

Transkrip

Strategi konten dan menemukan proposisi unik penjualan Anda

Hal lain yang sungguh ingin saya tunjukkan, yang menurut saya sangat, sangat penting, adalah fokus pada konsistensi daripada jumlah yang berlebih.

Jadi, jika Anda tahu bahwa Anda dapat, Anda tahu, menyampaikan kepada pengunjung dan para kreatif untuk terlibat dengan layanan Anda, katakan saja pada mereka,

Semacam, beri mereka gambaran tentang apa yang dapat mereka harapkan dari Anda. Karena,

bagus untuk memiliki elemen semacam itu di mana mereka bisa

pergi ke wadah Anda dan mereka tahu apa yang akan mereka dapatkan.

Tapi kemudian... bagus juga jika memiliki elemen kejutan.

Jadi, saya katakan memiliki... mencapai keseimbangan yang baik tetapi harus benar-benar konsisten dan memiliki

konten yang mereka tahu dapat mereka harapkan dari Anda,

daripada mencoba melakukan semua hal yang berbeda sekaligus. Karena terkadang itu bisa menyebabkan

tidak hanya kelelahan, tetapi juga

berarti bahwa Anda tidak memiliki fokus jelas atau tidak ada USP - proposisi penjualan yang unik-yang nyata.

Anda ingin orang melihat layanan Anda dan berpikir

Creative Communities Learning Lab

<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/projects/creative-communities-learning-lab/>

Course: Digital community strategy and management



'Saya pergi ke wadah ini karena ini adalah wadah yang menawarkan saya hal khusus ini, dan saya tidak akan mendapatkan ini dari tempat lain, atau tidak dengan cara yang sama seperti saya dapatkan dari wadah khusus ini.