

Tiga Kiat Menciptakan *Lead Generation* untuk *Start Up*

*Sebagian dari Anda mungkin bertanya-tanya: apa sesungguhnya peran **lead generation** bagi sebuah bisnis start up?*

Secara sederhana, *lead generation* adalah sebuah cara yang dipakai untuk menghasilkan konversi dari orang-orang yang datang ke situs. Konversi ini bisa berupa menghasilkan penjualan, mendapatkan alamat *e-mail customer*, dan lain sebagainya. Ini penting, sebab selain konten yang berkualitas, *lead generation* juga menjadi “roda penggerak” sebuah bisnis *start up*. Tujuannya, tidak lain untuk menarik perhatian orang/pengunjung situs sehingga mengenal atau sekadar mengetahui bisnis Anda. Tanpa *lead generation*, tidak akan ada *sales funnel*, pembeli potensial, atau yang paling buruk: pemasukan.

*Nah, bagi Anda yang sudah memahami *lead generation*, berikut adalah beberapa cara untuk membangun *lead generation* yang berkualitas.*

1. CTA (Call to Action)

Jangan pernah berasumsi, pengunjung situs tahu cara yang harus dilakukan untuk menemukan bisnis Anda. Ada banyak cara yang bisa dicoba, seperti membangun konten yang berkualitas, informatif, dan tentunya: menyediakan tombol CTA (*Call to Action*) sebagai pemandu. Melalui CTA, Anda sendiri dapat meningkatkan pengalaman pengunjung (***customer experience***) pada produk, membantu mereka untuk mengambil keputusan yang sesuai, hingga memfasilitasi mereka untuk mendapatkan jawaban dari semua pertanyaan terkait produk.

Adapun navigasinya harus dibuat sesederhana mungkin. Tujuannya, adalah untuk “mengikat” pengunjung sesering mungkin, sehingga dapat memperpanjang lamanya waktu berselancar di situs Anda.

2. A/B Testing

A/B testing, dapat dipahami sebagai salah satu metode untuk “menguji” dan membandingkan hasil yang diperoleh dari dua varian berbeda. Ini memungkinkan Anda mengetahui, *landing page* mana yang mampu bekerja dengan baik. Pada akhirnya, pengetahuan tentang *A/B testing* dapat membantu Anda untuk mengambil keputusan-keputusan yang lebih baik terkait penjualan.

Adapun pastikan Anda hanya melakukan tes pada satu variabel di satu waktu. Terlalu banyak melakukan tes hanya akan memunculkan banyak perubahan, sehingga kesimpulan yang Anda dapatkan tidak terlalu valid.

3. Landing Page yang Jelas

Landing page merupakan laman dalam situs yang pertama kali dilihat dan dikunjungi oleh *visitor*. Tidak heran, jika dalam banyak kasus: tampilan atau fitur dalam *landing page* amat krusial dalam memengaruhi keputusan *visitor* untuk “kembali lagi” ke situs Anda, atau justru melakukan pembelian.

Itulah tiga kiat menciptakan *lead generation* untuk bisnis *start up* Anda. Selamat berbisnis!

