

Membangun Brand yang Kuat

Cara Menjadikan Usaha Sosial Anda Pilihan Konsumen


Menjual Ide
Mengembangkan Brand



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Chrissena Novendy Putra

TERINSPIRASI DARI:
SocialFirms UK (N/A) The Importance of Branding for Social Enterprises





Membangun Brand yang Kuat

Brand yang kita kenal selama ini mungkin adalah nama dan logo produk atau jasa yang membedakan dengan produk atau jasa sejenis lainnya.

Namun jika dipahami lebih jauh, *brand* sebenarnya meliputi semua alat yang digunakan untuk membangun reputasi yang ditujukan untuk menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan dan kesetiaan mereka.

Sebuah *brand* yang efektif dan relevan yang dapat mengomunikasikan nilai-nilai dan key message dari produk, jasa, dampak positif, atau bisnis yang diciptakan oleh usaha sosial Anda merupakan *output* dari proses *branding*.

Mengapa ini penting?

Menurut Mckinsey, *Brand* memiliki beberapa pengaruh yaitu :

- *Brand* memengaruhi keputusan konsumen
- Kekuatan *Brand* memengaruhi performa finansial sebuah bisnis
- *Brand* membedakan sebuah produk, jasa, atau bisnis dari produk, jasa, atau bisnis yang sama



TINGKATKAN KESETIAAN PELANGGAN MELALUI BRAND YANG KUAT

Membangun kesetiaan pelanggan dan menjaga hubungan dengan mereka merupakan hal penting bagi sebuah usaha sosial agar dapat bertahan dan memberi dampak positif bagi masyarakat. Untuk membangun kesetiaan dan menjaga hubungan baik melalui produk atau jasa yang Anda buat maka harus tahu siapa target Anda. Ketahui ketertarikan mereka terhadap hal-hal tertentu dan bagaimana cara meyakinkan mereka untuk percaya pada perubahan atau dampak positif yang ingin Anda berikan.

Mengetahui pelanggan Anda dan bagaimana cara menyampaikan pesan tentang dampak positif yang ingin diciptakan dari usaha sosial Anda adalah kunci untuk dapat membangun kesetiaan mereka dengan visi, misi, produk, dan jasa yang dimiliki usaha sosial Anda. Materi ini membahas mengenai bagaimana membuat *key message* dari usaha sosial Anda sehingga tersampaikan secara efektif kepada pelanggan Anda melalui kegiatan *branding*.

Brand dapat meliputi:



Manfaat Emosional



Tempat atau Lokasi Asal



Simbol dan Tampilan Visual



Hubungan Merk dan Pelanggan



Style dan Personality



Membangun Brand yang Kuat

Membangun sebuah *brand* yang kuat juga melibatkan proses yang sistematis. Berikut ini pendekatan proses branding oleh SocialFirms UK yang dapat Anda gunakan untuk memastikan bahwa *key message* dari visi, misi, produk atau jasa, dan dampak positif usaha sosial Anda tersampaikan secara efektif melalui merk yang Anda bangun.

