

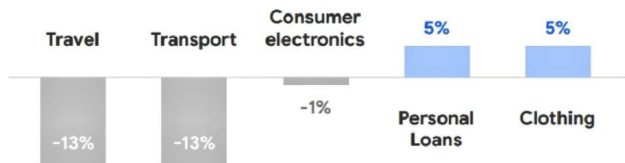
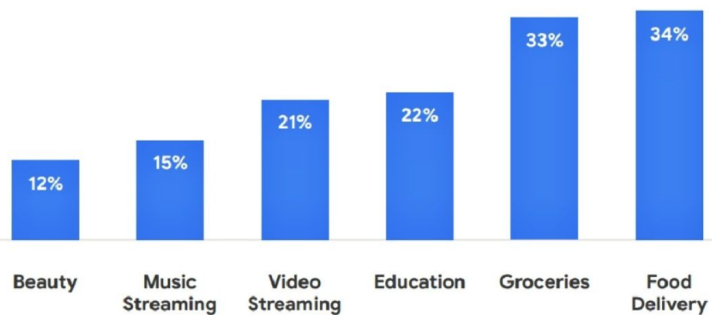


Webinar GoStore “Rajin Live Instagram, Traffic Toko Meroket Tajam”



Perubahan Kebiasaan Konsumen dalam berbelanja saat situasi pandemi

Shift in buying behavior due to COVID-19 lockdowns across SEA
(use more than before)



Perubahan Perilaku Pembelian di masa Pandemi

Sumber: Katadata

1

Konsumen lebih fokus pada value

Konsumen akan lebih memilih untuk membeli barang yang memiliki nilai bagi kehidupannya. Konsumen cenderung lebih mengesampingkan ego yang dimiliki, dan memilih untuk membeli produk seperti kebutuhan rumah tangga, makanan pokok, dsb untuk memenuhi kebutuhan mereka.

2

Meningkatnya pengguna online shopping pada kehidupan sehari-hari

Banyak konsumen sekarang membiasakan diri untuk lebih menggunakan platform belanja online untuk membeli kebutuhannya, mulai dari belanja kebutuhan pokok yang biasanya diharuskan untuk pergi ke pasar, bahkan dari data CNN pengguna platform belanja online meningkat hingga **400% selama masa pandemi**

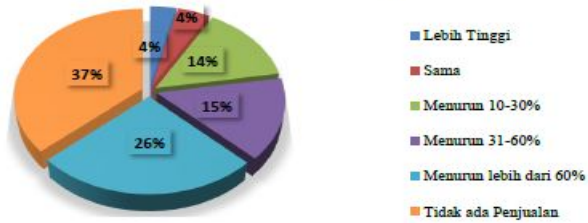
3

Memilih layanan yang cepat, efisien, cashless dan bebas-kontak

Karena perilaku konsumen yang sudah terbiasa dengan belanja online, para konsumen pun akan memiliki permintaan untuk pelayanan yang cepat dan efisien, seperti pengiriman dalam metode same-day atau instant, pembayaran non tunai tanpa harus melewati banyak proses konfirmasi, juga penerimaan produk bebas kontak tanpa harus berinteraksi langsung dengan penjual atau pengantar produk

Implikasi perubahan perilaku konsumen bagi para pemilik usaha, termasuk UMKM

Hasil Penjualan Setelah Terdampak Covid-19



Sumber : Upaya Pemulihan UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Pasca COVID-19. Seminar Daring Webinar Pertumbuhan Ekonomi Desa pasca COVID-19 (Kementerian PPN/ Bappenas), diolah.

1 Para Pemilik Usaha mulai berpindah untuk berjualan secara Online,
Pemilik toko offline merasakan banyaknya penurunan pengunjung pada toko mereka, dikarenakan banyaknya peraturan untuk pembatasan pengunjung dan juga kebiasaan konsumen yang lebih memilih untuk bertransaksi secara online, sehingga hal ini membuat mereka harus membuka tokonya secara online untuk meningkatkan jumlah pembeli dari berbagai daerah

2 Pemilik usaha harus melakukan inovasi produk berdasarkan kebutuhan konsumen

Produk yang dijual para pemilik usaha harus dikaitkan dengan kebutuhan masyarakat sekarang ini, contohnya penjual yang biasanya menjual makanan matang, jadi dibuat kemasan re-pack atau frozen food yang bisa dikirim ke berbagai daerah di Indonesia

3 Harus memiliki promo yang menarik dan mengundang konsumen untuk melakukan pembelian

Konsumen yang sangat menghemat penggunaan uang mereka karena dampak pandemi ini, maka dari itu pemilik usaha harus bisa menciptakan promo yang bisa menarik konsumen untuk membeli produk mereka, seperti buy 1 get 1, promo cuci gudang, dsb

Tren Live Streaming di tahun 2022



Tren Live Streaming secara Global telah meningkat sebanyak 266% selama 3 tahun terakhir

Data dari Vimeo Livestream yang menyatakan bahwa **80%** konsumen lebih senang menonton live video daripada membaca sebuah blog dari brand. Data dari Restream juga menunjukkan **36%** perusahaan yang menggunakan layanan streaming mengalami pertumbuhan pendapatan berkat pengadaan live streaming untuk kegiatan perusahaan.

Penjual yang baru terjun ke online-platform dan menggunakan fitur live stream melihat peningkatan signifikan pada total penjualan mereka

Berdasarkan hasil riset, new seller yang menggunakan siaran live streaming bisa meningkatkan rata-rata exposure produk dan kunjungan toko hingga **40 dan 20 persen**, serta menaikkan **29 persen order di hari yang sama**. Secara keseluruhan, live stream bisa meningkatkan kunjungan ke halaman detail produk hingga **625 kali lebih banyak**, kunjungan toko hingga **262 kali lebih tinggi**, serta menaikkan jumlah order harian hingga **100 persen**.

Jenis-Jenis Live Streaming dari Berbagai Platform



Live Shopping

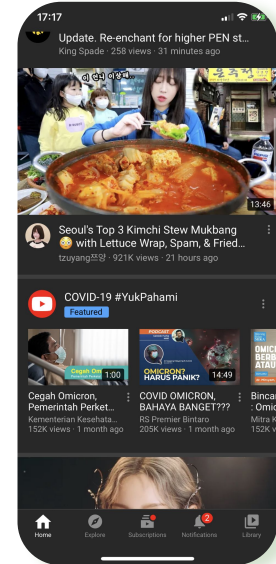
Kegiatan live streaming yang didampingi seorang *host* yang akan melakukan promosi melalui *live video*.

Konsep ini mirip dengan home-shopping yang biasa kita lihat di TV, dimana *host* akan mendemonstrasikan produknya secara langsung dan penonton bisa melihat bahkan berinteraksi secara real-time



Live Audio

Kegiatan yang memungkinkan penggunanya membuat ruang obrolan dan berdiskusi secara virtual di ruang tersebut, atau sekedar mendengarkan pembicara lainnya



Pre-Record Streaming

Jenis streaming pre-record ini dilakukan dengan cara merekam video atau konten yang akan disiarkan terlebih dahulu, lalu tayangan tersebut akan di upload ke dalam media online Setelah itu, konten dapat disebarluaskan dan ditonton kapanpun oleh pengguna platform pre-record streaming ini

Alasan Kenapa Live Streaming Layak Dicoba

Keuntungan Penggunaan Fitur Live Streaming

1

Membangun *brand awareness*

Para pengguna live stream bisa dengan mudah untuk menjangkau banyak audiens baru dari seluruh penjuru daerah, dan juga lebih menarik perhatian followers/pembeli setia pengguna live streaming

2

Meningkatkan *engagement* dan *brand personality*

Kamu bisa berinteraksi secara langsung dengan penonton ataupun calon pembeli, sama seperti saat kamu berjualan offline. Penonton bisa menuliskan komentar atau bertanya di kolom chat yang disediakan ketika kamu melakukan *live streaming*.

3

Biaya yang murah untuk melakukan kegiatan promosi

Fitur live streaming dari berbagai platform bisa digunakan secara gratis, yang sangat membantu kita untuk melakukan kegiatan promosi kapanpun dan dimanapun, tanpa harus mengeluarkan biaya lebih untuk menyewa tempat, membayar pekerja lebih, dan bisa dijangkau seluruh pengguna platform live streaming

4

Bisa lebih mengetahui demand konsumen

Fitur live streaming bersifat dua arah, dimana para streamer bisa melakukan interaksi secara langsung dengan penonton, dan akan sangat membantu untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan para konsumen. Karena penonton live stream biasanya akan lebih mudah melontarkan komentar atau pertanyaan terkait produk kita dibandingkan secara offline

Tips sukses tarik banyak penonton saat *live streaming*

Persiapan



Riset untuk mendapatkan ide konten

Tanyakan ke pembeli konten apa yang paling dibutuhkan dari produk yang kamu jual. Contoh: cara memasak daging sirloin biar empuk.



Pilih Produk Terlaris

Agar pembeli tertarik untuk belanja ketika *live streaming*, kamu bisa promosikan produk terlaris atau produk terbaru.



Menggunakan Host yang sudah berpengalaman

Apabila kamu belum terbiasa untuk melakukan *live*, lebih baik kamu menggunakan host yang sudah bisa membawakan *live* untuk menjadi host *live stream* kamu

Sebelum *live streaming*



Promosikan *live streaming* H-3 sebelum *live*

Promosikan via status WA, Instagram Story & Feed, dan *chat* ke calon pembeli dimulai dari H-3 sebelum *live*. Atur jadwal *live streaming* agar konten mendarang muncul di halaman 'Upcoming section'.



Infokan promosi yang akan dihadirkan saat *live streaming*

Promosi yang menarik bisa jadi daya tarik *live streaming*.



Tentukan waktu terbaik untuk *live streaming* kamu

Biasanya audiens akan menonton acara *live stream* ketika mereka sedang dalam waktu senggang, coba lah lakukan *live stream* dari kisaran waktu jam makan siang ataupun makan malam, dan bandingkan performa masing-masing jam saat kamu melakukan *live*

Saat *live streaming*



Ingatkan kembali di media sosial 1 jam sebelum *live streaming* dimulai

Promosikan jadwal *live streaming* agar calon pembeli tidak lupa.



Buat durasi *live streaming* maksimal 60 menit

Usahakan durasi tidak lebih dari 60 menit.



Berikan promosi khusus selama *live streaming*

Untuk menjaga jumlah penonton tetap stabil, pecah *giveaway*/kuis ke awal, tengah, dan akhir sesi *live streaming*.

Minta *feedback live streaming* ke penonton

Buatlah survei setelah *live streaming* untuk mengevaluasi performa kamu. Saran dari penonton bisa dijadikan perbaikan di *live streaming* berikutnya.

Persiapan yang perlu dilakukan sebelum melakukan Live Stream



Gunakan pakaian berwarna terang

Penampilan di depan kamera menentukan ketertarikan penonton menonton video kamu. Gunakan pakaian berwarna terang serta gunakan *make up natural* agar kamu terlihat segar dan menarik.



Bawa suasana santai ceria dan selipkan humor

Sapa penonton dengan senyum untuk memberikan kesan mengundang. Kamu juga bisa selipkan humor agar penonton lebih tertarik menonton sampai akhir.



Sapa pembeli dengan semangat dan interaktif

Ajak penonton untuk terlibat dalam *live streaming*. Kamu bisa menanyakan beberapa hal simpel atau meminta pendapat mereka. Penonton dapat menjawab pertanyaan kamu melalui kolom komentar.



Bicara secara jelas dengan intonasi naik turun

Pastikan artikulasi dan pelafalan bicara kamu jelas agar mudah dimengerti oleh penonton.



Gunakan bahasa tubuh yang santai dan profesional

Selain cara bicara, bahasa tubuh kamu juga penting. Kamu harus pastikan bahasa tubuh memberikan kesan hangat. Pastikan kamu rileks dan tidak kaku, ya.



Tulis skrip dan latihan sebelum mulai

Buat kamu yang masih baru jadi pembawa acara, ada baiknya untuk menulis skrip dan latihan dulu sebelum mulai.

Perlengkapan yang perlu disiapkan sebelum melakukan Live Stream



Kamera *handphone*

Gunakan kamera *handphone* dengan minimum 12 megapixel untuk gambar video berkualitas baik. Ambil video dalam mode *portrait*.



Tripod

Gunakan tripod untuk memudahkan kamu menyesuaikan sudut pengambilan gambar yang diinginkan. Jika kamu ingin membuat video yang dinamis, disarankan untuk menggunakan gorillapod agar lebih fleksibel.



Microphone

Untuk menghasilkan suara yang lebih jernih, disarankan untuk menggunakan *microphone*.



Lampu

Gunakan pencahayaan yang terang agar produk yang kamu presentasikan terlihat menarik. Kamu dapat menggunakan *ring light* dengan mode warna putih terang. Gunakan latar belakang polos atau kontras dengan produk yang diperagakan.



Internet yang stabil

Pastikan internet yang kamu gunakan memiliki jaringan yang stabil sehingga *live streaming* dapat dilaksanakan dengan lancar. Lakukan uji coba terlebih dahulu sebelum mulai *live streaming*.

Konten paling penting yang dapat meningkatkan traffic di live streaming kamu

Launching Produk Baru



Launching produk baru kamu secara langsung ke calon pembeli

Penggunaan Produk



Buat video cara penggunaan produk dan pamerkan keunggulan produkmu ke pembeli

Kuis & Giveaway



Kamu bisa buat kuis untuk memperkuat interaksi dengan calon pembeli

Review Produk



Video review produk dapat meyakinkan pembeli untuk segera belanja

Penggunaan **KOL** untuk meningkatkan penjualan dengan kualitas yang lebih baik

Untuk membantu membuat konten kamu menjadi lebih bagus untuk di tonton, kamu bisa menggunakan KOL yang sudah berpengalaman untuk membawakan live stream



+5K - 10K

Rata-rata penonton live streaming

+360

Jumlah produk ditambahkan ke keranjang

+580

Jumlah pengunjung baru yang datang ke toko seller

+44

Jumlah order yang di dapatkan hingga live selesai

Gimmick Flash Sale selama Live Stream menjadi cara terbaik untuk meningkatkan order toko

Serba 17K Flash Sale

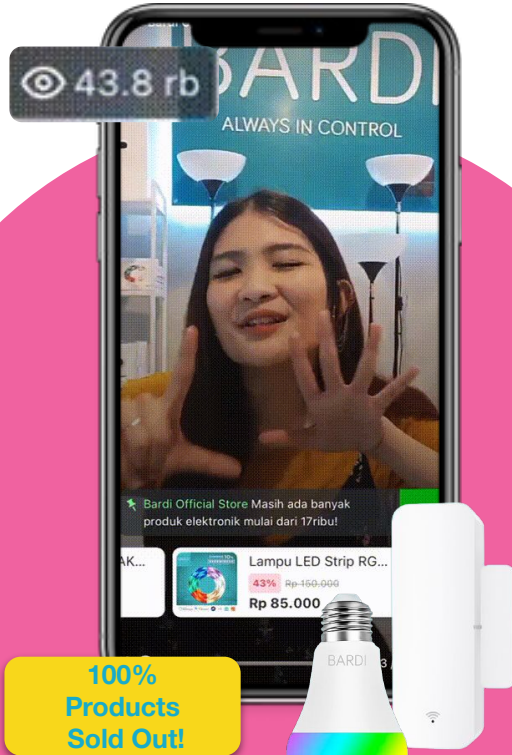
Menjadi **Selling Point** utama saat live stream.

43K Penonton

Lebih dari 43.000 penonton mengikuti live stream Flash Sale ini

5.7K Produk Dikunjungi

Selama live, produk toko dikunjungi hingga lebih dari 5.700 kali



TOTAL KEUNTUNGAN MENCAPAI RP45juta

Lebih dari 220 produk terjual selama live streaming

DENGAN WAKTU DIBAWAH 30 MENIT

Memperkenalkan produk Limited Edition yang hanya akan dijual selama live berlangsung

“Setelah launch produk terbaru kita, hasilnya toko kami berhasil mendapatkan > 800 order dalam satu kali LIVE. Dan proses LIVE nya sangat mudah”



SOLD OUT
Dalam waktu 20 Menit

> **35K Penonton**
selama LIVE

3K produk
ditambahkan ke
keranjang

Mendapatkan lebih dari > **800 ORDERS** dari penonton live streaming

7K
Pengunjung Toko