



5 Alasan Kenapa Branding Menentukan Hidup Matinya Perusahaan Kamu

Description

Bisa dibilang masih banyak orang ngga tau pentingnya si branding untuk perusahaan mereka.

Kenapa bisa begitu?

Sebagai agensi branding terkemuka di Singapura, kami sering banget menerima pertanyaan “*Seberapa pentingnya sih Branding itu?*” dan setelah kami jelaskan ke klien kami, mereka baru sadar kalo banyak banget peluang yang telah mereka lewatkan.

*Kalau kamu ngga menjadikan bisnismu sebagai brand, kamu akan **melewatkan banyak kesempatan baik, yang berpotensi \$\$\$**. Semakin lama kamu menunda, kamu akan semakin kalah telak dari sainganmu.*

“Sayang banget deh! Coba dari dulu kita udah tau duluan”, tutur si klien. Yah.. apa boleh buat lah ya, lebih baik melakukannya walaupun telat daripada ngga pernah memulainya sama sekali.

Banyak deh alasan kenapa Branding itu penting buat perusahaanmu. Di sini, kami sudah siapkan 5 poin penting khusus untuk kamu:

1. Kesan Pertama Itu Krusial Banget

Bayangkan, ada beratus-ratus produk terpajang di toko yang saling bersaing untuk mendapatkan perhatian kamu, dan pastinya kamu sebagai **pelanggan punya pilihan**, kan? Sebagai manusia, kita memiliki sifat dasar untuk menentukan pembelian berdasarkan dari kesan pertama, sama dengan halnya jatuh cinta. Sempelnya, kamu cuma punya satu kesempatan buat menarik perhatian si pelanggan supaya dia membeli produkmu dan bukan punya sainganmu.

Maka dari itu, kesan pertama krusial banget! Jadikanlah kesempatan emas itu untuk mempersembahkan brandmu sebaik mungkin.

Menurut penelitian, dibutuhkan 15 detik untuk si pelanggan mempertimbangkan suatu produk ketika mereka berbelanja, namun hanya dibutuhkan 4 detik untuk mereka menilai kesan pertama produk tersebut. Jadi, beberapa detik krusial tersebut akan menentukan apakah produk kamu itu cocok atau ngga untuk si pelanggan – mereka akan berpikir *“produk ini bisa membantu permasalahanku ngga, ya?”* atau *“kayaknya boleh juga deh cobain produk ini.”*

Sekarang kamu mengerti kan? brand kamu akan dinilai si pelanggan dari kesan pertama itu tadi. Jadi, brand yang kuat pastinya memiliki kesan pertama yang bagus.

2. Branding Bisa Meningkatkan Kepercayaan Pelangganmu

Para guru, orang tuamu, rekan bisnis, atau pacarmu akan bilang bahwa kepercayaan adalah aspek penting dari hubungan yang langgeng.

Sama halnya dengan si Branding.

Akhir-akhir ini, pelanggan suka curiga dengan produk-produk yang ditawarkan di pasaran dan kita ngga bisa menyalahkan mereka juga, karena memang kenyataannya banyak perusahaan yang ngga etis, seperti menyediakan produk berkualitas buruk, kurang transparan, dan banyak lagi trik-trik yang ngga etikal demi meningkatkan keuntungan tanpa mempedulikan kualitas dan mutu barang atau servis yang dijual. Ya ngga heran dong kalo tingkat kepercayaan si pelanggan menurun. Akan tetapi, disamping semuanya itu, kamu bisa membangun kepercayaan dan loyalitas si pelanggan dengan penyampaian yang baik supaya mereka setia pada esensi brand kamu.

Gimana sih cara membangun kepercayaan?

Mau itu dalam hidup kek, hubungan ataupun branding, kamu membangun kepercayaan dengan

menjadi jujur dan menyampaikan pesan secara apa adanya, contohnya saat kamu menyuarakan janji brandmu. Kamu harus menyampaikannya dengan konsisten, karena itu akan menjadi sangat berarti bagi pelangganmu. Dan akhirnya, si pelanggan akan paham dengan apa yang harus mereka harapkan dari kamu. Mereka juga bisa melihat bahwa kamu sudah memikirkan segalanya dengan matang, bahwa kamu itu serius dan tulus dalam menyediakan produk atau servis yang bagus, dan kamu bisa menunjukkan kepada mereka bahwa kamu tahu apa yang kamu lakukan, bukan hanya sekedar janji buta.

3. Jauh di Mata, Dekat di Hati

Tau ngga? Brand yang ikonik akan lebih mudah diingat orang.

Sering kali pengalaman yang diterima dari [brand yang ikonik akan teringat seumur hidup dan](#) bahkan bisa teringat lebih dari sekedar visual. Bisa saja dalam bentuk penglihatan, pendengaran, rasa, penciuman, sentuhan, ataupun emosi.

Ngga percaya? Mari kita buktikan dengan eksperimen simpel berikut ini.

Tutup matamu dan pikirkan satu brand. Apa yang kamu ingat dari produk brand tersebut? Warnanya? Logonya? Tagline? Atau irama lagunya, mungkin? Kalau brandnya itu makanan atau parfum, ingat ngga wanginya seperti apa? Gimana kesan gigitan pertama saat kamu memakannya? atau gimana perasaan kamu ketika pertama kali melihat iklan dari brand tersebut yang ditayangkan di televisi atau di handphonemu? Inget ngga emosi yang kamu rasakan seperti kegembiraan, antusiasme, atau kebanggaan ketika pertama kali kamu membeli atau menggunakan produknya?

Kita ngga peduli apakah produknya masih ada atau ngga, kemungkinan besar kamu ngga akan pernah lupa brand favoritmu dan pengalaman apa yang kamu rasakan dengan brand tersebut.

Lucu, kan? Barusan kamu baru saja membuktikan Jadi, bangunlah brand yang kuat untuk meningkatkan awareness perusahaanmu. Dengan begitu, sudah dipastikan brand kamu akan diingat dalam jangka waktu yang panjang.

4. Menyampaikan Value Perusahaanmu

Kita ngga lagi hidup di dunia yang simpel dimana pelanggan cuma mau memenuhi kebutuhan dasar dan fungsionalnya. Pastikan kamu mau mengelola dan meningkatkan value yang didapat dari produk atau layanan yang kamu berikan. Misalnya, saat seseorang datang ke Starbucks dan membeli secangkir mocha, dia membeli lebih dari sekedar secangkir kopi. Dia membeli keseluruhan brand experience Starbucks – interior atmosfer, layanan yang ramah, kualitas biji kopi, alunan lagu café yang menenangkan hati, harumnya kopi yang disajikan, dan masih banyak lagi. Dan ngga cuma itu, pelanggan juga membeli gaya hidup dengan menjadi Starbucks member, mereka bisa mengumpulkan rewards poin dan menjadi bagian dari ekosistem Starbucks sepenuhnya.

Pelanggan harus melihat brand kamu sebagai sesuatu yang bermakna baginya sebelum mereka

bisa diyakinkan untuk membeli produkmu. Tugasmu adalah untuk mencari tahu pandangan mereka terhadap brandmu. Dari informasi tersebut, barulah kamu bangun identitas brand yang kuat untuk menjalin hubungan dengan mereka.

5. Inside Out Identity

Perusahaan adalah sebuah entitas, bukan hanya sekedar bangunan yang melibatkan banyak orang untuk menyediakan produk atau servis. Sebuah entitas butuh proporsi unik untuk menarik dan mempertahankan audiens internal seperti karyawan, investor, dan mitra kerja, maupun eksternal seperti pelanggan, media, serta karyawan berpotensi, dll.

Dengan menciptakan brand yang kuat dan mudah diucapkan, kamu sudah menyatakan khas dan keunikan perusahaanmu yang akan membedakan kamu dari sainganmu. Selanjutnya, kamu harus mempertahankan identitas brand kamu dengan konsisten.

Perusahaan kami – Creativeans didirikan sejak tahun 2012 merupakan agensi konsultasi dalam berbagai bidang kreatif yang berada di Singapura, Milan, dan Jakarta. Kami menciptakan brand berkesan untuk klien-klien kami. Misi kami adalah membuat dunia menjadi tempat yang lebih kreatif.

Artikel ini adalah kutipan dari buku branding “*Are You Brand Dead?*” yang ditulis oleh Kimming Yap, Yulia Saksen, dan Judy Tham. Kunjungi: www.areyoubranddead.com untuk informasi lebih lanjut.