

Published based on [Bagaimana Hukum Newton Ketiga Membuat Marketing Plan Berantakan](#)

Bagaimana Hukum Newton Ketiga Membuat Marketing Plan Berantakan



Masih ingat pelajaran SMP tentang Hukum Newton ketiga yang menyatakan bahwa setiap tindakan (*action*) memiliki reaksi (*reaction*) berlawanan yang sama besar/kekuatannya. Praktisi *direct marketing* sudah memanfaatkan kaidah ini selama bertahun-tahun untuk menghasilkan penjualan. Mereka mengirim brosur, katalog, kartu pos, dan email. Kemudian pelanggan/konsumen mengirim uang. Hehe... harus saya akui ini adalah 'terjemahan bebas' dari Hukum Newton 3 versi saya, tapi pasti anda *ngerti* maksudnya.

Namun ada sisi gelapnya saat anda menggabungkan teori ini dengan *marketing*. Sebagian konsumen bereaksi dengan melakukan pembelian, sebagian lagi justru merasa tidak suka. Dan, semakin keras anda sebagai *marketer* mencoba, semakin golongan yang terakhir ini melawan (baca: tidak suka). Ada batas tipis antara "Saya tidak mau lagi menerima email dari perusahaan/orang ini jadi saya *unsubscribe/opt out* saja dari *mailing list*" dan "Saya capek dengan email seperti ini/yang begini banyaknya. Saya laporkan saja sebagai *spam*."

Konsumen punya suara dan suara mereka KERAS!

Memang sejak dulu konsumen 'punya suara', tapi sekarang ini suara mereka makin keras karena sudah dilengkapi 'megafon' (corong suara... halo...halo...) untuk memperkeras 'suara' mereka. Kalau email anda terlalu banyak dilaporkan sebagai spam, maka email anda akan masuk *blacklist* dan anda dicap sebagai *spammer*. Kalau anda terlalu sering mengirimkan katalog, maka suara-suara negatif mulai bermunculan di internet dan mungkin surat pembaca di koran. Ya, konsumen punya suara dan mereka tahu bagaimana menggunakannya.

Namun sebagai *marketer* anda tidak usah takut, kalau dilakukan secara 'benar' dan beretika. *Marketing campaign* yang anda lakukan akan menjangkau lebih banyak calon konsumen yang bereaksi dengan membeli, bukannya melawan. Berikut ini sebagian taktik untuk meyakinkan bahwa anda tidak *mem-push* konsumen dan calon prospek secara berlebihan:

- Selalu yakinkan agar calon konsumen menerima email atas kehendak mereka sendiri dengan menyediakan *form opt-in* dan sediakan cara yang mudah agar mereka dapat keluar/*opt out* saat mereka menginginkannya.
- Tanyakan konsumen dan calon prospek anda bagaimana mereka ingin berkomunikasi dengan anda atau dapat dihubungi oleh anda. Ikuti kemauan mereka.
- Tingkatkan strategi pengiriman email anda dengan mempelajari perilaku konsumen untuk menentukan kapan dan apa yang hendak di-email-kan.
- Terlibatlah dengan konsumen dan calon prospek anda dengan menggabungkan *social media* dan *marketing*

tradisional.

- 'Bersihkan rumah' dengan meng-*update preferences* dan menghapus informasi yang sudah usang. Mudahkan diri anda sendiri dan buat konsumen merasa diperhatikan.
- Perhatikan detail. Konsumen dan calon konsumen sangat mungkin berubah pikiran hanya karena satu detail kecil yang tidak anda perhatikan sebelumnya.

Kalau anda fokus pada keinginan konsumen, maka sisi gelap Hukum Newton ketiga akan lenyap. Segalanya akan menjadi lebih baik untuk bisnis anda. (Dan tidak membuat kepala anda pening karena kejatuhan apel. :))

You can also find this article published on [Bagaimana Hukum Newton Ketiga Membuat Marketing Plan Berantakan](#), and on the tag pages [Communication](#), [Email Marketing](#), [Internet Marketing](#), [PR](#), [Social Media](#), [Strategic Planning](#).