemen lead, membangun dan mengelola hubungan dengan sponsor, negosiasi dan penawaran sponsor.



TUJUAN BOOTCAMP :

- Mampu mengelola Digital Sales Management dengan efektif, meningkatkan hasil penjualan dan performa bisnis secara keseluruhan, serta memiliki kemampuan untuk merancang, menerapkan dan mengelola strategi penjualan secara digital
- Mengembangkan strategi digital sales yang efektif untuk meningkatkan penjualan bisnis secara digital
- Mengelola media sosial, SEO, PPC, dan content marketing secara profesional di era digital
- Menghasilkan leads, nurturing leads, dan closing deals dengan menghasilkan hasil yang kuat dalam pasar yang kompetitif di era digital
- Mampu menerapkan strategi untuk mendapatkan sponsorship & mampu bernegosiasi, serta menyusun kontrak sponsorship secara profesional.
- Mengukur efektivitas sponsorship dalam jangka pendek maupun jangka panjang
- Case study sponsorship yang sukses dan efektif bagi peserta
- Mengidentifikasi tantangan sponsorship dan cara menghadapinya secara efektif dan efisien
- Memahami tren sponsorship terbaru sesuai dengan perkembangan zaman
- Mengevaluasi bootcamp dan memberikan masukan terkait program pelatihan



AGENDA TRAINING :

Pertemuan 1: Konsep Digital Sales Management

- Pemahaman Digital Sales Management
- Peran dan inovasi Digital Sales Management di era digital
- Menghadapi Tantangan dan Peluang Digital Sales Management

Pertemuan 2: Digital Sales Strategy Unlocked

- Konsep Dasar Marketing Mix Digital
- Definisi dan Kegunaan Customer Journey
- Tahapan dan Manfaat dari Analisis Pasar
- Konsep Dasar dalam Menentukan Target Market
- Definisi dan Faktor Penentu Positioning dalam Digital Sales

Pertemuan 3: Boost Your Business with the Power of Social Media

- Definisi Media Sosial di Era Digitalisasi
- Jenis-jenis Media Sosial yang Digemari Khalayak
- Strategi Pemasaran melalui Media Sosial yang Efektif
- Pengenalan Konten Media Sosial yang Menarik
- Analisis Media Sosial Untuk Pemanfaatan Pemasaran Produk

Pertemuan 4: "Optimisasi SEO: Rahasia Sukses Meningkatkan Visibilitas Online"

- Definisi SEO Sebagai Search Engine Efektif
- Faktor-faktor yang Mempengaruhi SEO Bekerja
- Teknik Keyword Research
- Analisis SEO Guna Mengetahui Flow Search Engine

Pertemuan 5: "Strategi Sukses PPC: Maksimalkan Pengembalian Investasi"

- Definisi PPC Sebagai Remarketing Adversiting
- Jenis-jenis PPC dalam Memaksimalkan Penjualan Digital
- Strategi Menarik Traffic dengan PPC
- Analisis PPC untuk Efektivitas Pemasaran Melalui Search Engine

Pertemuan 6: Content Marketing di Era Digital

- Definisi dan Perbandingan Content Marketing dengan Pemasaran Tradisional
- Manfaat Content Marketing dalam Mengoptimalkan Penjualan
- Strategi dan Tujuan Content Marketing
- Jenis-jenis Content Marketing yang Efektif
- Riset dan Analisis Content Marketing



Pertemuan 7: Lead Generation

- Definisi dan Peran Penting Lead Generation dalam Pemasaran
- Tujuan dan Manfaat Lead Generation
- Strategi Lead Generation dalam Mencari Pelanggan Potensial
- Teknik Lead Generation yang Menarik dan Relevan
- Analisis Keberhasilan Strategi Lead Generation

Pertemuan 9: Closing Deals

- Pentingnya Definisi Closing Deals dalam penjualan digital
- Manfaat Closing Deals dalam penjualan digital
- Mengatur Strategi untuk menyelesaikan Closing Deals dalam penjualan digital
- Teknik Efektif Closing Deals dalam penjualan digital
- Menggunakan Analisis Closing Deals untuk memperbaiki proses penjualan digital yang mendatang

Pertemuan 8: Nurturing Leads

- Definisi Nurturing Leads dan perannya dalam penjualan digital
- Manfaat Nurturing Leads dalam meningkatkan penjualan digital
- Mengupas Strategi Nurturing Leads yang terbukti efektif
- Teknik Nurturing Leads dalam mengoptimalkan hasil penjualan digital
- Memanfaatkan Analisis Nurturing Leads untuk penyempurnaan strategi pemasaran

Pertemuan 10: Sponsorship Part 1

- Definisi Sponsorship pada penjualan digital
- Jenis-jenis Sponsorship dalam meningkatkan penjualan digital
- Manfaat Sponsorship untuk mengoptimalkan penjualan digital
- Cara Mencari Sponsor bagi penjualan digital
- Strategi Penjualan Sponsorship dalam penjualan digital
- Negosiasi Sponsorship untuk meningkatkan penjualan digital
- Menyusun Kontrak Sponsorship untuk penjualan digital



Pertemuan 11: Sponsorship Part 2

- Mengukur Efektivitas Sponsorship untuk meningkatkan penjualan digital
- Return on Investment (ROI) Sponsorship dalam konteks penjualan digital
- Closing Sponsorship yang menghasilkan penjualan digital
- Mengelola Strategi Manajemen Sponsorship untuk pertumbuhan penjualan digital
- Evaluasi mendalam atas dampak Sponsorship pada penjualan digital

Pertemuan 12: Evaluasi Bootcamp dan Epilog Digital Sales Management

- Study Case Mengenai Digital Sales Management & Sponsorship untuk memahami praktik penjualan digital terbaik
- Evaluasi Bootcamp sebagai langkah identifikasi keberhasilan, kelemahan, dan peluang keberlanjutan
- Melakukan Q&A setelah mengikuti Bootcamp dan mempelajari konten Epilog.
- Penutupan (merangkum hasil dari evaluasi ini dan memberikan gambaran keseluruhan tentang Bootcamp dan Epilog Digital Sales Management).

PERTEMUAN 13 : PRESENTASI DAN FEEDBACK

FINAL PROJECT (CAPSTONE PROJECT)

Pilihlah salah satu dari tugas berikut ini:

1. Buatlah rencana penjualan digital untuk bisnis atau organisasi. Rencana ini harus mencakup tujuan penjualan, target pasar, strategi pemasaran, dan anggaran.
2. Kembangkan kampanye pemasaran media sosial untuk bisnis atau organisasi. Kampanye ini harus mencakup tujuan, target pasar, strategi konten, dan anggaran.
3. Buatlah strategi penjualan sosial untuk bisnis atau organisasi. Strategi ini harus mencakup tujuan, target pasar, strategi konten, dan anggaran.
4. Buatlah sistem manajemen lead untuk bisnis atau organisasi. Sistem ini harus mencakup cara mengumpulkan lead, mengurutkan lead, dan menindaklanjuti lead.
5. Buatlah strategi membangun dan mengelola hubungan dengan sponsor untuk bisnis atau organisasi. Strategi ini harus mencakup cara mengidentifikasi sponsor potensial, negosiasikan perjanjian sponsor, dan mengelola hubungan dengan sponsor.



PENGATURAN BOOTCAMP

Pertemuan = seminggu 2 kali,

Setiap hari Jumat dan Sabtu Jam 16.00 s/d Selesai

Untuk peserta yang tidak hadir, dapat menonton rekaman.

Mulai Minggu pertama Oktober

Tanggal 6 Oktober 2023

8 Pertemuan @2-3 Jam.

Hanya :

Rp. 280.000

Pembayaran dapat dicicil sebanyak 3 kali.