

# Strategi dan Trik Berpromosi Bisnis di Internet



**Oleh : M. Asharyadi**

**[www.promosi-bisnis.com](http://www.promosi-bisnis.com)**

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	3
Pendahuluan .....	5
Search Engine .....	9
Iklan Mini .....	13
Aktif di Newsgroup dan Forum .....	18
Promosi Lewat Banner Exchanger .....	20
Email Marketing .....	21
Viral Marketing .....	29
Tips Membuat Pengunjung Kerasan di Situs Anda .....	35
Peluang Bisnis .....	36
Penutup .....	37

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah berkenan memberikan tuntunan kepada saya untuk menyelesaikan ebook ini.

Ebook ini sesuai dengan judul **Strategi dan Trik Berpromosi Bisnis di Internet** berisi informasi penting bagaimana cara berpromosi di internet dengan efektif sehingga situs web yang anda kelola baik itu situs pribadi ataupun situs bisnis akan mendapatkan jumlah pengunjung yang banyak.

Untuk menjadi orang yang **sukses berbisnis di internet** baik itu penjualan produk/jasa maupun bisnis sendiri (owner)/reseller dibutuhkan suatu yang amat vital dalam memperkenalkan website anda pengguna internet didalam maupun diluar negeri, yaitu promosi/pemasaran sebagai penunjang kesuksesan tersebut.

Kesadaran para pelaku Bisnis tentang pentingnya memahami dan menguasai pemasaran secara online / internet sudah sedemikian besar. Hal ini bisa kita lihat pada begitu banyaknya situs – situs yang bermunculan, tidak hanya dimiliki oleh perusahaan menengah keatas, tetapi juga menengah kebawah bahkan personal pun juga memasarkan dagangannya secara online.

Menurut **Bob Julius Onggo** sebagian Besar mengira bahwa situs web adalah segalanya dalam dunia pemasaran di internet, padahal situs web hanyalah bagian kecil dari pemasaran di dunia maya. Banyak perusahaan termasuk di Indonesia sebenarnya mampu dan memiliki budget untuk melakukan itu, namun sayang sekali mereka tidak kompeten untuk melakukan itu, namun mereka berupaya menjangkau dunia online HANYA dengan metode pemasaran tradisional.

Menurut **Lennart Svanberg**, Presiden dari *World Association of Internet Marketers*, semakin banyak perusahaan akan 'go internet', dan tidak akan ada perusahaan yg tidak 'go internet' bila mereka tidak ingin punah (walau ini bukan jaminan kalau mereka tidak mengetahui kekuatan dari strategi pemasaran di dunia online).

Lewat ebook ini kami mencoba merangkum materi yang terkait dalam bidang pemasaran Internet yang saat ini sebagian besar saya dapatkan dari <http://www.bjoconsulting.com> yang spesialisasi didunia pemasaran elektronik, internet dan mobile.

Ebook ini bisa didownload melalui [www.promosi-bisnis.com](http://www.promosi-bisnis.com) dan [www.bjoconsulting.com](http://www.bjoconsulting.com), bila anda memiliki website kami juga memberikan kesempatan kepada anda untuk membuat link download ebook ini dan sebagai kompensasinya website anda akan kami masukkan dalam link peluang bisnis dalam ebook ini.

Tanpa mengesampingkan aktivitas pengembangan website yang lain, promosi bisnis merupakan salah satu bagian serangkaian aktivitas website. Tanpa promosi yang baik, sebuah website yang susah payah dibangun akan menjadi tak bernilai. keberhasilan sebuah website diukur dari sejauh mana website tersebut bermanfaat bagi pemiliknya.

Sebelum dipromosikan website anda harus benar-benar sudah siap.

Lewat ebook ini anda tidak hanya akan mendapatkan artikel tentang **Strategi dan Trik Berpromosi Bisnis di Internet** tetapi bisa juga mendapatkan informasi software bisnis dan sebagai media peluang bisnis baru yang selama ini para netter geluti.

Ebook ini juga akan menjelaskan beberapa tempat strategis dan trik untuk promosi website.

**NB:** Ebook ini sebagian besar bersumber dari [www.bjoconsulting.com](http://www.bjoconsulting.com) dan buku *TRIK Mengoptimalkan Situs Web ke Situs Pencari* (Bob Julius Onggo).

---

**P E S A N :**

Anda boleh memberikan ebook ini kepada teman atau siapa saja atau bisa juga dijadikan bonus bagi pengunjung website anda.

Tetapi ada syarat batasan yang harus anda ikuti, yaitu:

1. Ebook ini tidak boleh diubah walau sedikit pun juga.
2. Anda harus memberikan ebook ini secara **gratis** dilarang untuk menjualnya dengan harga berapapun juga.

Terima kasih atas perhatiannya.

---

Semoga Sukses,

**M. Asharyadi**

<http://www.promosi-bisnis.com>

## P E N D A H U L U A N

### **ECommerce tanpa EMarketing - Mungkinkah?**

*"95% bisnis internet murni sudah akan bangkrut sebelum ulang tahunnya yang kelima, dan sekitar 66% - 78% situs web tidak lebih sekedar dari brosur pasif yang tidak atau sedikit dikunjungi dan tidak mampu menangkap [prospek.com](http://prospek.com)".*

Terkejutkah mendengar pernyataan di atas? Memang itulah kenyataannya. Itulah kenyataan pahit yang harus ditelan oleh para investor dan pelaku bisnis maupun oportunitis yang mencoba dan mengkhayal "cepat kaya" melalui internet.

Banyaknya dotcom yang meledak di Indonesia di tahun 1999 dan kemudian "gulung tikar" tidak lama setelah itu, sebenarnya sudah diprediksi oleh apa yang pernah terjadi dahulu di Amerika serikat di tahun 1996-97.

### **Ecommerce tanpa emarketing - kenyataannya**

Itulah sebabnya mengapa beberapa tahun yang lalu perbincangan eCommerce banyak mewarnai banyak media, namun sekarang?

Trend seperti ini hanyalah bagian dari apa yang disebut "survival for the fittest" dalam dunia bisnis karena kemunculan teknologi baru atau datangnya era baru. Jadi kejadian seperti ini sudah bukan barang baru. Setelah kejadian itu biasanya, orang-orang dapat lebih belajar dari kesalahan dan tidak takabur dalam membuat teori-teori yang salah (lihat kolom yg sama di warta ekonomi edisi sebelumnya).

Bila Anda akan mendirikan toko atau perusahaan, yang benar adalah Anda harus melakukan riset pasar dan memiliki analisa SWOT yang solid agar berhasil. Namun tidak demikian halnya dengan perusahaan atau individu yang ingin membuat situs web. Mereka berpikir bahwa dengan memiliki situs web yang indah dan cantik, maka akan banyak dikunjungi oleh pengunjung dan mereka akan membeli. Ternyata pil pahit yang terjadi adalah kebalikannya.

Bahkan bisnis besar seperti carrefour pun yang memakan banyak tempat secara fisik masih memerlukan promosi untuk menarik pembeli. Dan setiap kali ada barang bagus, mereka pun menggunakan spanduk-spanduk besar yang ditaruh di jalan-jalan. Apalagi sekedar memiliki situs web!

Di Internet, bisnis kecil bisa terlihat besar, begitu pula bisnis besar bisa terlihat kecil - tergantung seberapa besar mindshare-nya.

Hal lain juga sama terjadi di banyak perusahaan, situs web korporat tidak lain dan tidak bukan hanya sekedar brosur pasif yang tidak atau sedikit dikunjungi dan tidak mampu menangkap prospek apalagi pelanggan.

Praktis situs web korporat tersebut tidak mampu mendatangkan baik "cold calls" apalagi "hot calls".

Siapa yang harus Bertanggungjawab? Orang TI? Webmaster? Orang marketingkah? Era internet mendatangkan paradigma baru sekaligus tantangan baru bagi para pebisnis dan pemasar.

Mereka harus cepat belajar memaksimalkan kekuatan teknologi khususnya dalam hal ini internet untuk membangun brand yang kuat. Namun kenyataannya adalah bahwa para pemasar menyerahkan segala sesuatu yang berkaitan dengan situs web kepada orang-orang TI.

Dan orang TI yang mengomandani segala sesuatu berkenaan situs korporat. Dan orang pemasaran malah didikte oleh orang TI mengingat ketidaktahuan memaksimalkan kekuatan internet sebagai media promosi dan pembangunan brand. Tentu saja target tidak akan sesuai dengan yang diharapkan.

Kalau orang TI tahu cara-cara bisnis dan pemasaran, tentu mereka sudah akan menjadi seorang pengusaha. Bukan hanya karena mereka mampu membuat situs korporat yang WAH dan menarik, otomatis mereka bisa menjual produk perusahaan lewat internet.

Jangankan menjual produk lewat internet, menjual produk secara konvensional saja belum tentu bisa. Kalau mereka bisa, pasti mereka tidak akan meminta pekerjaan kepada orang-orang bisnis, bukan?

Jadi orang-orang pemasaranlah yang harus bertanggung jawab dalam mengomandani visi dan misi mengapa harus membangun situs korporat dan bagaimana strategi pemasaran dan promosinya, bukan orang-orang TI yang bertanggung jawab, Departemen TI hanya bertanggung jawab secara operasional saja.

Karena itu di era sekarang ini, orang-orang bisnis dan pemasaran harus mengetahui ruang lingkup strategi pemasaran internet (emarketing).

### **Mengapa Perluah emarketing?**

Menurut Lennart Svanberg, Presiden dari World Association of Internet Marketers, semakin banyak perusahaan akan 'go internet', dan tidak akan ada perusahaan yg tidak 'go internet' bila mereka tidak ingin punah (walau ini bukan jaminan kalau mereka tidak mengetahui kekuatan dari strategi pemasaran di dunia online).

Ya Anda harus tahu tentang "Pemasaran Internet". Banyak perusahaan termasuk di Indonesia sebenarnya mampu dan memiliki budget untuk melakukan itu, namun sayang sekali mereka tidak kompeten untuk melakukan itu, namun mereka berupaya menjangkau dunia online dengan metode pemasaran tradisional.

Pertimbangkan konsep pemasaran tradisional yaitu, Market Segmentation. Segmentasi Pasar "...suatu metode untuk mengenali sekelompok konsumen, di

dalam suatu pasar yang lebih luas, yang memiliki karakteristik dan kebutuhan yang mirip."

Nah...., sekarang dengan meledaknya pertumbuhan internet, dunia bisa menjadi pasar kita yaitu, "sekelompok konsumen" yg dapat dijumpai secara online.

Untuk dapat mengidentifikasi segmen pasar yg baru ini mengharuskan Anda mengenali dan mengimplementasi berbagai macam strategi dan teknik baru sebagai tambahan dari strategi pemasaran konvensional.

Apa itu Pemasaran Internet Bagaimana ini sebenarnya berbeda dengan konsep pemasaran tradisional? Beberapa di antaranya mencakup perencanaan strategi, analisa situasi, analisa kastemer, pengembangan pasar dan produk, positioning, juga 5P yg berbeda, penetapan harga, distribusi produk dan promosi online.

Akan tetapi, banyak dari prinsip, teknik, dan taktik dari eMarketing berakar dari strategi pemasaran tradisional namun dengan implementasi yg berbeda. Di samping itu bertambahnya dimensi baru ini yang telah menyatu ke dalam khususnya online business landscape, itu adalah pemasaran pesan-pesan iklan melalui Internet classified, promosi berbasis testimonial di situs Web, pemasaran melalui situs pencari, pemasaran dan pembelian berbasis pay per click, viral marketing, affiliate marketing, URL marketing, email marketing, online press releases, dsb.

Dengan demikian, seharusnya emarketing perlu dimasukkan ke dalam bagian dari Marketing Mix dari setiap perusahaan. Atau intinya Internet Marketing didefinisikan sebagai "...kombinasi dari prinsip pemasaran tradisional dan metode pemasaran interaktif yang diterapkan untuk memenuhi kebutuhan dari [kastemer.com](http://kastemer.com)."

Karena itu para professional pemasaran tradisional perlu mendapatkan pelatihan tambahan untuk bisa memenuhi dan mengerti kebutuhan dari kastemer.com sehingga mampu menjadi e-marketer yang cakap. Anda pun bisa mengakses dan meningkatkan wawasan tentang dunia emarketing dengan sering-sering mengunjungi URL situs web berikut ini <http://www.bjoconsulting.com/> di situ terdapat banyak arsip yang membahas dunia pemasaran elektronik, internet dan Mobile Marketing.

Karena itu disarankan agar perusahaan-perusahaan di Indonesia juga harus menekankan dunia pemasaran yg satu ini, paling tidak idealnya, harus ada staf pemasaran yg didedikasikan khusus untuk konsumen online walaupun mereka pun harus disinergikan antara off dan online.

Juga harus dibedakan bahwa emarketing itu harus dilakukan oleh orang-orang marketing yg mengerti pemasaran tradisional juga jadi bukan dilakukan oleh orang-orang dari departemen IT atau dari departemen pengembangan Web.

Jadi para pemasar harus mengomandani webmaster dan departemen grafis situs web, karena mereka tidak tahu menahu bahkan konsep pemasaran tradisional apalagi prinsip pemasaran online yg terkandung di dalamnya, karena mereka hanya melihat dari sisi teknologi dan kecanggihan saja bukan pada sisi bagaimana menggunakan teknologi untuk berbisnis dan memasarkan serta mempromosikan

demi memenuhi kebutuhan dari prospek.com maupun kastemer.com dan menghasilkan keuntungan.

Karena itu sudah saatnya tim marketing korporat mengetahui dan belajar banyak tentang internet marketing ini untuk dijadikan satu dengan seluruh "Marketing Mix" perusahaan di mana Anda bekerja.

Ditambah dengan apa yang Anda sudah baca tadi di atas, beberapa kategori lain lagi yg tercakup dalam dunia pemasaran online cukup banyak.

Beberapa kategori di antaranya adalah pemasaran dgn menggunakan email, mengembangkan jurus pemasaran referral yg dikenal juga sbg viral marketing yang merupakan fondasi dari network marketing, kemudian pemasaran dan promosi dengan memanfaatkan situs pencari, lalu konsep link marketing, dan membangun jaringan pemasaran berbasis afiliasi.

Dan itu semua harus didukung dengan teknik penulisan yang emosional dan hidup serta bersifat personal dan tidak bosan bila dibaca.

Jadi jelas bukan bahwa emarketing bukanlah dunia yang berbeda dari marketing konvensional. Emarketing adalah sub dari dunia pemasaran secara umum, dan bukan pengganti darinya namun PELENGKAP yang sangat terjangkau dari segi coverage maupun di sisi biaya.

Demikian seperti dikatakan oleh pakar manajemen, Peter Drucker, bahwa "media baru bukan pengganti namun memiliki tempatnya masing-masing" seperti halnya kantor pos tidak akan mati hanya karena adanya email, namun tetap memiliki pasarnya sendiri-sendiri.

Maka, alangkah efektifnya bila pemasaran korporat Anda mengimplementasikan seluruh "marketing mix", termasuk EMARKETING!

***Semoga sukses !!!***

## SEARCH ENGINE

Search engine atau mesin pencari adalah sebuah situs yang memberikan layanan untuk mencari website atau informasi berdasarkan kata-kata yang dimasukkan. Pada prinsipnya search engine merupakan database online dari website-website yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna internet untuk mencari informasi dengan topik-topik tertentu.

Website harus benar-benar sudah siap sebelum dipromosikan. Ini bagian penting yang harus anda perhatikan untuk mencapai sukses dalam promosi website.

Sebelum anda mendaftarkan situs web kesitus pencari, ada beberapa hal yang perlu anda perhatikan agar halaman yang akan dipromosikan dapat dibaca dengan baik dan optimal oleh search engine dan juga adapt diindeks untuk kemudian menempati posisi paling baik. Hal-hal yang perlu anda perhatikan adalah sebagai berikut:

### Nama Domain

Nama domain merupakan kata kunci utama untuk mengoptimalkan promosi di search engine. Seperti pada contoh situs [cintasejati.com](http://cintasejati.com), apabila seseorang mencari situs web di search engine dengan keyword cinta sejati, situs [cintasejati.com](http://cintasejati.com) akan selalu menempati urutan paling atas. Tentu saja nama domain yang anda pilih harus sesuai dengan jenis produk yang anda tawarkan.

Bagaimana dengan strategi mendaftarkan alamat URL bagi anda yang mengikuti bisnis afiliasi (bagi hasil/komisi). Fungsi URL redirect adalah untuk menyembunyikan URL asli anda. Ini digunakan biasanya karena URL asli terlalu panjang, susah diingat, atau banyak yang menyamai. Jika seseorang mengakses URL redirect, dalam beberapa detik akses akan diteruskan ke URL asli sesuai rancangan.

Bisa anda daftarkan pada <http://cjb.net/>

**Contohnya** jika anda mempunyai alamat URL di [cintasejati.com](http://cintasejati.com), misal <http://www.cintasejati.com/?id=anda> (Artinya, setiap pengunjung mengakses URL redirect, dia akan diteruskan ke URL ini) dapat anda persingkat menjadi, misal <http://cintaku.cjb.net/>

Jangan lupa mengisi form: *Title, keywords, description, dan lainnya.*

Anda dapat daftarkan URL redirect anda tersebut ke search engine.

### Mengenal Struktur HTML

Tujuan mengenal struktur html dalam halaman web adalah agar anda dapat dengan tepat memasang bagian-bagian penting yang terkait dengan promosi website, seperti title, description, dan keyword.

Apa yang perlu dilakukan? Optimalkan halaman web anda terhadap pencarian search engine.

**Title** adalah keterangan yang ditampilkan pada baris status browser saat sebuah website dibuka. Sebaiknya keterangan pada title ini mengandung kata-kata atau frase yang dipakai dalam keyword. Sebagai contoh, jika anda memasang keyword "cinta sejati", maka title itu harus mengandung frase tersebut, misalnya: "Ide-Ide Romantis Dan Tips Cinta Sejati".

**Description** adalah tag yang terdapat di bagian header dari suatu halaman web yang digunakan untuk memberikan suatu uraian singkat dari bisnis anda yang tertuang di situs web.

**Keyword** adalah suatu kata atau frase yang anda ketikkan di kotak pencarian di dalam situs pencari sewaktu anda ingin mendapatkan suatu informasi tertentu.

**Perhatian:** Jangan mengulang-ulang keyword yang sama ke dalam tags. Ini akan membuat website anda di banned karena melakukan spam keyword.

Contoh pemasangan script title, description dan keyword adalah sebagai berikut:

Script Title, Description dan keyword

---

```
<html>
```

```
<head>
```

```
<title>Ide-Ide Romantis Dan Tips - cintasejati.com</title>
```

```
<meta name="description" content="Inginkah Anda Mengetahui Cara Untuk Lebih Romantis Bersama Incaran/Kekasih Anda?, Serta Bagaimana Cara Memanfaatkan Handphone Anda Untuk Menghasilkan Uang Tambahan?.">
```

```
<meta name="keywords" content="Cinta sejati, ide-ide romantis dan tips, handphone, uang tambahan,...dst.">
```

```
</head>
```

---

Bagi anda yang mengikuti bisnis afiliasi dan ingin mendaftarkan URL-nya pada search engine, dapat menggunakan dan melihat title, keyword serta description URL anda dengan cara melihat source code HTML untuk halaman tersebut, silahkan buka browser MS Internet Explorer dan menuju URL anda tersebut, lalu pada bagian bar menu anda di bagian atas dan klik View, lalu Source/Page Source. Sekarang dengan melihat source code tersebut anda akan melihat beberapa data di dalamnya.

## **Mendaftarkan Website Anda**

Search engine dan direktori utama adalah Open Directory dimana database milik search engine mereka juga dipakai oleh search engine yang lain. Dengan demikian jika website anda sudah terindeks pada search engine tersebut maka website anda juga akan dapat ditemukan di search engine yang menggunakan database yang sama.

Berikut ini adalah beberapa situs pencari utama yang bisa anda manfaatkan:

### **Yahoo**

<http://www.docs.yahoo.com/info/suggest/>

### **Inktomi**

<http://www.submitit.com/msnsubmit.htm>

### **Altavista**

<http://www.addurl.altavista.com/sites/addurl/newurl>

### **Looksmart**

<http://submit.looksmart.com/>

### **Overture (Go To.Com)**

<http://www.overture.com/d/about/advertisers/>

### **Google**

<http://www.google.com/addurl.html>

### **Ask Jeeves**

<http://www.static.wc.ask.com/docs/advertise/answer.html>

### **Mamma.com**

<http://www.mamma.whatuseek.com/>

### **Open Directory (ODP)**

<http://www.dmoz.org/add.html>

### **All The Web/Fast**

[http://www.alltheweb.com/add\\_url.php](http://www.alltheweb.com/add_url.php)

## **Mengecek link popularity**

Link popularity adalah jumlah yang diklik si pencari informasi pada situs anda, berikut situs yang memberikan hasil pengecekan link popularity website anda:

### **TrafficZap**

<http://www.trafficzap.com/linkpopularity.php>

Support : [www.promosi-bisnis.com](http://www.promosi-bisnis.com)

Anda juga dapat mengecek dan sekaligus membandingkan link popularity website anda dengan beberapa website lain:

**MarketLeap**

<http://www.marketleap.com/publinkpop/>

***Selamat mencoba semoga sukses....!!!***

## IKLAN MINI

### Gunakan Iklan Mini Secara Rutin

Sarana yang paling sering dan paling akrab digunakan oleh para pengiklan adalah iklan mini. Di Internet Indonesia,... iklan mini meraih posisi nomor satu dalam kemampuan fungsinya mempermudah promosi dan pemasaran produk dan website kita. Apabila kita pandai memilih situs iklan gratis... akan lebih mudah bagi kita untuk menerima hasil dari posting iklan yang kita lakukan beberapa waktu yang lalu.

Pemasangan iklan di iklan mini Internet tidak lepas dari strategi untuk membuat iklan yang menghasilkan respon dari pembaca.

### Bagaimana Cara Pintar Memperoleh Manfaat Besar dari Pemasangan Iklan Mini di Internet?

Walaupun iklan mini memiliki beberapa kelebihan dan kepraktisan, dia juga memiliki satu kekurangan. Anda harus memasang ulang iklan anda pada situs-situs gratis tersebut, kadangkala anda tidak bisa memasang iklan yang sama pada waktu yang bersamaan. Anda tidak bisa memasang iklan dengan sekali kerja.... sepuluh atau dua puluh iklan anda terpampang pada situs iklan gratis tersebut.

Padahal... bisnis di Internet tidak lebih dari sekedar permainan angka saja. Semakin banyak orang yang melihat iklan kita... akan semakin banyak orang tersebut yang mengunjungi website kita. Hal ini berarti... semakin sering website kita dilihat orang, maka akan semakin besar jumlah kemungkinan adanya pembeli untuk produk yang kita tawarkan.

### Berikut daftar situs iklan mini Internet yang memiliki pengunjung terbanyak:

[www.bekas.com](http://www.bekas.com)

[www.iklanmini.co.id](http://www.iklanmini.co.id)

**[www.iklaniklan.com](http://www.iklaniklan.com)**

[www.jual-beli.com](http://www.jual-beli.com)

[www.iklanbandung.com](http://www.iklanbandung.com)

[www.iklanbaris.com](http://www.iklanbaris.com)

**[www.iklanbaris.co.id](http://www.iklanbaris.co.id)**

[www.globaliklan.most.cc](http://www.globaliklan.most.cc)

[www.iklan88.virtualave.net](http://www.iklan88.virtualave.net)

[www.iklanumum.com](http://www.iklanumum.com)

[www.jubelindo.co.id](http://www.jubelindo.co.id)

[www.iklan-gratis.cjb.net](http://www.iklan-gratis.cjb.net)

[www.iklankita.com](http://www.iklankita.com)

[www.iklanpr.com](http://www.iklanpr.com)

[www.iklanbaris.pameranoke.com](http://www.iklanbaris.pameranoke.com)

[www.bursaiklan.com](http://www.bursaiklan.com)

[www.adhoo.i-p.com](http://www.adhoo.i-p.com)

[www.e-klan.net](http://www.e-klan.net)  
[www.iklan-25.co.id](http://www.iklan-25.co.id)  
[www.iklansolo.com](http://www.iklansolo.com)  
[www.iklanaja.com](http://www.iklanaja.com)  
[www.i-klik.com](http://www.i-klik.com)  
[www.iklaneka.com](http://www.iklaneka.com)  
[www.iklan.situsmedia.com](http://www.iklan.situsmedia.com)  
[www.jualbeli.com](http://www.jualbeli.com)  
[www.koinku.com](http://www.koinku.com)  
[www.iklanlaris.com](http://www.iklanlaris.com)  
[www.mediaiklan.com](http://www.mediaiklan.com)  
[www.iklanet.com](http://www.iklanet.com)  
[www.iklanmini.kemana.com](http://www.iklanmini.kemana.com)  
[www.iklanpojok.com](http://www.iklanpojok.com)  
[www.gadogado.com](http://www.gadogado.com)  
[www.iklanmini.com](http://www.iklanmini.com)  
[www.iklaninternet.com](http://www.iklaninternet.com)

**\*Cetak tebal diutamakan**

Ini berarti, anda harus menampilkan promosi anda ke sebanyak mungkin sarana iklan.

Di sini anda akan mempelajari bagaimana kita bisa berpikir sedikit lebih pintar untuk mencermati setiap persyaratan yang diberikan oleh suatu iklan mini berkaitan dengan jumlah tampilan kita.

Ada beberapa aturan secara terurut yang harus anda penuhi untuk meningkatkan efektifitas iklan anda berkali-kali lipat.

### **1. Selalu berusaha mengotomatiskan pemasangan iklan anda.**

Apa maksudnya? Anda pasti memasang iklan secara berulang-ulang pada beberapa kegiatan yang sama. Anda juga lakukan pemasangan tersebut secara terus menerus, misalnya: mengisi form isian dengan nama, alamat, email, alamat URL, judul iklan, naskah iklan anda, password dan sebagainya....

Jika dihitung, kegiatan ini akan menghabiskan waktu anda sekitar 5 sampai 10 menit untuk setiap kegiatan pengisian form posting iklan yang dilakukan. Jika anda hanya memasang iklan sebanyak satu kali selama satu minggu dan itupun hanya satu iklan... tentu tidak akan menjadi masalah bagi anda. Tapi apa yang bisa anda harapkan hanya dari satu iklan?

Dilemanya, jika anda memasang sebanyak mungkin iklan, berarti anda harus melakukan kegiatan mengetik secara berulang-ulang.

Apa yang harus anda lakukan? Manfaatkan software khusus. Yaitu Typelt in dan Ad-Wizard.

Kedua software ini akan sangat membantu pekerjaan anda.

## **Typelt in**

Typelt In memiliki fungsi menyimpan data isian anda seperti nama, alamat, email, iklan, naskah iklan dalam bentuk tombol.

Jika anda berniat mengisi form nama, silakan anda klik tombol nama... jadilah form isian nama anda. Jika anda ingin mengisi form naskah iklan, klik tombol naskah iklan... jadilah naskah iklan anda terisi pada form tersebut.

Saya selalu menggunakan software ini untuk mengisi form-form panjang dan menjemukan yang ada di hadapan kita. Pekerjaan saya lebih cepat 450% dengan software ini.

**Typelt in** dapat anda download di <http://www.wavget.com/dltypeitin.html>

## **Software kedua adalah... Ad-Wizard**

Software ini memiliki kemampuan yang sama dengan Typelt in. Hanya saja dia khusus digunakan untuk mengisi satu halaman form sekaligus. Sepuluh kali lebih cepat dari pada Typelt in.

Misalnya anda menjumpai satu halaman yang berisi 50 box isian mengenai data tertentu yang harus diisi dan anda memiliki kegiatan rutin untuk mengisinya. Jika anda mengisi secara manual, akan membutuhkan sekitar 30 menit untuk melengkapi form tersebut... dan itupun harus mengulangnya jika suatu saat anda ingin mengisinya lagi.

Jika anda menggunakan Type It in, anda hanya cukup merancangya dalam tombol-tombol khusus, dan setiap box yang harus anda isi cukup anda lakukan dengan meng-klik tombol bersangkutan. Apabila suatu saat anda harus mengisi lagi form tersebut, anda tinggal menggunakan tombol-tombol yang sudah anda rancang sebelumnya. Sampai kapanpun anda lakukan... Anda tidak perlu menetik ulang lagi!

Ad Wizard mampu berbuat jauh lebih baik lagi. Dari 50 box pada form tersebut, anda rancang terlebih dahulu daftar isian 50 box. Ini membutuhkan waktu sekitar 15-30 menit. Setelah anda selesai merancang AdWizard, dengan sekali klik... seluruh 50 box tersebut akan terisi.

Apabila suatu saat anda harus mengisi ulang form (50 Box) tersebut, anda cukup menggunakan AdWizard rancangan anda. Dengan sekali klik saja... seluruh box akan penuh terisi dengan data anda. Hanya memerlukan waktu dua detik untuk melakukan ini. Anda tidak perlu melakukan pengetikan ulang... satu huruf pun!!

Bayangkan... berapa banyak iklan mini yang bisa anda isi dalam satu jam jika anda menggunakan alat ini.

Tata cara pemakaian kedua software tersebut bisa anda ketahui pada bagian help masing-masing software.

**Ad Wizard** dapat anda download di <http://www.wavget.com/dladwizard.html>

## 2. Selalu berusaha meningkatkan nilai iklan anda.

Apa maksudnya? Kalau dalam bahasa Internet disebut dengan Ads Conversion Rate. Yaitu ratio perbandingan dari jumlah orang yang melihat iklan anda dengan keputusan dia untuk meng-klik iklan anda.

Misalnya CR 10% berarti dari 100 orang yang membaca iklan anda, ada 10 orang yang mengklik iklan untuk mengetahui informasi anda lebih jauh. Semakin besar rasio iklan anda, maka akan semakin besar jumlah pengunjung yang akan anda miliki.

Prinsip dasar penulisan iklan ini sama dengan prinsip yang digunakan dalam penulisan headline sales letter. Silakan pelajari di bab tersebut untuk meningkatkan nilai iklan anda. Anda akan menemukan strategi dasar untuk membuat setiap iklan yang anda tulis mampu menghasilkan respon yang memuaskan.

## 3. Selalu berusaha meningkatkan nilai waktu anda.

Lakukan pemasangan iklan berulang-ulang setiap hari dengan menggunakan waktu yang teratur, setiap waktunya memasang iklan gunakan sesilish satu atau dua jam perhari untuk memasang kembali iklan anda.

### ***Mengapa begitu?***

Agar tampilan iklan anda sesering mungkin setiap saat berada pada urutan pertama!

### **Misalnya:**

Pada pukul 07.00 anda memasang 3 iklan dengan kategori/kelompok yang berbeda dan pasang lagi pada jam berikutnya pukul 09.00 atau 11.00 (selisih 2 atau 3 jam)! Lakukan ini dengan cara melakukan pemasangan iklan 6 s/d 10 kali waktu yang berbeda dalam sehari.

Gunakan teknik di atas untuk mempromosikan bisnis anda. Hanya membutuhkan waktu beberapa menit untuk setiap masing-masing pemasangan **iklan setiap hari**.

**Bagaimana caranya?** Gunakan teknik strategi pemasangan iklan di atas. Pakai softwarenya. Kemauan anda untuk sedikit lebih bekerja lagi akan menghasilkan imbalan yang sangat besar di kemudian hari.

**Catatan:** Software pengirim iklan baris otomatis dengan sekali klik yang dapat mengirim ke puluhan iklan baris di Indonesia bisa juga anda dapatkan di <http://www.promosi.cintasejati.com>

Support : [www.promosi-bisnis.com](http://www.promosi-bisnis.com)

Yang paling penting dalam pemasangan iklan di Iklan Mini Internet adalah:  
**JANGAN PERNAH MELAKUKAN SPAM!!!**

Anda beruntung mendapatkan ebook "**Strategi dan Trik Berpromosi Bisnis di Internet**"  
semoga bermanfaat....!!!

## AKTIF DI NEWSGROUP DAN FORUM

Jika anda adalah pemain baru di dunia bisnis Internet, anda perlu aktif menunjukkan keberadaan anda serta website anda kepada orang lain. Anda bisa beriklan, atau menulis artikel tertentu yang berkaitan dengan topik website anda.

Salah satu cara yang bisa anda lakukan adalah aktif di newsgroup atau forum di Internet. Ada berbagai macam newsgroup dan forum. Anda bisa menemukannya dengan menggunakan fasilitas search engine dengan memasukkan kata kunci newsgroup ataupun forum mengenai topik tertentu. Misalnya "Internet marketing forum".

Newsgroup yang saya maksud saya sebut dengan istilah milis. Jika anda adalah pemasar indoensia, sarana milis yang terbanyak bisa anda manfaatkan adalah milik yahoogroups.com.

Konsep sederhana newsgroup atau milis adalah begini: sekelompok orang dengan minat yang sama berkumpul dalam satu komunitas di mana setiap orang di dalamnya bisa melakukan kontak ke seluruh member lainnya. Misalnya, jika suatu milis beranggotakan 1000 orang, dan anda adalah salah satu anggotanya, maka anda bisa mengirim pesan tertentu ke 999 member lainnya dengan menggunakan fasilitas newsgroup.

Untuk bisa aktif di milis/newsgroup, sebelumnya anda harus mendaftarkan alamat email kemudian mengkonfirmasi pendaftaran. Setelah keanggotaan diaktifkan (biasanya secara otomatis) kemudian anda sudah bisa ikut nimbrung berdiskusi mengenai topik tertentu.

Silakan anda akses <http://www.yahoogroups.com/> dan ketikkan kata kunci tertentu yang berkaitan dengan topik pembahasan website anda. Atau jika anda ingin beriklan menggunakan milis, silakan ketikkan kata kunci "iklan, lowongan kerja, peluang usaha, iklan, bisnis, uang, dan sebagainya" di form pencarian. Anda akan menemukan ratusan bahkan ribuan daftar milis yang berkaitan dengan topik anda.

Atau anda bisa ikut di newsroup berikut ini:

iklan\_am@yahoogroups.com  
iklan\_explorer@yahoogroups.com  
iklan\_group@yahoogroups.com  
iklan\_neka2003@yahoogroups.com  
iklan\_niaga@yahoogroups.com  
iklan\_percuma\_online@yahoogroups.com  
iklan\_semasa@egroups.com  
iklan2u@yahoogroups.com  
iklananda@yahoogroups.com  
iklan-bangka@yahoogroups.com  
iklan-baris@yahoogroups.com  
iklan-bebas@yahoogroups.com  
iklan-bisnis-bali@yahoogroups.com  
iklan-bisnis-spektakuler@yahoogroups.com

Support : [www.promosi-bisnis.com](http://www.promosi-bisnis.com)

iklan-bonanza@egroups.com  
iklan-groups@yahoogroups.com  
iklan-indo@yahoogroups.com  
iklan-mini@yahoogroups.com  
iklan-mlm@yahoogroups.com  
iklan-niaga@egroups.com  
iklan-mudah@yahoogroups.com  
iklan-mudah-anda@yahoogroups.com  
iklan-segera@yahoogroups.com  
iklan-utama@yahoogroups.com  
ruang\_iklan\_percuma@yahoogroups.com  
iklan-niaga@yahoogroups.com  
iklan-usaha@yahoogroups.com  
iklan\_cyber@yahoogroups.com  
iklan\_gratis@yahoogroups.com  
iklanboard@yahoogroups.com  
iklandollar@yahoogroups.com  
iklaniklan@yahoogroups.com

Dan lain-lain

Jika anda aktif menulis, berbicara dan berperan serta di suatu newsgroup, maka nama anda akan semakin dikenal. Mereka akan lebih mudah mengunjungi website anda setelah mengenal anda.

Anda juga bisa langsung beriklan di beberapa newsgroup tertentu yang mengizinkan periklanan.

Tapi yang perlu diperhatikan, jangan melakukan pengiriman pesan yang sama berkali-kali dalam kurun waktu singkat. Anda akan dianggap spam dan keanggotaan anda bisa dihapus oleh pengelola.

Hanya perlu diingat, jika anda ingin berpromosi mailing list di Yahoo, anda harus mempunyai alamat email di Yahoo terlebih dahulu, baru kemudian bisa mendaftar di Yahoo Mailing List.

***Semoga Sukses!***

## PROMOSI LEWAT BANNER EXCHANGER

Banner exchange (pertukaran banner) juga merupakan salah satu sarana promosi yang efektif.

Melalui promosi ini, anda dapat meletakkan banner-banner anda pada sebuah server yang diskulasikan oleh sebuah program. Dengan menggunakan kode-kode khusus yang ditambahkan di halaman situs web anda dalam promosi ini. Manner tersebut akan tampil secara bergantian. Pengunjung yang situs web yang mengklik banner tersebut akan diantarkan ke situs web pemilik banner yang bersangkutan.

Sebelum anda mengikuti layanan pertukaran banner, pastikan kalau anda telah memiliki banner sendiri. Banner adalah gambar statis atau animasi yang berisi iklan situs anda dan jika diklik akan menuju ke URL situs pemilik banner tersebut.

Banner bisa dibuat dengan Grafik Editor seperti Paint Shop Pro atau dengan Adobe Photosop.

Anda juga bisa membuat banner secara online dengan berkunjung ke situs-situs yang menyediakan pembuatan banner **GRATIS** secara online. Lewat layanan situs ini, anda akan mudah membuat dan memiliki banner secara langsung dalam waktu beberapa menit saja.

Situs yang menyediakan layanan pembuatan banner adalah <http://www.freeaddesigner.com> dan <http://www.addesigner.com>

Atau cari situs tersebut dengan menggunakan **Search Engine** dan gunakan kata kunci "**banner creator**".

Beberapa situs penyedia layanan pertukaran banner adalah:

- a. <http://www.xaxaweb.com>
- b. <http://www.bannerindonesia.com>
- c. <http://www.bmi.or.id>
- d. <http://www.indobanner.com.co.id>
- e. <http://www.indocliks.or.id>
- f. <http://www.terkenal.com>

***Selamat Berhasil....!!!***

## EMAIL MARKETING

### Hebatnya E-mail

Para pemilik situs web umumnya mengira bahwa mereka dapat menghasilkan penjualan hanya dengan mengandalkan situs web mereka saja, mereka sedikit mengabaikan betapa e-mail dapat mendatangkan penjualan di luar perkiraan mereka.

Hal ini terlihat cukup banyak pemilik situs web di Indonesia yang tidak memanfaatkan fungsi e-mail mereka secara maksimal, umumnya mereka memiliki situs web hanya sekedar menampilkan profil perusahaan, produk, barang atau jasa yang mereka berikan, padahal sekarang trend-nya adalah bahwa para peselancar di dunia maya adalah mereka yang ingin mencari informasi.

Anda ingat seorang salesman tradisional? sulit bagi mereka menjual produk hanya mengandalkan brosur saja bukan! Karena itu komunikasi oral yang baik diperlukan dalam berinteraksi dengan calon prospek, lead, kastemer, mau mitra bisnis. E-mail juga adalah sarana untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan mereka, E-mail juga dapat digunakan sebagai sarana semacam Call Center yang dapat secara otomatis dan cepat menjawab pertanyaan prospek, lead, kastemer atau pun mitra bisnis. Namun kebanyakan para pemilik e-mail memiliki kecenderungan bahwa mereka menggunakannya sebagai sarana komunikasi biasa, alat korespondensi yang cepat dan ekonomis, dan sarana pengirim barang digital.

Metode komunikasi dalam bidang marketing sebenarnya memiliki dalam tiga (3) bentuk/jenis, yaitu (1) komunikasi oral, (2) komunikasi visual, (3) Komunikasi tekstual, karena itu mengapa tidak memanfaatkan bentuk yang ketiga untuk memupuk kepercayaan prospek, dan berinteraksi dengan mereka di dunia maya?

### Maka tantangannya:

- Sudahkah Anda yakin bahwa e-mail dapat memberikan keuntungan finansial bagi usaha Anda?
- Apakah Anda memiliki kecenderungan untuk bergegas dalam menjawab e-mail dari pengunjung situs web Anda?
- Apakah Anda telah menggunakan e-mail dengan metode "e-mail marketing"?

Bila jawaban dari ketiga pertanyaan tersebut adalah belum atau tidak, maka cepatan agar kompetitor Anda tidak mendahului dan mengambil "market share" dari produk/bisnis Anda!.

### Konsep dari TARGETED EMAIL MARKETING?

Banyak perusahaan dan organisasi menggunakan email marketing untuk memberikan informasi via email kepada kastemer, klien, mitra bisnis, prospek, dan para langganannya. Istilah email marketing mengacu ke seluruh perangkat proses,

strategi pemasaran dan pesan email, data, dan teknologi yang memungkinkan komunikasi ini.

Email marketing kadang-kadang memang disalahartikan yaitu mengacu pada suatu tindakan mengirimkan pesan-pesan pemasaran yg terus terang atau blak-blakan via email karena memang murah yang disebut juga bulk email atau unsolicited email/spamming. Akan tetapi, email marketing dapat mencakup komunikasi apa pun yang dikirimkan melalui email oleh suatu perusahaan atau organisasi. Suatu perusahaan yang mengirim email yang berisi target penjualan dan pemasaran yang dihubungkan dengan setiap pesan email. Namun sebaliknya daripada sekadar berbunyi "beli sekarang!", pesan-pesan email tersebut dapat dimanfaatkan untuk memupuk suatu hubungan komunikasi bisnis jangka panjang dengan kastemer.

Penjelasan berikut melukiskan pada berbagai sifat dari email marketing. Agar lebih enak, saya memilih menggunakan kata kastemer untuk mengacu ke klien, mitra bisnis, prospek, langganan, dan siapa pun yang dikirim komunikasi via email oleh suatu perusahaan.

### **Contoh dari Email Marketing**

Sebelum kita masuk ke penjelasan yang lebih terperinci, saya akan mengajak Anda dahulu melihat suatu contoh dari program email marketing yang ada. Program email marketing tersebut adalah program yang dibuat oleh CDNow. Nah silahkan Anda masuk ke situs web CDNow.

CDNow adalah perusahaan online yang bergerak di bidang musik retail. Kastemer dapat mendaftarkan diri mereka pada situs web CDNow untuk mendapatkan berita musik secara berkala, ataupun penawaran khusus. Pada waktu kastemer mengisi formulir yg terdapat di situs web tersebut, mereka dapat mengisi pilihan seperti musik apa yang mereka sukai, jenisnya dan frekuensi komunikasi via email yang mereka kehendaki per minggu atau per bulan, dan informasi lainnya. Karena itu secara tetap tentu, CDNow mengirimkan pesan-pesan email personalisasi berdasarkan informasi ini. Misalnya, seorang kastemer yang menyatakan minatnya pada dunia musik dan rilis baru akan menerima pesan-pesan email tinjauan dari album musik baru dari seluruh dunia.

Bukan Spam, Namun Sudah Mendapat Persetujuan (permission-based)

Salah satu sifat utama dari email marketing adalah atas dasar persetujuan/izin. Kastemer secara terus terang melakukan registrasi ("opt-in") untuk menerima pesan email. Setelah registrasi, resipien pun dapat berhenti keluar dari "opt-in" tersebut (unsubscribe). Sifat inilah yang membedakannya dari unsolicited email, yang secara umum disebut sebagai spam. Email marketing adalah suatu aktivitas mengirimkan pesan-pesan komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi kepada mereka yang mau mendengarkan atau siap menerima berita dari organisasi tersebut.

### **Tujuan dari Email Marketing**

Tujuan keseluruhan dari email marketing adalah untuk membangun suatu kemitraan antara suatu organisasi dengan para kastemernya di mana kedua belah pihak mendapatkan manfaat timbal balik dari pertukaran informasi ini. Program

email marketing yang berhasil adalah program yang memenuhi kedua tujuan dari organisasi tersebut maupun kebutuhan dan keinginan dari para kastemernya.

Agar berhasil suatu organisasi harus membangun dan memperkuat hubungan komunikasi bisnisnya dengan para kastemernya. Hal ini tentu saja menggunakan media komunikasi khususnya email karena lebih efisien, cepat, dan biaya lebih terjangkau untuk mempromosikan suatu merek, mendapatkan kastemer, mempertahankan suatu bisnis, dan saling menjual produk. Dan sekaligus hal ini dapat memenuhi tujuan kuantitatif seperti meningkatkan jumlah pengunjung, kastemer baru dan pendapatan tentu saja.

Program email marketing yang berhasil memastikan bahwa komunikasi yang keluar itu harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari para kastemer. Tujuan spesifik dari para kastemer bisa jadi memang bervariasi. Tujuannya bisa jadi mulai dari menerima informasi yang bersifat menghibur, atau berhubungan dengan karir pekerjaan, atau suatu advis mengenai suatu topik tertentu yang menjadi minat mereka. Kemudian peraturan apa yang jangan dilupakan dalam melakukannya? dan apakah perusahaan Anda harus melakukannya? Ini akan dibahas pada edisi berikutnya.

## **Menulis email penjualan yang berdaya tarik**

Email penjualan dapat menjadi cara yang dahsyat dalam menyampaikan pesan anda. Mail box saya terus-menerus terisi dengan "*junk mail*", demikian kata banyak orang. Seorang teman memberitahu saya bahwa ratusan pesan email yang tak diundang datang setiap hari.

Mengapa begitu banyak pelaku bisnis - baik yang berskala besar maupun kecil - menggunakan email? Sederhana saja. Email dapat langsung ditulis dengan cepat, berhasil dengan baik.

### **Inilah alasannya**

Email adalah bentuk komunikasi yang sangat pribadi. Bahkan ketika Anda mengetahui bahwa surat yang sama dikirimkan ke ribuan orang, email tersebut masih terasa seperti tulisan pribadi dari seorang teman.

Orang-orang yang mempunyai kemampuan yang bagus dalam menulis email penjualan mengetahui hal ini dan menggunakannya. Mereka berupaya sebaik mungkin untuk menciptakan suatu ikatan pribadi antara email tersebut dan resipiennya.

Email penjualan Anda harus berbicara secara intim dengan pembacanya. Bercakap-cakap secara tidak resmi dengan kalimat-kalimat pendek dan kata-kata sederhana. Buatlah pembaca SEGERA dengan mudah mengerti apa yang Anda tawarkan.

Kebanyakan orang hanya akan melihat sepintas selama **tiga detik pertama** terhadap email Anda sebelum memutuskan untuk membacanya lebih jauh atau menghapusnya.

Buatlah tawaran Anda menarik dan tonjolkan di pembuka dengan tepat.

### **Lima rumus dahsyat untuk email penjualan**

Salah satu dari hal-hal yang hebat dari surat langsung (direct mail) - biasa maupun elektronik - adalah bahwa Anda mendapatkan respon yang segera dan dapat ditindak lanjuti. Email penjualan yang berhasil, menghasilkan sejumlah pesan balik, telepon langsung, penjualan yang dapat diperhitungkan.

Selama bertahun-tahun, para *direct marketer* telah menetapkan beberapa rumus favorit yang tampaknya berhasil. Berikut ini adalah lima rumus favorit saya.

#### **1. Ceritakan sebuah kisah.**

Perhatikan bahwa banyak dari email penjualan yang Anda terima mengikuti metode ini.

Sangat sulit menahan diri untuk tidak membaca sebuah kisah orang lain yang khususnya terdengar mirip dengan situasi yang kita alami. Orang-orang menyukai kisah-kisah sukses bahkan gossip seperti acara TV "Eko *nge-gossip*".

Apalagi kisah tersebut memberi tahu kita caranya memperoleh kesuksesan untuk diri kita sendiri.

#### **2. Surat dari Direktur.**

Orang-orang merespek tulisan dari pemimpin perusahaan. Hal ini meminjamkan wewenang kepada pesan tersebut dan membuat pembaca merasa penting. Hal tersebut adalah sebuah cara yang bagus dalam menjual.

Rumus ini juga dapat digunakan untuk memberitahu pembaca mengenai informasi di dalamnya.

#### **3. Tawarkan sesuatu yang gratis.**

Bisa jadi berupa kunjungan gratis atau diskon dari toko atau kantor Anda. Seorang dokter yang tinggal disamping jalan rumah saya menarik pasiennya dengan mengirimkan ratusan kartu pos yang menawarkan "diskon 10% untuk kunjungan pertama".

Prospek yang tertarik kepada produk atau jasa Anda akan lebih menghargai penawaran selanjutnya. Tawarkan dalam bentuk Special Report, brosur, atau booklet gratis. (*Omong-omong*, email di [bob@bjoconsulting.com](mailto:bob@bjoconsulting.com) atau telpon ke **08161663288** kalau Anda ingin Mas Bob buat **Sales Email Letter yang emosional** untuk produk anda).

#### **4. Ajukan pertanyaan. "Apakah hari-hari Anda begitu menjengkelkan dan membuat frustrasi?"**

Ini adalah psikologi kuno yang bagus. Pada saat Anda mengajukan pertanyaan, pembaca terdorong untuk menjawab pertanyaan tersebut. Hal ini melibatkan pembaca secara mental ke dalam email penjualan dan penawaran Anda.

Beberapa ahli mengatakan untuk mengajukan serangkaian pertanyaan yang menuntun resipien agar-agar masing-masing menjawab "ya". Kemudian pertanyaan terakhir yang menyuruh pembaca untuk menjawab "ya" untuk suatu transaksi atau "deal" bisnis.

#### **5. Tunjukkan masalah yang sedang dihadapi oleh prospek.**

Hal ini adalah metode promosi klasik. Perhatikan hal ini dalam pemasaran dan iklan dimanapun. Arahkan perhatian para pembaca kepada masalah, kemudian buatlah masalah tersebut tampak buruk. Sewaktu Anda telah menetapkan masalah sebagai rintangan utama dalam kehidupan pembaca, perkenalkan jasa atau produk Anda sebagai solusinya.

#### **Tulislah subject email untuk merebut perhatian**

Kebanyakan email penjualan dimulai dengan sebuah headline yang langsung mempersembahkan poin utama. Subject bisa ditulis sedemikian rupa agar menggugah secara emosional:

Juga selain itu ingat, dalam menyapa tidak cukup sekadar menulis :

Hallo....,

Halo ke siapa? Agar menggigit sebutkan NAMA MEREKA, sebaliknya daripada "Hallo Teman," atau "Hallo Para Orang Tua," "Hallo Pencinta Bola Basket," "Hallo Pemilik Mobil."

kedengarannya TERLALU umum, bukan?

Tentu dalam hal ini Anda membutuhkan Sistem yang dapat mempersonalisasi setiap calon pembaca Anda, sebaliknya daripada "Copy & Paste", lihat topik tentang [http://www.bjoconsulting.com/mesin\\_emarketing.htm](http://www.bjoconsulting.com/mesin_emarketing.htm).

Termasuk juga tambahan yang disebut N.B. atau P.S. pada akhir surat Anda. Studi menunjukkan bahwa kebanyakan pembaca langsung melompat ke N.B. sebelum membaca yang lainnya! N.B. harus dengan singkat mengemukakan kembali pokok utama penawaran anda.

Akhirnya, tekankan manfaat daripada fitur. Bagaimana manfaat jasa atau produk kita meningkatkan kualitas hidup, pekerjaan, atau dompet kastemer.

Manfaat dari penawaran Anda mungkin jelas bagi Anda, namun jangan serahkan pada pembaca untuk mencari tahu sendiri, tidak peduli sejeelas apa tampaknya

pengetahuan mereka terhadap jasa atau produk Anda. Tekankan manfaatnya. Hubungkan mereka pada fitur dari penawaran anda.

Email penjualan dapat menjadi sarana pribadi yang luar biasa untuk memperkenalkan orang-orang kepada produk, jasa, organisasi, atau ide Anda. Dengan menggunakan beberapa ide dan rumus yang telah saya sebutkan di atas, Anda dapat membuat email penjualan yang sangat emosional yang membuahkan hasil.

**Lihat disini** bagaimana Anda pun dapat memiliki kemampuan seorang [http://www.bjoconsulting.com/kursus\\_emarketing.htm](http://www.bjoconsulting.com/kursus_emarketing.htm)

## **Membuat dan mengirim brosur email berformat .HTML**

Email berbasis teks masih merupakan sarana komunikasi yang paling populer, akan tetap dengan adanya format email berbasis .html, kita bisa membuat email yang menarik yang berisi gambar-gambar, sekaligus link yang dapat diklik dan bahkan menggunakan formulir interaktif.

Email .HTML memiliki tampilan yang mirip dan sama dengan halaman web. Dengan demikian foto-foto pun dapat dimasukkan.

Menariknya email .html ini membuka jalan bagi digunakannya e-brosur dalam mempromosikan suatu produk atau bisnis ke target prospek yang memintanya sebaliknya daripada memfakskan brosur yang tidak memberikan hasil "what you fax is what they get", artinya Anda memfakskan brosur berwarna, namun hasil yang diterima hitam-putih.

Mengapa pas teknik ini, mengingat hampir semua perusahaan sudah memiliki email, dan memang sekarang sudah muncul mesin faks yang dapat menerima hasil faks yang berwarna, namun kendalanya adalah mesin pengirimnya harus sama, karena tidak kompatibilitas kalau mesinnya berbeda.

Beberapa perusahaan di Indonesia juga sudah menerapkan email .html untuk brosur-brosurnya mereka sebaliknya daripada mereka memfakskan brosur mereka ke prospek.

Minta info di sini, untuk mengetahui beberapa perusahaan di Indonesia yang menggunakan brosur email dalam pemasaran produk-produk mereka berikut komentar mereka ke email: [marketing@bjoconsulting.com](mailto:marketing@bjoconsulting.com)

Jadi sering kali digunakan sebagai sarana yang berharga dalam kampanye pemasaran langsung. Yang jelas langsung dapat dilihat di bagian preview-nya dan bukan dalam bentuk attachment, yang membuat orang malas untuk membukanya.

Sekarang popularitas email .HTML sudah melebihi dari popularitas email berbasis .txt.

Di Indonesia sendiri, 92% pengguna email mendukung email .html, mengingat juga kebanyakan dari mereka menggunakan sistem OS berbasis

Microsoft.

Kalaupun mereka menggunakan email gratisan, seperti yahoo.com dan hotmail.com maupun penyedia email gratisan yang berbasis Indonesia seperti telkom.net atau plasa.com mereka pun support dengan email .html.

### **Sekarang kita lihat dulu manfaat dengan memanfaatkan brosur email dalam promosi bisnis kita :**

- Menarik mata
- Grafik, foto, ikon, link yang dapat diklik, huruf-huruf yang berbeda, formulir interaktif dapat dimasukkan ke dalamnya.
- Lebih interaktif dengan pelanggan Anda
- Kebanyakan digunakan oleh para pemasang iklan, dan bagi konsumen yang koneksi internetnya menggunakan bandwidth yang lebih bagus, pasti mereka tidak keberatan untuk menggunakan brosur email.
- Tampilan iklan terlihat lebih efektif
- Hampir kebanyakan program email support .html (mis : Outlook Express, Outlook, Eudora, Netscape Communicator, Hotmail, Rocketmail, AOL, Yahoo, Web TV).

### **Bagaimana membuat email .html?**

1. buka program editor .html seperti MS FrontPage, Dreamweaver (bisa juga pakai MS Word 97 atau 2000 tetapi umumnya kurang bagus) untuk membuat email .html.
2. Gunakan URL lengkap untuk link-nya seperti : (mis : <http://www.cintasejati.com/>)
3. Grafik (seperti gambar, ikon, huruf-huruf yang menarik) harus disimpan ke dalam web server agar bisa tampil.  
Jika Anda tidak mau menggunakan grafik, Anda bisa tetap menggunakan kolom-kolom tabel yang berwarna
4. Beri nama dan save halaman yang sudah Anda buat (mis : cinta-brosur.htm).
5. Sekarang buka Email Software - misalnya pakai outlook express (karena ini yang paling populer) masuk ke create mail - insert - text from file - cari halaman brosur email yang telah Anda namakan tadi.

Yaa, siap Anda mengirimkannya.

6. Sebelum Anda kirimkan kepada mereka yang meminta, maka kirimkan dulu ke Anda sendiri atau rekan-rekan di perusahaan Anda sebagai tes apakah hasilnya sesuai?  
Kalau bisa kirimkan ke mereka yang memiliki program email yang berbeda-beda untuk memastikan bahwa mereka yang memintanya dapat membaca dan melihatnya secara utuh di komputer mereka.

7. Setelah Anda membuatnya, maka save itu sebagai template atau format standar brosur Anda dengan logo dan tampilan resmi korporat Anda.  
Nah sekarang kalau begitu Anda sudah bisa mengirim brosur ttg informasi produk lewat email Anda.

### **Poles subject di email anda agar resipien segera membaca email anda!**

Bagian apa yang paling penting dari iklan Anda? coba lihat, bahwa kebanyakan orang tidak membaca iklan, mereka hanya melihat sekilas saja. Kalau pun mereka membaca, mereka hanya melihat satu hal, dan itulah yang menggerakkan mereka untuk membaca lebih jauh.

Hal pertama orang membaca iklan adalah karena mereka membaca *headline*.

Dalam email, subject adalah *headline*. Itu artinya Anda harus mengkomunikasikan hal yang sangat menggelitik dan memotivasi kepada mereka, dan ini merupakan pekerjaan yang tidak mudah mengingat Anda harus bermain dengan pilihan kata-kata tertentu dan harus singkat tetapi menggigit.

Karena itu apa yang dapat Anda lakukan dengan pilihan kata-kata yang akan menggigit perhatian si pembaca?

Berikut ini adalah tips yang dapat Anda lakukan :

\* **Berbicaralah** langsung kepada orang yang diajak baca dengan menyapa mereka "Anda" atau lebih baik namanya. Para pembaca umumnya tidak akan tersentak sampai mereka mendapati sesuatu yang mereka baca atau rasakan ditujukan padanya langsung.

\*\* **Tawarkan** sesuatu yang sifatnya tidak mengikat di bagian *headline*. setelah itu mereka pasti akan terus membaca seterusnya untuk mendapatkan hal yang Anda tawarkan.

\*\*\* **Gunakan** statistik dan hendaklah spesifik.

***Good luck...!***

## VIRAL MARKETING

### Apa Gerangan Viral eMarketing?

Sebenarnya kata 'viral' erat hubungannya dengan **virus**. Anda tahu khan virus dalam hal perkembangbiakannya yg begitu cepat!, Bayangkan kalau Anda dapat mengimplementasikan strategi pemasaran bergaya virus di internet, maka banyak orang akan dengan cepat mengetahui bisnis anda.

Inti dari "viral marketing" adalah strategi pemasaran yg dapat menyebabkan orang-orang membicarakan bisnis Anda di kalangan sosialisasi teman-teman mereka. Dalam dunia pemasaran offline, ini adalah semacam 'public relations' atau 'network marketing', yaitu memanfaatkan asosiasi atau jaringan teman-teman untuk menyebarkan pesan pemasaran tentang bisnis anda.

Dalam dunia internet, 'viral marketing' juga sama, yaitu memanfaatkan jaringan teman-teman sejawat yg mereka kenal untuk menyebarkan pesan-pesan pemasaran ttg bisnis online Anda, dan itu sangat ampuh karena menurut para sosiolog, bahwa umumnya satu (1) orang memiliki teman-teman dekat dan sering bergaul sebanyak 7 s/d 10 orang.

Maka Anda bisa bayangkan jika masing-masing juga memiliki 7 s/d 10 jaringan teman-teman! Pesan-pesan pemasaran Anda akan menyebar secepat virus. Dan ini memanfaatkan kemampuan 'klik' dari mouse, karena itu disebut juga sbg "mouse click marketing" atau "word of mouth marketing".

### Lahirnya VIRAL MARKETING

Dunia semakin sesak!

Dunia sudah demikian sesak, iklan memenuhi seluruh tempat yang ada di dunia ini, kemanapun mata kita melihat iklan ada disana.

Ketika kita berangkat ke kantor, semua sudut jalan penuh dengan billboard, jembatan penyeberangan penuh dengan iklan mobil baru, bus bus lalu lalang dengan senyum gigi cemerlang, taxi melaju ditunggangi neon sign bertuliskan nama asuransi jiwa, pohon pohon dipenuhi iklan obat batuk, spanduk villa dan perumahan memenuhi langit biru, dinding dan pilar penuh sesak dengan poster, gerobak sampah yang sedang mangkal dibungkus dengan iklan minuman energi, kios rokok berwarna merah dengan seorang koboi sedang tersenyum, artis setengah bugil sambil memegang tas kulit menatap tajam.

Ketika kita masuk ke gerbang toll, ketika kartu toll kita raih logo sebuah bank hadir disana, ketika kita sampai di gedung perkantoran marka parkir penuh dengan sisipan brosur catering, ketika kita masuk ke lift dindingnya dipenuhi dengan kertas penawaran apartemen, dan ketika kita bergegas ke kamar kecil, kita berdiri menghadap uriner dengan iklan pewangi ruangan, walaupun kita lari dan masuk ke kamar mandinya, dibalik pintu sudah menunggu iklan pembalut wanita.

Begitu kita masuk ke ruang kantor, kita disergap dengan iklan kopi instan atau coffe maker, mouse pad yang akan digunakan berlogokan tilpun genggam, belum sempat kita bekerja sebuah tilpun masuk dan menawarkan keanggotaan sebuah hotel berbintang, begitu tilpun kita tutup sinyal sms masuk menawarkan tiket konser piano, email yang kita buka dipenuhi dengan penawaran kunjungan sebuah online store.

Sebelum waktu makan tiba kita disodori brosur makanan cepat saji, walaupun kita menolaknya dan memilih pergi ke sebuah food court, iklan memenuhi seluruh penjuru, di lantai, di rak rak barang, di kereta belanja, baju petugas, topi petugas, dasi yang mereka kenakan, gelas dan piring tempat kita makan, bahkan di langit – langit ruangan.

Sore hari setelah pulang ke rumah, ketika kita menonton TV, iklan demi iklan hadir memenuhi semua acara, bukan hanya di waktu tayang iklan yang memutuskan tontonan asyik kita, iklan juga muncul di sudut kiri atas, sudut kanan atas, dibawah maupun di atas, ketika tontonan kita sedang seru, iklan muncul menutup teks yang ingin kit abaca.

Ketika artis pujaan kita sedang mengendarai mobil, sorot kamera mengarah ke merek mobil yang dipakainya, lalu menyapu kebawah memperlihatkan sepatu apa yang dikenakan, tas apa yang disandangnya, kadang merek baju dan kaos ditampilkan dengan mencolok ketika artis kita menjalankan actingnya.

Di film itu, ketika artis kita sedang memadu cinta dalam kisah asmara mereka kamera menyorot ke café mana artis itu makan, di hotel apa mereka menginap, minuman apa yang mereka minum, roti apa ang mereka kunyah, kartu kredit apa yang mereka gunakan. Film dan sinetron bukan hanya menjual iklan dalam slot iklan, tetapi iklan sudah berjubel memenuhi semua cerita yang ada.

Ketika team Thomas Cup kita berlaga, iklan muncul melalui pemberitahuan skor pertandingan, iklan juga hadir melalui kaos yang dipakai pemain, raket yang mereka gunakan, karet pergelangan tangan mereka tercantum iklan, bahkan ikat kepala pemain Malaysia berisi iklan.

Kemanapun kita lari, kemanapun kita bersembunyi, iklan selalu hadir .

Lima belas tahun yang lalu atau lebih, kita hanya memiliki satu saluran televisi dan beberapa saluran radio, kita menonton acara yang sama, kita bisa bergunjing topik tontonan yang sama.

Tokoh idola kita sama, demikian juga dengan iklan yang kita lihat sama, namun kini saya tidak bisa lagi mengingat acara apa ada di saluran tivi mana jam berapa karena begitu banyak pilihan.

Ketika teman saya bilang ada iklan minuman energi lokal yang menggunakan bintang bola internasional, saya tidak pernah melihatnya. Ketika teman saya bilang ada iklan shampo yang porno karena handuknya melorot, saya tidak pernah bisa ikut menikmatinya.

Dahulu kita hidup di tanah tanah pertanian dan perkebunan, sampai kemudian

Amerika menerjang dengan mesin uap dan industrisasi segala produk, pabrik dibangun di kota kota, manusia berduyun duyun masuk kota, jalan jalan dibangun dan dipenuhi dengan mobil mobil beraneka warna, kemacetan menjadi jadi.

Produk demi produk diciptakan, merek demi merek diciptakan, Marketer semakin kalap, setiap tahun diluncurkan lebih dari 20.000 merek baru kedalam otak kita yang sudah penuh dengan segala macam merek.

Lebih dari 95% produk baru yang diluncurkan mati tenggelam dalam hinggar bingar pertempuran merek di pasar, kompetisi demikian ketat dan buas.

Namun Marketer dan Biro iklan tidak peduli, kita dibombardir dengan segala macam iklan, dari yang sopan dengan pemandangan indah, sampai yang seronok menggoda iman atau drakula dengan taringnya menyelinap dalam kegelapan sambil berteriak seperti badut.

Dulu gambar sampul majalah tampil dengan anggun, kini mereka terpaksa tampil dengan binal agar bisa menarik mata kita untuk melirik, semua pojok dunia penuh terisi, semua suara dipergunakan untuk iklan, semua waktu kita disita demi iklan.

Namun rumus rumus pemasaran tetap sama, mereka menggali segmentasi dan *positioning* dengan setajam mungkin, mulai dari shampo bayi, shampo anak, shampo laki-laki, shampo wangi, shampo kakek nenek, shampo herbal, shampo artis, shampo ketombe, shampo penghitam, shampo penguat, shampo rambut berminyak, shampo rambut tipis, shampo dengan vitamin, shampo dengan segala macam istilah yang sulit dimengerti, dan ribuan lainnya.

Jutaan bahkan Milyar rupiah dituangkan menjadi gambar, menjadi suara, menjadi kertas, menjadi rayuan memohon belas kasih dari kita para konsumen agar bersedia memakai produk mereka.

Acara demi acara dibuat, mulai dari kuis, undian, kunjungan ke pasar, kunjungan kejutan ke rumah, pembagian sample di bioskop, coba cicip di kereta api, cuci rambut gratis di pesawat terbang, anak anak sekolah diundang ke pabrik, lomba gigi cemerlang, kita dikejar kejar di Mall agar mau meraba halusnya kulit lengan gadis yang menggunakan pelembab mereka, kita bisa menikmati pijat gratis kursi pijat listrik agar tertarik membeli produk mereka.

Puluhan juta, bahkan ratusan milyar rupiah terus dicurahkan dari hari ke hari dalam pertemuan sengit ini.

Semakin sengit pertempuran tersebut malah membuat kita semakin malas mengganti produk yang sudah rutin kita pakai, kita sudah malas mengganti merek pasta gigi, kita malas mencoba mie instan lain, kita sudah percaya merek tivi yang sudah kita pakai bertahun tahun, kita tidak mau pindah asuransi mobil kita, kita tetap memakai bank yang sama untuk tabungan kita.

Toh produk produk itu sebenarnya mirip satu sama lain, perbedaan yang ada nyaris tidak berarti, jadi buat apa kita pindah merek ke merek baru tersebut.

Marketer dan Biro iklan yang menerima dana promosi sangat dashyat dari produsen semakin kalap, semakin banyak yang tumbang dalam kerugian yang luar biasa, biaya riset kalah bila dibandingkan dengan biaya iklan.

Seminar peluncuran produk baru di Hawaii mengundang semua tokoh media, disajikan tontonan artis manca negara yang aduhai, bahkan kalau perlu disuguhi pertandingan sepak bola juara eropa lawan juara afrika, hadirkan sekalian bintang basket seluruh dunia.

Kekalapan Marketer semakin menjadi jadi, bila sebelumnya hanya becak dan gerobak rokok yang di cap warna merah bergambar koboi, kini pasar di cat orange bergambar ayam jago untuk mengingatkan kita pada bumbu masak merek tertentu. Kota kota sepanjang pesisir pantai di cat warna biru agar kita ingat dengan rokok tersebut, entah kapan mungkin akan tiba gilirannya semua pulau dan benua di cat dengan warna kuning agar kita ingat merek minuman energi yang baru diluncurkan.

Ketika era informasi datang, marketer seolah mendapatkan dunia baru, dunia dengan populasi 5 milyar manusia yang harus dikejar dengan sepenuh tenaga.

*Website* dipenuhi dengan *banner-banner* iklan, email penawaran semakin hari semakin banyak, *spam* menjadi sajian inbox kita setiap hari.

*Segmentation* semakin hari semakin tajam, dunia dipecah - pecah menjadi kotak kotak kecil, semakin kecil, kecil, kecil .

Sampai akhirnya muncul yang namanya *One-to-One Marketing*, sebuah upaya pendekatan orang demi orang, *tailor-made marketing activity*.

Pendekatan dilakukan agar orang asing menjadi teman, lalu merubah teman menjadi konsumen dan akhirnya konsumen itu dibuat menjadi bagian dari anggota marketing.

Tentu saja siapa yang mau menjadi tenaga marketing sebuah perusahaan kalau dia tidak menerima manfaat atau keuntungan dari aktifitas dia sebagai tenaga marketing.

Saat itulah muncul yang dinamakan viral marketing, menularkan kebiasaan terhadap sebuah produk atau jasa, dari seorang kepada orang berikutnya.

Orang asing menjadi teman, teman menjadi konsumen, konsumen menjadi tenaga marketing dan mereka semua harus menerima manfaat dan keuntungan dari aktifitas itu.

Produk atau jasa harus bagus, sehingga seorang teman tidak risi ketika merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada temannya.

Harga harus bersaing agar seorang tenaga marketer tidak merasa menjadi calo ketika merekomendasikan sebuah produk atau jasa kepada temannya.

Tentu saja setiap orang sibuk dengan kegiatan mereka sehari - hari, jadi tidak banyak lagi orang mau menjajakan produk seperti seorang salesman keliling yang mengetuk pintu demi pintu, bergerak dari meja ke meja menjual produk agar bisa mencapai target penjualan.

Membantu memasarkan sebuah produk, artinya jelas tidak mengharuskan orang yang membantu itu membayar, orang yang dibantulah yang seharusnya membayar, bukan yang membantu yang membayar, jadi semua yang namanya iuran keanggotaan, membership fee, uang pendaftaran dan semua istilah lainnya akan dihindari oleh para konsumen dan marketer ini.

Mereka juga tidak lagi menginginkan secuil komisi dari hasil penjualan demi penjualan, mereka ingin meraih penghasilan yang memadai, merekalah yang membuka jalan, jadi kalau produk / jasa itu sukses, tentu mereka ingin menikmati kesuksesan tersebut, bukan cuma secuil komisi atas penjualan.

Sekali dia membuka jalan sebagai seorang marketer, tentu dia ingin menikmati hasilnya terus menerus, dan bila 'bola salju' pemasaran tsb bergulir, maka konsumen sekaligus marketer itu ingin juga menikmati 'guliran' bola itu dengannya.

Bila selama ini media iklan seperti radio, majalah, televisi, koran menikmati anggaran iklan yang luar biasa besar, mengapa konsumen yang menjelma menjadi marketer "tidak boleh"?

Bila selama ini bintang film dan bintang olahraga menikmati kontrak iklan yang aduhai, mengapa kini konsumen merangkap marketer tidak boleh ikut menikmati jutaan, milyaran bahkan mungkin trilyun anggaran iklan tersebut?

Teknologi informasi dengan perkembangan komputer kini memungkinkan itu terjadi, viral marketing kini menjadi trend yang mengagumkan, secara bertahap mulai memberikan keuntungan bagi sang konsumen. Bila saat ini Anda adalah seorang produsen, pertimbangkanlah strategi viral marketing disamping kegiatan iklan anda biasanya.

Bila saat ini anda adalah seorang konsumen, mengapa tidak mencoba menjadi seorang konsumen yang sekaligus merangkap seorang marketer?

Asah kemampuan anda sekarang juga, sebelum produk - produk baru membanjiri hidup kita dengan viral marketing, karena saat itu tidak akan lama lagi, dunia sudah muak dan penuh sesak dengan segala bentuk iklan.

## Cara kerja viral marketing

Viral marketing seperti virus yang dapat menyebar kemana-mana, begitupun promosi bisnis anda dapat menyebar dalam waktu singkat, tanpa memerlukan usaha promosi pemasaran yang terlalu besar. Media dan objek yang digunakan oleh pemasaran konsep ini bervariasi.

## Seberapa besar kekuatan viral marketing untuk bisnis anda?

Satu-satunya kekuatan yang dimiliki viral marketing adalah kemampuannya untuk menduplikasikan kegiatan promosi bisnis ke seluruh penjuru Internet. Jika anda menggunakan konsep viral, percikkan sedikit usaha promosi, maka selanjutnya promosi anda akan berkembang biak, menyebar dengan sendirinya.

## 5 faktor penting viral marketing

Jika anda ingin menggunakan **konsep viral marketing** sebagai strategi promosi, ada lima factor esensial yang harus dipenuhi, antara lain:

1. Anda membutuhkan **pembawa pesan**. Pembawa pesan yang bagus akan mampu mengebarkan informasi anda dengan mudah, cepat dan langsung menuju sejumlah besar prospek.
2. Anda membutuhkan **mekanisme penyebaran** yang benar. Mekanisme tersebut bisa berupa email, link, website, atau dari mulut ke mulut, tergantung dari sifat alami kampanye anda.
3. Anda harus menyediakan **insentif yang menarik** untuk sang pembawa pesan sebagai timbal balik atas kesediannya menyebarkan pesan anda.
4. Anda harus membuat pesan tersebut bisa disebarkan dengan **semudah mungkin** oleh sang pembawa.
5. Anda harus **memiliki ruang** untuk penyebaran pesan anda. Misalnya: komunitas, group, atau jaringan yang memungkinkan pesan viral anda menyebar dengan cepat.

Jika anda bisa memenuhi kelima factor tersebut diatas, maka pesan promosi anda akan mudah dan cepat menyebar.

***Semoga Bermanfaat....!***

## Tips Membuat Pengunjung Kerasan di Situs Anda

Jangan sekali-kali Anda berpikir, mereka yang datang ke situs Anda pada umumnya adalah orang yang butuh barang atau jasa dan mau membelinya. 95% dari para peselancar di Internet adalah orang-orang yang ingin mendapatkan informasi tentang suatu topik yang mereka minati . . . Maka jika Anda tahu akan hal ini, mengapa tidak memberikannya kepada mereka? Coba simak secara singkat, dua (2) cara untuk mendapatkan lebih banyak pengunjung dengan memberikan kepada mereka apa yang mereka sukai dan yang mereka cari:

- 1) Masukkan informasi yang berguna di situs Anda atau di situs tambahan sebagai pendukung dari situs Anda sekarang ini, dan me-link ke situs utama tentang produk Anda, dan sebagai pemuas dahaga informasi bagi ceruk pasar yang satu ini yang membutuhkan informasi yang berguna dan informatif.
- 2) Ajaklah dengan situs web tertentu yang memiliki informasi yang berguna untuk suatu '*joint venture*'. dan dari situs itu Anda bisa lakukan negosiasi untuk mempromosikan produk dan jasa Anda.

## PELUANG BISNIS

### IDE-IDE ROMANTIS DAN TIPS

Apakah anda sudah memiliki cinta yang sejati, namun belum mengetahui cara untuk lebih romantis ? Apakah cara berkencan anda saat ini sudah mencapai keharmonisan, atau anda masih penjajakan/pendekatan? Manfaatkan juga handphone anda untuk berbisnis dan berpenghasilan.

Temukan informasinya silakan klik <http://www.cintasejati.com>

---

### RAHASIA MENCIPTAKAN MESIN UANG SENDIRI

Bangunlah kerajaan bisnis anda dengan tangan anda sendiri, segeralah menciptakan mesin uang sendiri dengan menggunakan script website dari Paket Mesin Uang dan segera nikmati juga sistem bagi hasil dengan menjadi reseller kami.

Temukan informasinya silakan klik <http://www.menjadi-owner.cjb.net>

---

### PENGHASILAN HINGGA RATUSAN JUTA RUPIAH

Inilah saat yang tepat dimana Anda berkesempatan untuk melakukan suatu tindakan bijaksana, Dengan menjalankan mekanisme program Infosukses, peserta akan mendapat benefit/penghasilan & bonus yang merupakan akumulasi keuntungan dari hasil pemasaran produk Infosukses, Anda berpeluang utk tetap berpenghasilan, meskipun Anda tdk melakukan usaha apapun!. Jangan lupa baca 'tanya jawab & mekanisme' dari program infosukses ini.

Temukan informasinya silakan klik <http://www.menjadi-jutawan.cjb.net>

---

## P E N U T U P

Terima kasih anda berkenan membaca hingga akhir ebook ini, tidak ada sesuatu pun yang berubah tanpa tindakan nyata.

Terima kasih pula kepada anda yang telah berkenan memberikan ebook ini ke rekan-rekan anda.