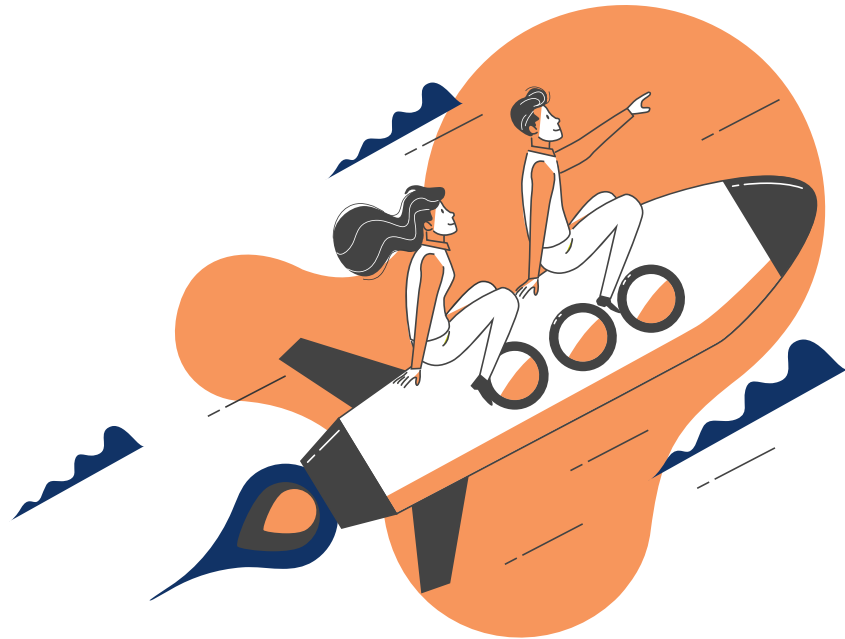


TIPS MELAKUKAN ANALISA KONSUMEN & KOMPETITOR

Kenali konsumen dan kompetitormu dengan melakukan analisa untuk mengembangkan bisnismu! Cari tahu bagaimana kamu bisa menyaingi kompetitor dan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen!





01

**LAKUKAN ANALISIS TERHADAP
CUSTOMER ANDA**

02

KENALI SIAPA KOMPETITORMU



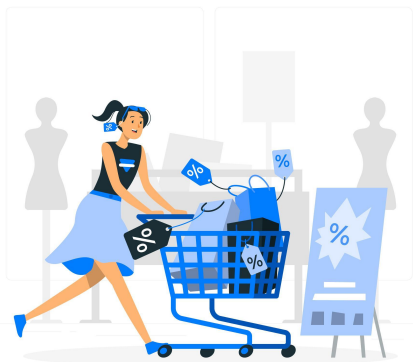
**LAKUKAN
ANALISIS
TERHADAP
CUSTOMER ANDA**



TIDAK HANYA MENGETAHUI SIAPA SAJA YANG BELANJA DI TOKO KITA, TAPI **BAGAIMANA** PERILAKU MEREKA BELANJA DI TOKO KITA?



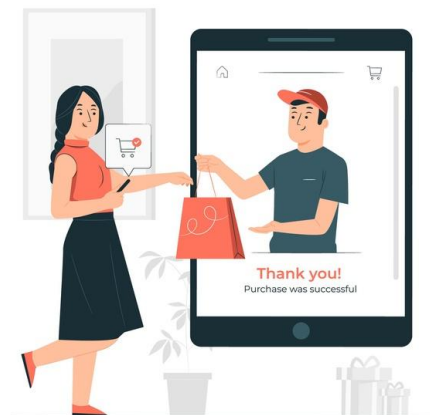
SETIAP PELANGGAN MEMILIKI BEHAVIOUR YANG BERBEDA-BEDA, KENALI BEHAVIOUR CUSTOMER ANDA!



**APAKAH MEREKA MELAKUKAN
TRANSAKSI MENGGUNAKAN
PROMO?**



**PRODUK YANG DIPILIH
BERDASARKAN APA?**



**SEBERAPA SERING MEREKA
BERBELANJA?**



KETAHUI BEHAVIOUR CUSTOMER DENGAN MENGENALI SIAPA SAJA CUSTOMER TOKO ANDA

Ada banyak cara untuk mengenali customer Anda, selain memantau kebiasaan mereka, Anda juga bisa melihat demografis audiens dari fitur Insights untuk mendapatkan gambaran siapa saja Pembeli Anda untuk kemudian menciptakan Buyer Persona demi memahami apa yang dibutuhkan oleh customer Anda



KENALI CUSTOMER DARI DATA PESANAN SAYA



KETAHUI CUSTOMER LEWAT DATA PESANAN SAYA

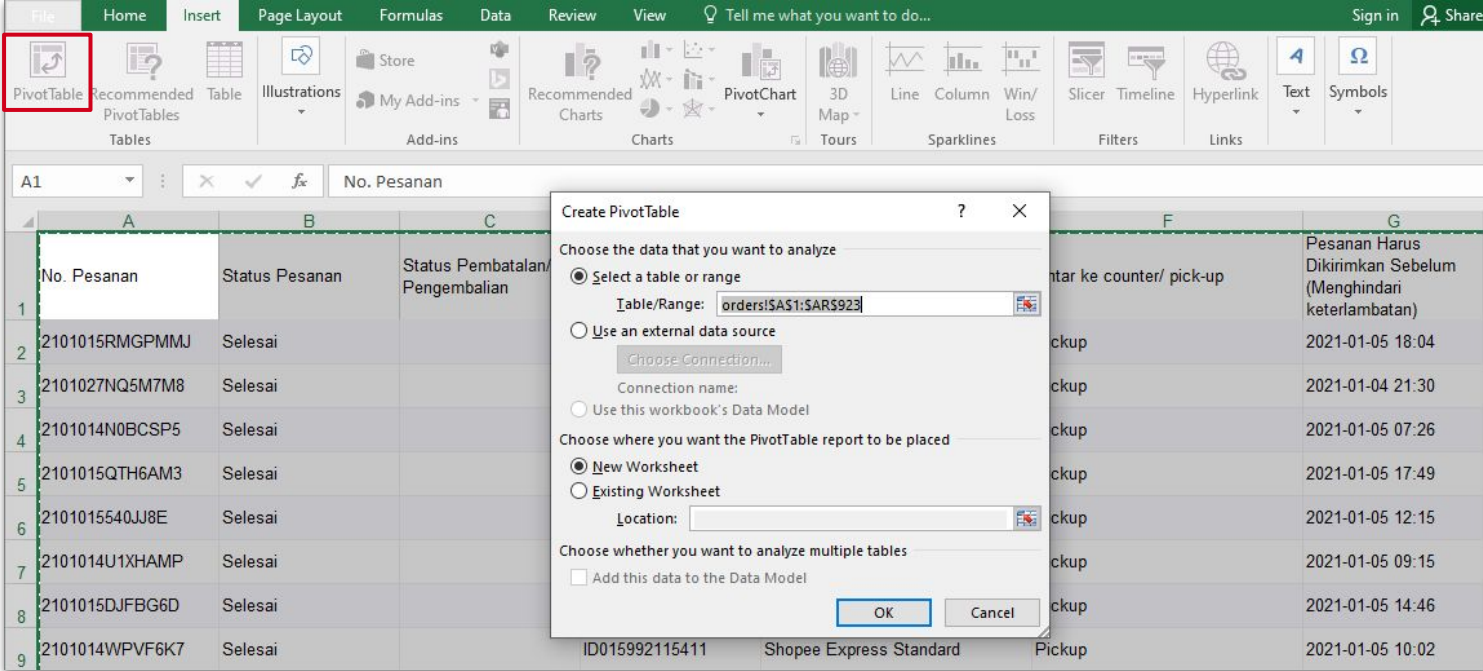
The screenshot shows the Shopee Seller Center interface. The left sidebar contains a menu with 'Pesanan Saya' highlighted. The main area shows the 'Pesanan Saya' page with a filter for 'Selesai' selected. The page displays 4 orders, with two visible rows for 'Paper Clip 1 Pcs' orders, both with a status of 'Selesai'.

Produk	Jumlah Harus Dibayar	Status	Hitungan Mundur	Semua Jasa Kirim	Aksi
* otrimarlian					
No. Pesanan 20102217UEV4TR					
Pembatalan/ Pengembalian Paper Clip 1 Pcs	x1 Rp14.000 ShopeePay	Selesai		J&T Express	Periksa Rincian
hayatisaputriana					
No. Pesanan 201021UHU2F1PT					
Pembatalan/ Pengembalian Paper Clip 1 Pcs	x1 Rp15.000 Online Payment	Selesai		J&T Express	Periksa Rincian

Download data pesanan di **Pesanan Saya > Selesai > Export data** untuk melihat pesanan yang selesai agar kamu bisa mengetahui tipe pelanggan-mu



KETAHUI CUSTOMER LEWAT DATA PESANAN SAYA



The screenshot displays the Microsoft Excel interface. The 'Insert' tab is active, and the 'PivotTable' button is highlighted with a red box. A 'Create PivotTable' dialog box is open, showing the following options:

- Choose the data that you want to analyze:
 - Select a table or range
 - Table/Range: orders!\$A\$1:\$AR\$923
 - Use an external data source
 - Choose Connection...
 - Connection name:
 - Use this workbook's Data Model
- Choose where you want the PivotTable report to be placed:
 - New Worksheet
 - Existing Worksheet
 - Location:
- Choose whether you want to analyze multiple tables:
 - Add this data to the Data Model

The background shows a table with the following data:

No. Pesanan	Status Pesanan	Status Pembatalan/ Pengembalian			
2101015RMGPM MJ	Selesai				
2101027NQ5M7M8	Selesai				
2101014N0BCSP5	Selesai				
2101015QTH6AM3	Selesai				
2101015540JJ8E	Selesai				
2101014U1XHAMP	Selesai				
2101015DJFBG6D	Selesai				
2101014WPVF6K7	Selesai		ID015992115411	Shopee Express Standard	Pickup

Gunakan fungsi **Pivot Table** > klik **OK**



MENGETAHUI DAERAH ASAL PEMBELI

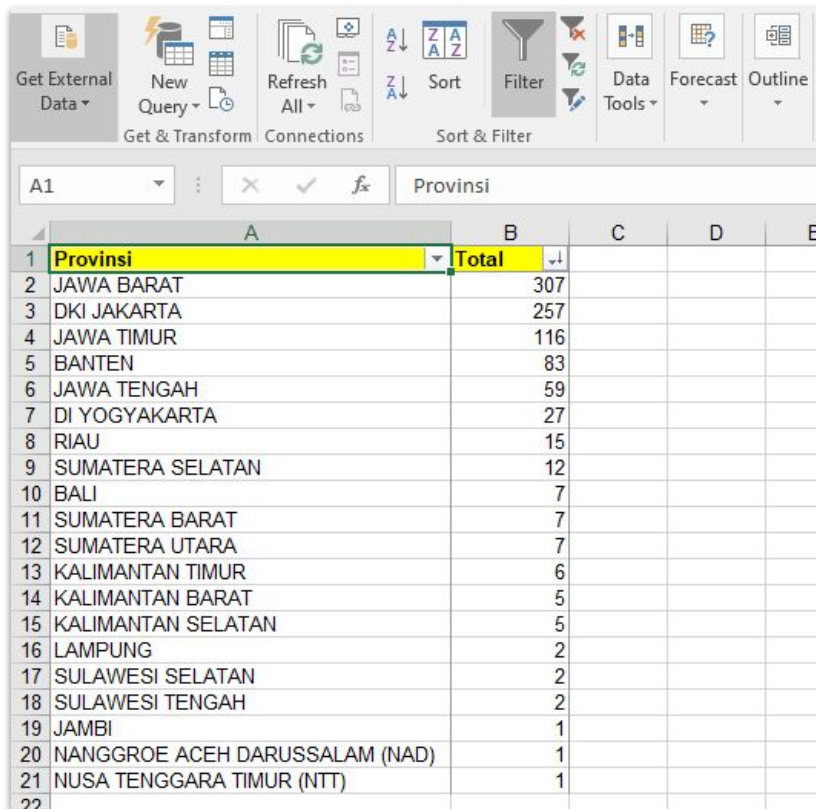
The screenshot displays an Excel PivotTable titled 'Count of Username (Pembeli)'. The PivotTable is structured with 'Provinsi' in the Rows area and 'Count of Username (Pembeli)' in the Values area. The data is summarized as follows:

Provinsi	Total
BALI	7
BANTEN	83
DI YOGYAKARTA	27
DKI JAKARTA	257
JAMBI	1
JAWA BARAT	307
JAWA TENGAH	59
JAWA TIMUR	116
KALIMANTAN BARAT	5
KALIMANTAN SELATAN	5
KALIMANTAN TIMUR	6
LAMPUNG	2
NANGGROE ACEH DARUSSALAM (NAD)	1
NUSA TENGGARA TIMUR (NTT)	1
RIAU	15
SULAWESI SELATAN	2
SULAWESI TENGAH	2
SUMATERA BARAT	7
SUMATERA SELATAN	12
SUMATERA UTARA	7
Grand Total	922

Masukkan **Provinsi** pada kolom **Rows**, kemudian **Username (Pembeli)** pada kolom **Values**



MENGETAHUI DAERAH ASAL PEMBELI



Provinsi	Total
JAWA BARAT	307
DKI JAKARTA	257
JAWA TIMUR	116
BANTEN	83
JAWA TENGAH	59
DI YOGYAKARTA	27
RIAU	15
SUMATERA SELATAN	12
BALI	7
SUMATERA BARAT	7
SUMATERA UTARA	7
KALIMANTAN TIMUR	6
KALIMANTAN BARAT	5
KALIMANTAN SELATAN	5
LAMPUNG	2
SULAWESI SELATAN	2
SULAWESI TENGAH	2
JAMBI	1
NANGGROE ACEH DARUSSALAM (NAD)	1
NUSA TENGGARA TIMUR (NTT)	1

Disini kamu bisa melihat dimana daerah pembeli yang melakukan pembelian paling banyak di Toko-mu.

Jika ternyata pembeli-mu lebih banyak berasal dari luar provinsi, kamu bisa membuat **Promo Ongkir Toko** untuk meningkatkan pembelian per pembeli.



MENGETAHUI INTENSITAS PEMBELI

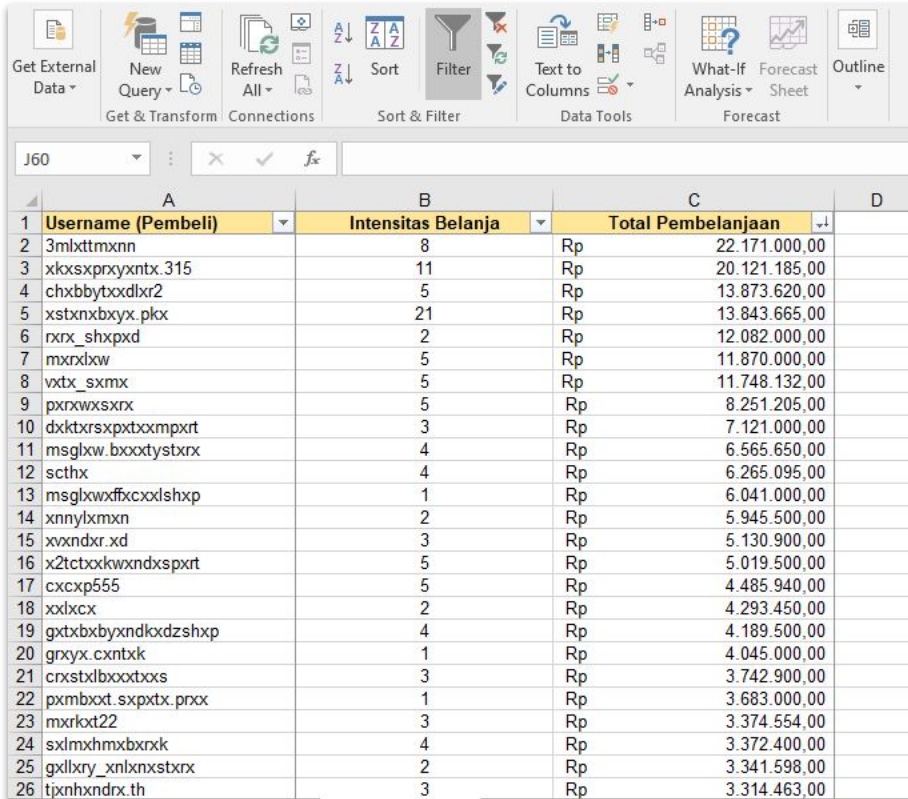
Count of Waktu Pesanan Selesai

Username (Pembeli)	Count of Waktu Pesanan Selesai	Sum of Total Pembayaran
007group_ind	1	48374
24delivery	1	1189000
39medicalshop	1	1704000
3mlittmann	8	22171000
4134413x	1	96990
5vckgr2ru5	1	104000
a_j_olshop	1	13800
a_kpr3	1	555100
aalucu	2	4293450
aatgesrek	1	80600
abaaarraif	1	555100
abahrohmatullah	1	13800
abiza_seema	1	1097400
accessorieshnp	1	487527
acunsaputra9	1	22800
adit19994	2	245140
adiwaskito07	1	26800
adrshop_sk	1	315000
afrizal.pahlevi	1	82820
afry_keifan51	2	62700
agenmsglowbeauty_04	3	534300
aqsshop8	2	1202800

Masukkan **Username (Pembeli)** pada kolom **Rows**, kemudian masukkan metrik **Waktu Pembayaran Selesai & Total Pembayaran** pada kolom **Values**



MENGETAHUI INTENSITAS PEMBELI



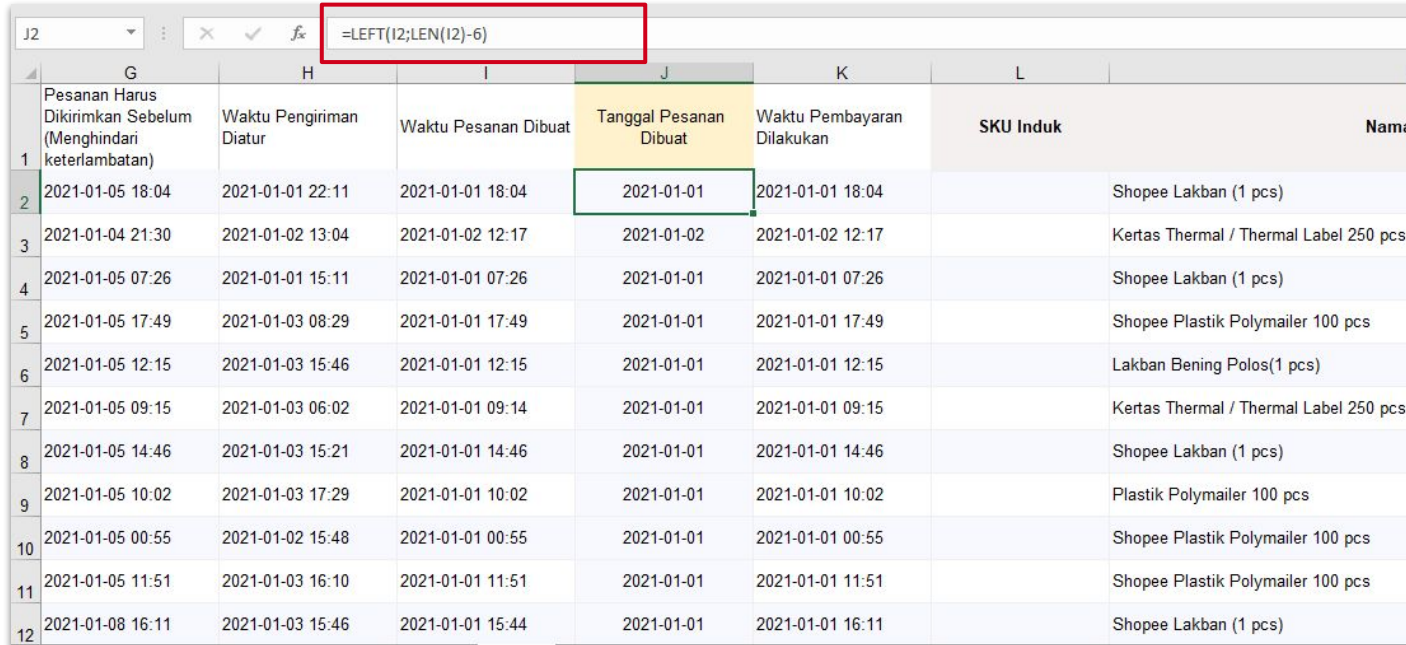
	A	B	C	D
1	Username (Pembeli)	Intensitas Belanja	Total Pembelanjaan	
2	3mlxttmxnn	8	Rp	22.171.000,00
3	xlxslprxyxntx.315	11	Rp	20.121.185,00
4	chxbbyttoxdlxr2	5	Rp	13.873.620,00
5	xstxnxbxyx.plx	21	Rp	13.843.665,00
6	rxx_shxpxd	2	Rp	12.082.000,00
7	mxxrlxw	5	Rp	11.870.000,00
8	vxtx_sxmx	5	Rp	11.748.132,00
9	pxrxwxsrxx	5	Rp	8.251.205,00
10	dxktxrspxtxxmpxrt	3	Rp	7.121.000,00
11	msgbw.bxxtystxrx	4	Rp	6.565.650,00
12	scthx	4	Rp	6.265.095,00
13	msgbwxfxcxdlshxp	1	Rp	6.041.000,00
14	xnnylxmxn	2	Rp	5.945.500,00
15	xvxndxr.xd	3	Rp	5.130.900,00
16	x2tctxkwxndxspxrt	5	Rp	5.019.500,00
17	cxcxp555	5	Rp	4.485.940,00
18	xxlxcx	2	Rp	4.293.450,00
19	gxtxbxbyxndkxdzshxp	4	Rp	4.189.500,00
20	grxyx.cxntxk	1	Rp	4.045.000,00
21	crxstxlbxxxtxss	3	Rp	3.742.900,00
22	pxmbxxt.sxpptx.pxxx	1	Rp	3.683.000,00
23	mxxkx22	3	Rp	3.374.554,00
24	sxlmxhmxbxrxk	4	Rp	3.372.400,00
25	gxllxry_xnlxnxstxrx	2	Rp	3.341.598,00
26	tjxnhxndrx.th	3	Rp	3.314.463,00

Disini kamu bisa melihat siapa pembeli yang paling sering belanja dan melakukan pembelanjaan paling banyak di Toko-mu.

Kamu bisa memberikan **Voucher khusus** ataupun **Hadiah gratis** untuk pembeli yang paling sering belanja dan melakukan pembelanjaan paling banyak tersebut, agar pembeli tersebut semakin loyal dan royal terhadap toko-mu



MENGETAHUI WAKTU PEMBELANJAAN PEMBELI



The screenshot shows an Excel spreadsheet with a formula bar at the top containing the formula `=LEFT(I2;LEN(I2)-6)`. The spreadsheet has columns G through L. Column G contains a note: "Pesanan Harus Dikirimkan Sebelum (Menghindari keterlambatan)". Column H is "Waktu Pengiriman Diatur", I is "Waktu Pesanan Dibuat", J is "Tanggal Pesanan Dibuat", K is "Waktu Pembayaran Dilakukan", L is "SKU Induk", and the last column is "Nama". The data rows (2-12) show timestamps for each step and the corresponding SKU.

	G	H	I	J	K	L	
1	Pesanan Harus Dikirimkan Sebelum (Menghindari keterlambatan)	Waktu Pengiriman Diatur	Waktu Pesanan Dibuat	Tanggal Pesanan Dibuat	Waktu Pembayaran Dilakukan	SKU Induk	Nama
2	2021-01-05 18:04	2021-01-01 22:11	2021-01-01 18:04	2021-01-01	2021-01-01 18:04		Shopee Lakban (1 pcs)
3	2021-01-04 21:30	2021-01-02 13:04	2021-01-02 12:17	2021-01-02	2021-01-02 12:17		Kertas Thermal / Thermal Label 250 pcs
4	2021-01-05 07:26	2021-01-01 15:11	2021-01-01 07:26	2021-01-01	2021-01-01 07:26		Shopee Lakban (1 pcs)
5	2021-01-05 17:49	2021-01-03 08:29	2021-01-01 17:49	2021-01-01	2021-01-01 17:49		Shopee Plastik Polymailer 100 pcs
6	2021-01-05 12:15	2021-01-03 15:46	2021-01-01 12:15	2021-01-01	2021-01-01 12:15		Lakban Bening Polos(1 pcs)
7	2021-01-05 09:15	2021-01-03 06:02	2021-01-01 09:14	2021-01-01	2021-01-01 09:15		Kertas Thermal / Thermal Label 250 pcs
8	2021-01-05 14:46	2021-01-03 15:21	2021-01-01 14:46	2021-01-01	2021-01-01 14:46		Shopee Lakban (1 pcs)
9	2021-01-05 10:02	2021-01-03 17:29	2021-01-01 10:02	2021-01-01	2021-01-01 10:02		Plastik Polymailer 100 pcs
10	2021-01-05 00:55	2021-01-02 15:48	2021-01-01 00:55	2021-01-01	2021-01-01 00:55		Shopee Plastik Polymailer 100 pcs
11	2021-01-05 11:51	2021-01-03 16:10	2021-01-01 11:51	2021-01-01	2021-01-01 11:51		Shopee Plastik Polymailer 100 pcs
12	2021-01-08 16:11	2021-01-03 15:46	2021-01-01 15:44	2021-01-01	2021-01-01 16:11		Shopee Lakban (1 pcs)

Buat kolom baru di samping Waktu Pesanan Dibuat untuk menghilangkan jam pesanan pada kolom tersebut, kemudian gunakan rumus **=LEFT(kolom yang akan diubah);LEN(kolom yang akan diubah)-jumlah karakter yang dihilangkan)**



MENGETAHUI WAKTU PEMBELANJAAN PEMBELI

The screenshot shows an Excel PivotTable with the following data:

Tanggal Pesanan Dibuat	Total
2021-01-01	76
2021-01-02	25
2021-01-03	21
2021-01-04	39
2021-01-05	46
2021-01-06	42
2021-01-07	27
2021-01-08	44
2021-01-09	31
2021-01-10	33
2021-01-11	36
2021-01-12	46
2021-01-13	25
2021-01-14	33
2021-01-15	43
2021-01-16	21
2021-01-17	17
2021-01-18	37
2021-01-19	30
2021-01-20	25
2021-01-21	19
2021-01-22	26

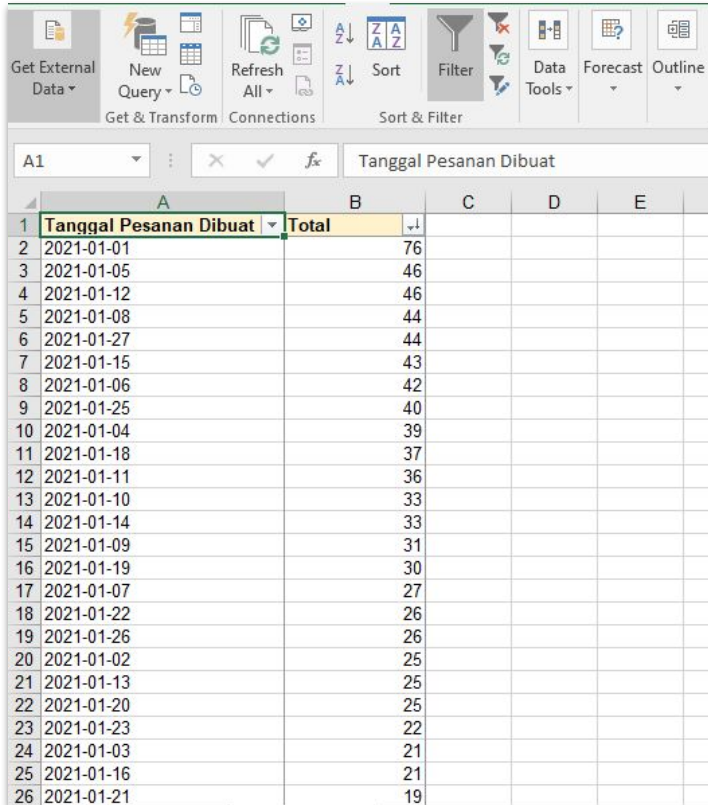
The PivotTable Fields task pane on the right shows the following configuration:

- Filters:** (Empty)
- Columns:** (Empty)
- Rows:** Tanggal Pesanan Dibuat
- Values:** Count of Username (Pembeli)

Masukkan **Tanggal Pesanan Dibuat** pada kolom **Rows**, kemudian masukkan metrik **Username (Pembeli)** pada kolom **Values**



MENGETAHUI WAKTU PEMBELANJAAN PEMBELI



The screenshot shows the Microsoft Excel interface with a data table. The table has two columns: 'Tanggal Pesanan Dibuat' (Order Date) and 'Total'. The data is sorted in descending order of the 'Total' column. The 'Total' values range from 76 to 19.

	A	B	C	D	E
1	Tanggal Pesanan Dibuat	Total			
2	2021-01-01	76			
3	2021-01-05	46			
4	2021-01-12	46			
5	2021-01-08	44			
6	2021-01-27	44			
7	2021-01-15	43			
8	2021-01-06	42			
9	2021-01-25	40			
10	2021-01-04	39			
11	2021-01-18	37			
12	2021-01-11	36			
13	2021-01-10	33			
14	2021-01-14	33			
15	2021-01-09	31			
16	2021-01-19	30			
17	2021-01-07	27			
18	2021-01-22	26			
19	2021-01-26	26			
20	2021-01-02	25			
21	2021-01-13	25			
22	2021-01-20	25			
23	2021-01-23	22			
24	2021-01-03	21			
25	2021-01-16	21			
26	2021-01-21	19			

Disini kamu bisa melihat kapan waktu pembelian paling banyak yang terjadi di Toko-mu.

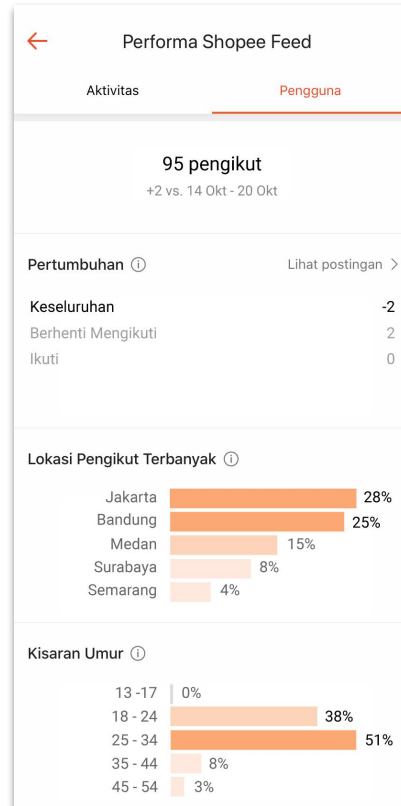
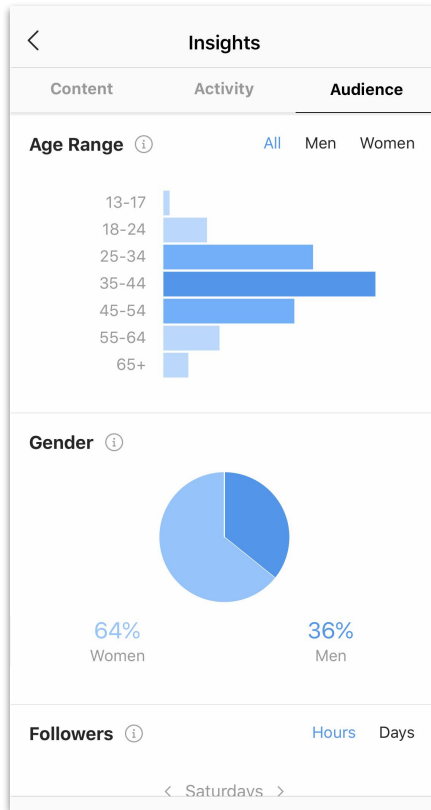
Dengan mengetahui waktu pembelian yang paling banyak dilakukan pembeli, hal ini bisa menjadi patokan kapan waktu yang tepat untuk Toko-mu melakukan promosi ataupun beriklan.



KENALI CUSTOMER DARI DEMOGRAFI & PERILAKU



KETAHUI DEMOGRAFIS CUSTOMER LEWAT FITUR INSIGHTS



Kenali demografis audiens-mu lewat fitur Insights di Instagram/Shopee Feed. Lewat Fitur Insights, kamu dapat memahami siapa saja yang mengikuti brand-mu. Untuk dapat mengakses fitur Insights, profil Instagram harus Business Profile, dan di Shopee Feed min. memiliki 100 followers



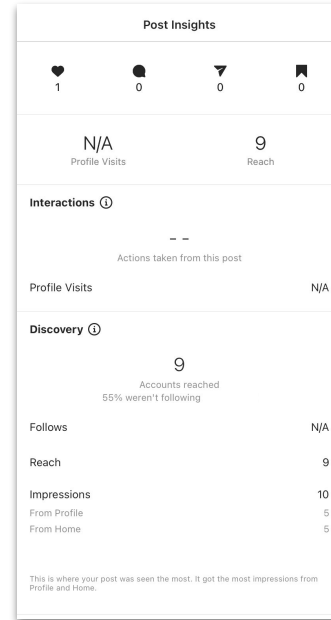
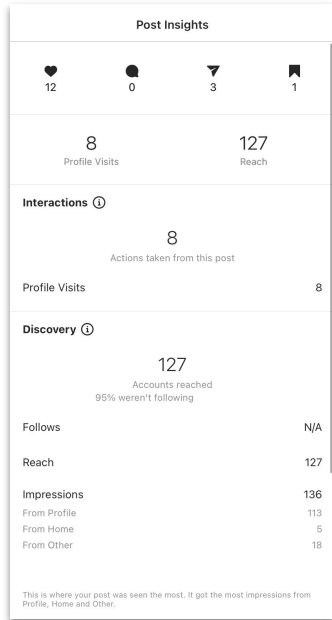
KENALI CUSTOMER TOKO LEWAT KONTEN



Ketahui tipe konten yang disukai oleh pengikutmu. Kamu bisa bereksperimen di awal untuk melihat tipe konten yang disukai dan memiliki performa paling baik. Tipe konten yang biasanya dilakukan di social media yaitu Promosi (info diskon, bundling), Branding (tips, tutorial, daftar produk) & Engagement (giveaway, kuis, testimoni)



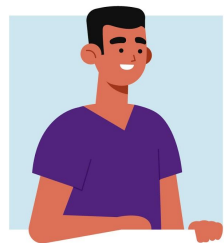
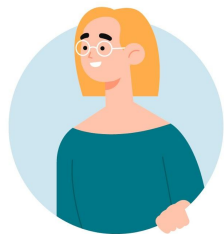
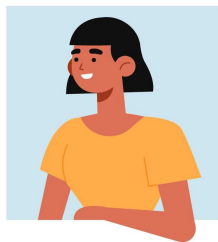
KENALI CUSTOMER TOKO LEWAT KONTEN



Anda dapat bereksperimen dengan mencoba posting berbagai tipe konten & topik yang berbeda, setelah itu bandingkan Performa tiap postingan untuk menentukan tipe konten & topik yang disukai oleh Pengikut Anda di social media. Konten yang disukai pastinya memiliki performa yang lebih tinggi, sehingga Anda mempunyai gambaran tipe konten seperti apa yang diminati oleh audiens Anda



KENALI CUSTOMER TOKOMU



Cari tahu terlebih dahulu siapa saja customer kita sekarang? Semakin Anda mengenali seperti apa buyer persona toko, maka hasil analisisnya akan semakin detail dan semakin baik.



KENALI CUSTOMER TOKOMU



Selain demografis customer, Penjual juga perlu memahami interest & behaviour customer seperti apa. Hal ini bisa diexplore melalui konten yang dibuat di Social Media, karena akan terlihat konten seperti apa yang disukai? Cek metrik dari jumlah likes atau impression dalam postingan untuk melihat apakah konten sudah sesuai dengan customer?

BUAT BUYER PERSONA



Jika sudah mengenali Demografis Audiens dan melihat konten yang paling diminati oleh Pembeli, Anda bisa menentukan siapa saja Buyer Persona toko Anda, sehingga kedepannya Anda bisa menyesuaikan seperti apa konten yang ingin dibuat dan angle seperti apa yang ingin diambil untuk memahami betul siapa saja audiens yang biasanya berinteraksi dengan brand Anda.



BUAT BUYER PERSONA



Setiap toko pasti memiliki Buyer Persona yang berbeda karena memiliki target audiens yang berbeda pula. Dengan memiliki Buyer Persona, Penjual dapat menentukan Angle toko dengan lebih mudah agar konten/pesan yang disampaikan dapat menarik perhatian calon Pembeli.



BUAT BUYER PERSONA

Contoh: Toko A & B keduanya berjualan kerudung. Namun, Toko A memiliki target audiens untuk kalangan menengah ke atas, berbeda dengan Toko B yang menginginkan semua kalangan dapat membeli produk mereka.



- Wanita umur 25 - 50 kalangan menengah ke atas dengan Socioeconomic Status High
- Tidak masalah mengeluarkan budget lebih untuk membeli produk yang berkualitas
- Berdomisili di kota-kota besar (Jakarta, Bandung, Surabaya, dll)



- Wanita umur 16 - 35 semua kalangan dengan Socioeconomic Status Middle & Low
- Lebih mementingkan harga yang terjangkau & promo yang menarik
- Berdomisili di berbagai kota di Indonesia



KETAHUI APA YANG DIBUTUHKAN CUSTOMER



Saat melakukan analisa, kita perlu memahami apa saja yang dibutuhkan oleh customer kita. Jika sudah memiliki Buyer Persona, tentunya akan lebih mudah dalam mengetahui apa yang dibutuhkan oleh customer sehingga kita dapat menawarkan apa yang dibutuhkan mereka.



CONTOH DARI BUYER PERSONA



Misal, Toko A memiliki Buyer Persona Wanita kalangan menengah ke atas yang mampu membeli kerudung dengan harga premium, sehingga mereka menjual kerudung dengan rangkaian harga Rp350.000 ke atas, kualitas bahan toko A sangatlah baik dan konten yang diposting ke Social Media-nya menggunakan bahasa Inggris. Toko A tidak perlu mencantumkan harga produk yang dijual, karena mereka yakin audiens yang mengikuti toko mereka pasti mampu membeli produk mereka, tanpa memperhatikan harganya.



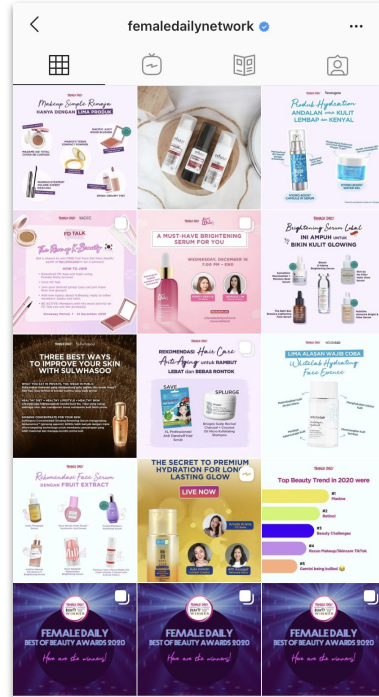
CONTOH DARI BUYER PERSONA



Toko B juga menjual kerudung, namun Buyer Persona yang dituju berbeda dengan Toko A. Jika Toko A memiliki Buyer Persona Wanita kalangan menengah ke atas, Buyer Persona Toko B lebih ke kalangan menengah ke bawah sehingga mereka menjual kerudung dengan harga yang jauh lebih terjangkau. Dapat terlihat mereka mencantumkan harga langsung pada postingannya, dan bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia agar semua orang dapat memahami postingannya dengan mudah.



KETAHUI TREN



Ketahui tren yang ada di kalangan Buyer Persona Anda. Coba ikuti Social Media yang berisikan komunitas sesuai Buyer Persona Anda.

Contoh, jika Buyer Persona Anda merupakan ibu-ibu berumah tangga dengan anak, ikuti komunitas yang sering membahas tentang parenting.

Atau jika Buyer Persona Anda adalah Wanita berumur 21 - 35 yang menggunakan makeup sehari-hari, maka ikuti komunitas makeup & skincare



KETAHUI TREN



Untuk mengetahui komunitas yang tepat dengan target audiens Anda, pastikan komunitas yang dipilih relevan dengan produk Anda dan gaya hidup target audiens Anda.

Selain komunitas, ikuti juga Influencer yang target audiensnya sama dengan Anda untuk melihat apa saja yang sedang menjadi trend dalam komunitas tersebut sehingga Anda dapat mengaplikasikannya dalam konten yang Anda buat.

APLIKASIKAN ANALISA TERSEBUT SAAT MASA PROMOSI



Jika Anda sudah memiliki analisa yang pasti mengenai customer, coba aplikasikan saat masa promosi. Cari tahu channel yang paling pas untuk buyer persona Anda dan bagaimana cara Anda dapat mempromosikannya dengan baik agar customer semakin tertarik dengan produk Anda



APLIKASIKAN ANALISA TERSEBUT SAAT MASA PROMOSI



Jika Anda sudah mengetahui bagaimana perilaku Pembeli saat berbelanja, aplikasikan hal-hal yang sudah Anda analisa saat masa Promosi. Anda bisa membuat konten-konten promosi di social media yang sesuai dengan minat mereka, dan juga buat promosi yang akan menarik perhatian Pembeli agar lebih tertarik untuk membeli produk Anda

APLIKASIKAN ANALISA TERSEBUT SAAT MASA PROMOSI



Misal, Toko B melakukan Analisa Konsumen dan membuat 2 giveaway dengan skema yang berbeda dalam satu bulan. Giveaway pertama, berupa kuis interaktif, dan di Giveaway kedua, followers harus tag 3 temannya. Giveaway pertama mendapatkan lebih banyak engagement rate dibanding Giveaway yang kedua, sehingga untuk meningkatkan engagement rate, Toko B akan melakukan giveaway dengan skema yang pertama, dan melakukan Giveaway dengan skema yang kedua saat ingin meningkatkan followers toko.



KENALI CUSTOMERMU UNTUK MEMBANGUN HUBUNGAN JANGKA PANJANG



Ketahui Jenis serta Demografis dengan data Pesanan dan fitur Insights



Buat Buyer Persona untuk mengetahui kebutuhan customer



Aplikasikan Analisa di Masa Promosi!



KENALI SIAPA KOMPETITORMU



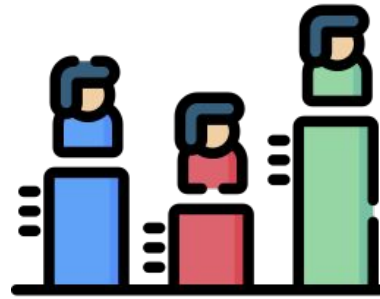
SEBERAPA PENTINGNYA MENGENALI KOMPETITOR TOKO?



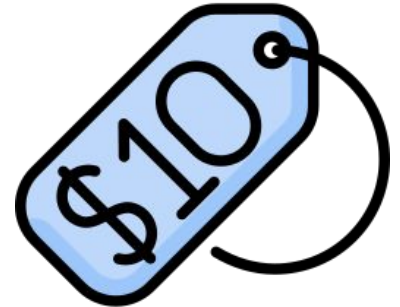
**MENENTUKAN STRATEGI
MARKETING TOKO**



**MENCARI TAHU TREND
YANG SEDANG
BERLANGSUNG**



**MENENTUKAN BENCHMARK
UNTUK TOKO**



**MENENTUKAN HARGA
PRODUK**



78%

**ORGANISASI SETUJU BAHWA
MELAKUKAN ANALISA
TERHADAP KOMPETITOR
ADALAH HAL YANG PENTING**

Sumber: [Impact Plus](#)



KETAHUI SIAPA SAJA KOMPETITORMU



Untuk membuat analisa mengenai kompetitor, tentunya kamu harus mengetahui siapa saja kompetitor tokomu. Kamu bisa menggunakan Google Search atau Pencarian Shopee untuk mencari produk yang akan kamu jual, dan dari situ akan terlihat toko yang menjual produk yang sama atau mirip dengan produk yang kamu jual.



KETAHUI SIAPA SAJA KOMPETITORMU

panci elektrik

Belilah Produk **Panci Elektrik** Multifungsi Panci Berkualitas Dengan Harga Murah dari Berbagai Pelapak di Indonesia. Tersedia ✓ Gratis Ongkir ✓ Pengiriman ...

[www.99.co](#) > blog > indonesia > pan... > Translate this page
9 Panci Listrik Terbaik 2020. Murah, Semuanya di Bawah ...
Apr 30, 2020 — Panci listrik atau **panci elektrik** adalah salah satu peralatan dapur yang wajib dimiliki mereka yang gemar memasak. Alat masak ini serbaguna ...

[www.blibli.com](#) > panci-elektrik > Translate this page
Jual Panci Elektrik Maspion dll - Harga Murah | Blibli.com
Panci Elektrik 2.2 L Serbaguna / Fry Pan Multi Function High Quality. Rp140.000. Rp280.000 50%. Tambah ke Bag. Panci Hotpot BBQ 2in1 Elektrik 52 cm ...
★★★★★ Rating: 5 · 2 reviews

[productnation.co](#) > Peralatan > Dapur > Translate this page
10 Rekomendasi Panci Listrik Terbaik di Indonesia 2020 ...
Panci listrik terbaik dari Maspion, Sayota, Yundai, Akebonno ukuran portable mini yang serbaguna untuk menggoreng, masak mie, steamboat kukus korean ...

Searches related to panci elektrik

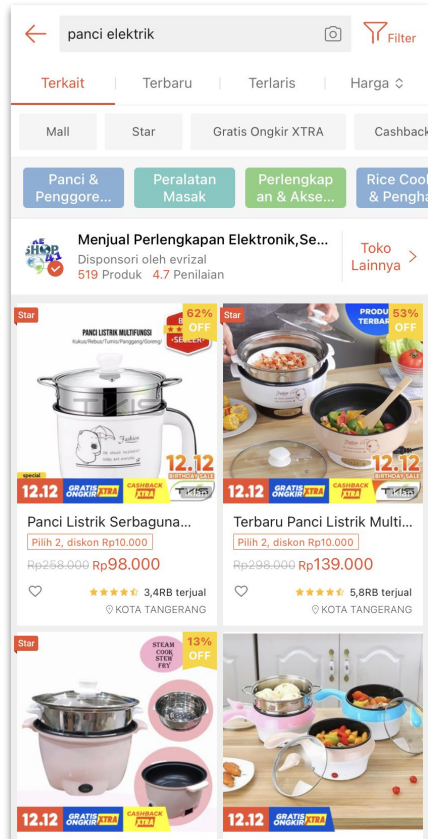
panci elektrik miniso	panci elektrik berapa watt
panci elektrik advance	panci elektrik keramik
panci listrik terbaik	panci listrik ace hardware
panci elektrik serbaguna berapa watt	panci elektrik nuoyasi

Google >
1 2 3 4 Next

Baca Artikel yang merekomendasikan list kategori produk terbaik di hasil pencarian Google untuk melihat apa saja brand kompetitor Anda.



KETAHUI SIAPA SAJA KOMPETITORMU



Cari juga Produk unggulanmu di pencarian Shopee untuk melihat toko mana saja yang menjual produk yang sama/mirip dengan apa yang kamu jual.



KETAHUI SIAPA SAJA KOMPETITORMU



Cari toko yang sudah lebih sukses daripada tokomu, dari aspek penjualan, followers, dll. Hal ini untuk menjadikan toko tersebut sebagai benchmark untuk tokomu. Kalau bisa, cari toko yang memang memiliki target market yang mirip dengan toko Anda.



**LAKUKAN DEEP DIVE UNTUK
TIAP KOMPETITOR**



LOKASI KOMPETITOR

The screenshot shows a Shopee store page for 'kosmetikimportsukses'. The store is located in 'KOTA JAKARTA UTARA'. It has 702 products, a 4.8 rating, and a 58% chat response rate. Below the store information, there are four product listings for 'Saniter Spray' and 'Saniter Instan' with prices ranging from Rp15,000 to Rp22,500. The 'Rincian Produk' section shows 8926 items in stock, 'fresh clean' scent, and 'Tidak Ada Merek' brand. The shipping location is highlighted in a red box as 'KOTA JAKARTA UTARA - PENJARINGAN, DKI JAKARTA, ID'.

kosmetikimportsukses
Aktif 7 menit lalu
KOTA JAKARTA UTARA
Kunjungi Toko

702 Produk | 4.8 Penilaian | 58% Chat Dibalas

Produk Lain Dari Toko Ini [Lihat Semua >](#)

- Saniter Spray... Rp18.500
- Saniter Spray... Rp17.000
- Saniter Instan... Rp22.500
- Kosme... Rp15.000

Rincian Produk 6 bulan

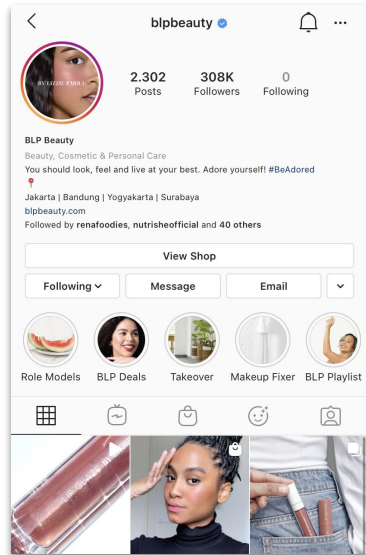
Stok	8926
Wangi	fresh clean
Merek	Tidak Ada Merek >

Dikirim Dari KOTA JAKARTA UTARA - PENJARINGAN, DKI JAKARTA, ID

Mengetahui lokasi kompetitor akan memudahkan Anda dalam melihat area mana saja yang dijangkau oleh mereka, serta logistik yang digunakan. Cek lokasi Kompetitor lewat **Halaman Produk** di toko Shopee mereka.

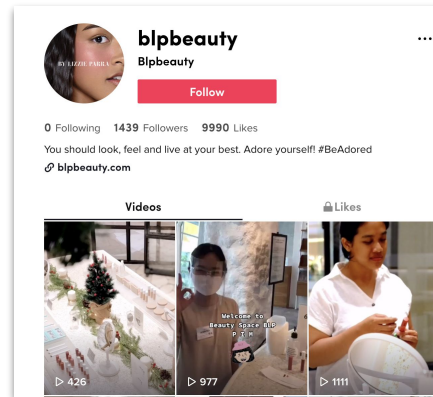


SOCIAL MEDIA YANG DIGUNAKAN



Brand A's Instagram:

- Followers 308K
- Mengirimkan PR Package untuk Beauty Influencer setiap ada produk baru
- Konten yang dipost di Instagram biasanya Promosi, Product Knowledge, Repost Review Product



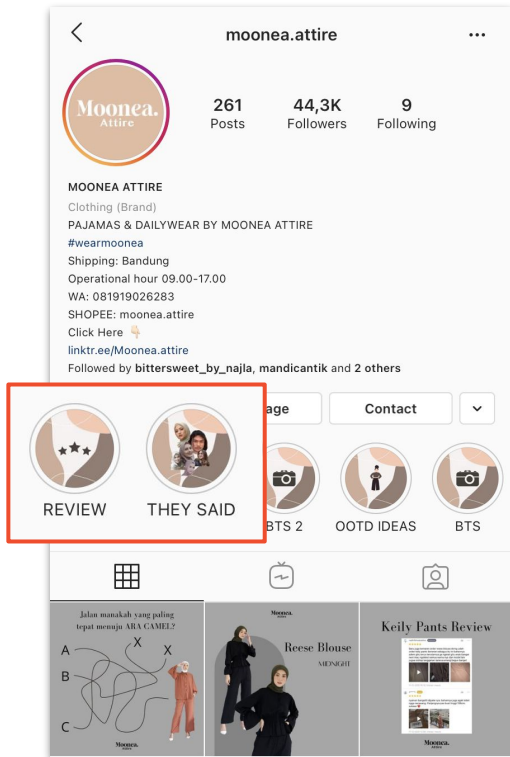
Brand A's Tiktok:

- Followers 1439
- Konten yang dipost biasanya Tutorial Produk, Toko Offline, Promosi yang sedang berlangsung

Buat list excel simple atau slide power point untuk membandingkan social media apa saja yang digunakan oleh kompetitor dan konten seperti apa yang dibuat. Anda juga bisa melakukan perbandingan untuk melihat platform social media mana yang paling unggul, serta Influencer yang sering diajak bekerja sama



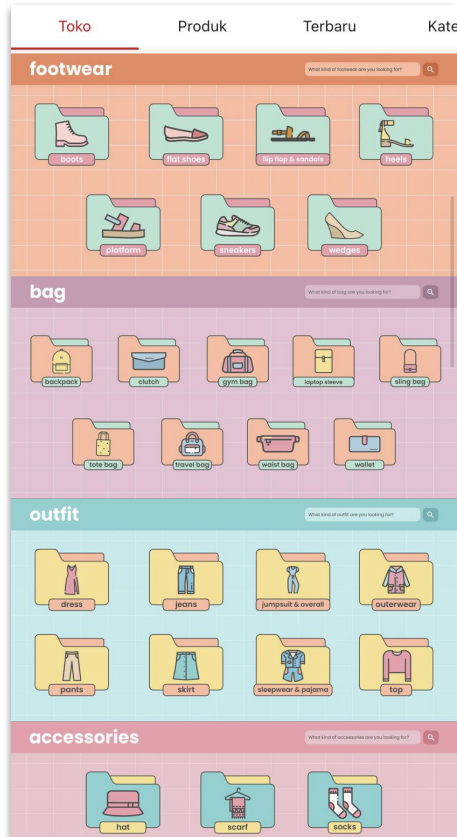
SIAPA TARGET MARKET MEREKA?



Kamu juga bisa melihat Highlights kompetitor, biasanya mereka akan membuat Highlight khusus untuk Review atau Influencer yang pernah bekerja sama dengan brand mereka, dari situ kamu bisa mengetahui siapa saja Influencer yang diajak bekerja sama dan siapa saja pembeli mereka.



PRODUK YANG DITAWARKAN KOMPETITOR



Ketahui range produk yang ditawarkan oleh kompetitor Anda. Misal, jika mereka ada dalam kategori Fashion, apakah mereka hanya menjual atasan & bawahan atau apakah mereka juga menjual jaket, sepatu, aksesoris, dll? Apakah mereka menjual produk untuk Wanita saja atau juga untuk Pria?

Beberapa toko mencantumkan Daftar Kategori di Dekorasi Toko-nya, sehingga lebih mudah ditemukan. Kamu juga bisa melihat produk per kategori tiap toko di tab Kategori dalam Halaman Toko

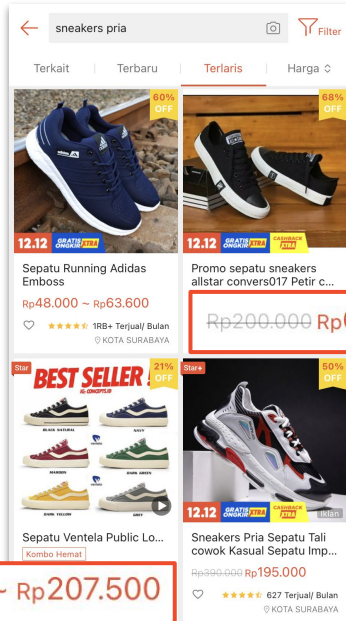


HARGA PRODUK KOMPETITOR

Produk A:

- Kualitas lebih baik dibanding Produk B
- Tidak menggunakan promo
- Merk lebih dikenal

Rp197.500 ~ Rp207.500



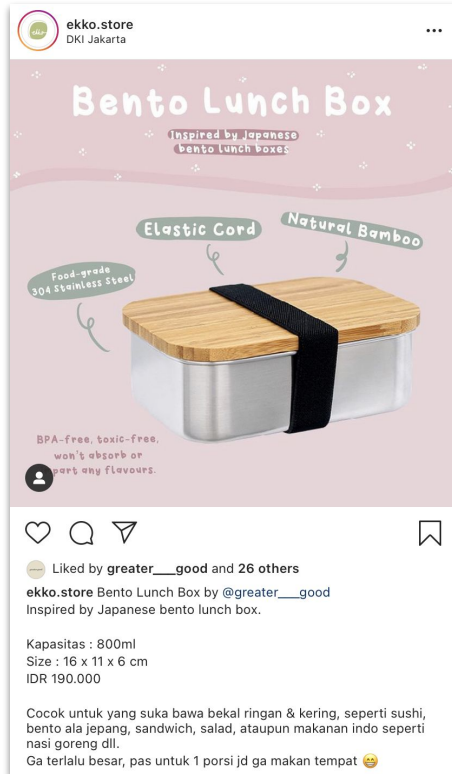
Produk B:

- Kualitas tidak sebaik Produk A
- Produk menggunakan Promosi
- Merk kurang dikenal

Cari tahu kenapa kompetitor memasang suatu harga tertentu. Jika harga yang dipasang tinggi, cari tahu kenapa, apakah karena kualitasnya tinggi? Darimana mereka mendapatkan produk? Apakah mereka reseller atau memproduksi barang sendiri? Hal-hal tersebut akan sangat berpengaruh terhadap harga, sehingga Anda juga dapat mempertimbangkan harga yang akan digunakan dalam toko.



HARGA PRODUK KOMPETITOR

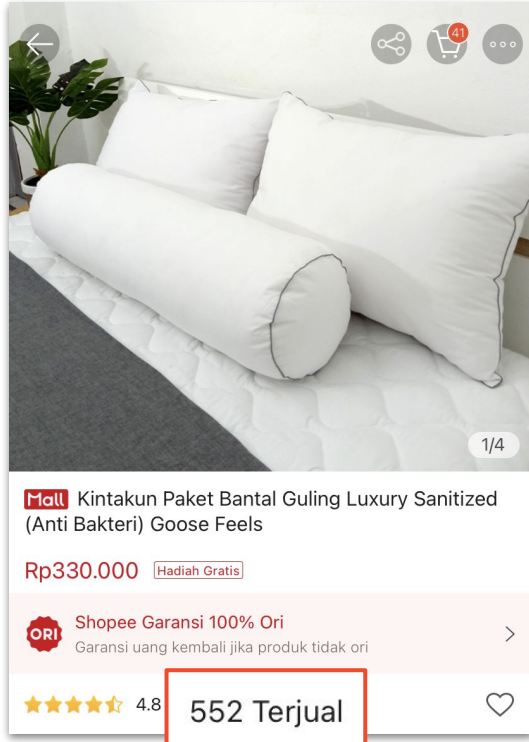


Ketahui Selling Points produk kompetitor lewat postingan Product Knowledge. Mereka akan memberi tahu keunggulan produk, sehingga Anda dapat memahami kenapa produk dipatok dengan harga tertentu.

Contoh, Produk ini menggunakan bahan-bahan Natural dan aman untuk Makanan, sehingga harga yang dipatok di atas rata-rata harga tempat makan biasa.



PRODUK TERJUAL KOMPETITORMU



Cek Daftar Produk kompetitor di e-Commerce, untuk melihat berapa banyak produk yang sudah terjual. Dari sini, Anda bisa mengetahui kira-kira Penjualan yang mereka dapatkan dan seberapa laku produk tersebut.

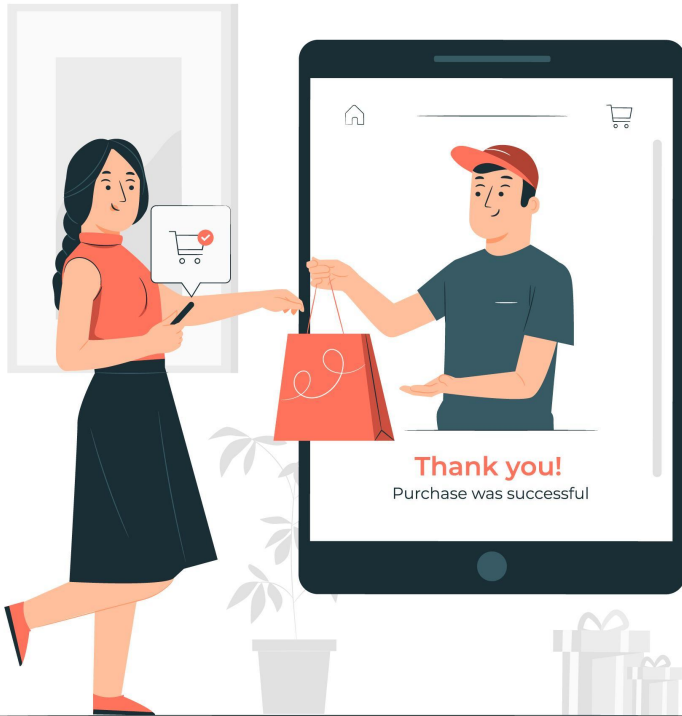


REVIEW PRODUK KOMPETITOR



Selain melihat Jumlah Produk Terjual, jangan lupa juga untuk melihat Review Produknya. Jika ada yang memberikan review jelek, ketahui kenapa Pembeli memberikan review jelek dan bagaimana respon mereka terhadap review tersebut. Cek juga review baiknya untuk melihat apa yang disukai oleh pembeli mereka dari produk tersebut.

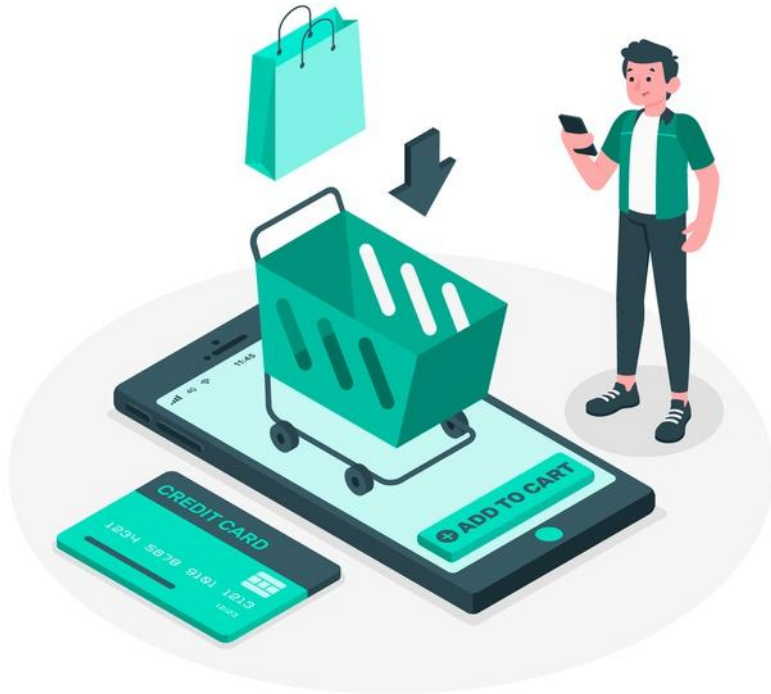
KETAHUI TRANSACTION JOURNEY KOMPETITOR



Kamu juga bisa cek review produk di e-Commerce untuk melihat bagaimana reaksi pembeli mereka setelah melakukan transaksi. Jika Anda mempunyai budget lebih, Anda bisa coba membeli produk kompetitor untuk merasakan sendiri bagaimana transaction Journey mereka.



EKSTRA TIPS



Masukkan salah satu produk kompetitor ke dalam keranjang belanja Anda, dan cari tahu apa yang akan mereka lakukan untuk membuat Anda checkout. Apakah mereka akan memberikan voucher? Mengingatkan untuk checkout? Atau mengabaikan Anda? Hal ini bisa Anda jadikan sebagai ide untuk membuat orang yang memasukkan produk Anda ke keranjang belanja untuk checkout



BANDINGKAN TIAP KOMPETITOR

Jika sudah melakukan analisa, lakukan perbandingan dalam Excel simple untuk mengetahui perbedaan tiap kompetitormu. Dari situ, kamu dapat mengetahui dengan lebih mudah, dimana toko Anda lebih unggul dan apa yang bisa ditingkatkan oleh toko Anda.

	Lokasi	Social Media	Target Market	Range Produk	Harga	Produk Terjual	Penilaian Toko	Transaction Journey
Toko A	Jakarta	Instagram Tiktok, Shopee Feed	Wanita & Pria, 20 - 40 Tahun	- Atasan & Bawahan - Aksesoris Pakaian	Rp 75.000 - Rp200.000	4 - 53 Terjual/Produk	4.3/5	- Produk dapat dibeli lewat Shopee, Tikipidi - Admin fast respon - Pengiriman cepat - Packaging cukup baik
Toko B	Jakarta	Instagram, Facebook, Tiktok, Shopee Feed	Wanita & Pria, 19 - 30 Tahun	- Atasan & Bawahan - Sepatu - Aksesoris Pakaian - Tas	Rp100.000 - Rp350.000	56 - 218 Terjual/Produk	4.8/5	- Produk dapat dibeli lewat Shopee, Tikipidi, Website - Setiap pembelian disertai Voucher untuk pembelian selanjutnya
Toko C	Bandung	Instagram, Tiktok, Shopee Feed	Wanita, 16 - 30 Tahun	- Atasan & Bawahan - Aksesoris Pakaian	Rp99.000 - Rp349.000	75 - 432 Terjual/Produk	4.3/5	- Produk dapat dibeli lewat Shopee/Lizidi - Packaging paling bagus di antara Toko B, D, & E - Admin kurang fast respond
Toko D	Bogor	Instagram, Twitter, Tiktok	Wanita, 20 - 35 Tahun	- Atasan & Bawahan	Rp60.000 - Rp200.000	32 - 324 Terjual/Produk	4.1/5	- Produk dapat dibeli lewat Shopee - Pengiriman lama
Toko E	Jakarta	Instagram, Shopee Feed	Wanita & Pria, 21 - 40 Tahun	- Atasan & Bawahan - Tas	Rp129.000 - Rp499.000	7 - 323 Terjual/Produk	4.7/5	- Produk dapat dibeli lewat Shopee, Tikipidi, Lizidi, Bloblo, Website - Packaging cukup baik - Admin sangat fast respond

Contoh: Toko A yang berjualan di kategori Fashion melakukan Analisa Kompetitor dan membuat perbandingan antara kompetitornya untuk melihat apa perbedaan antara Toko lainnya yang menjual produk yang mirip.



BANDINGKAN TIAP KOMPETITOR

Lewat perbandingan yang sudah dilakukan oleh Toko A, dapat dilihat bahwa Toko A memiliki kemiripan paling banyak dengan Toko D karena memiliki target market dan harga yang mirip. Namun, Toko D memiliki reputasi yang kurang baik, sehingga Toko A dapat memanfaatkan ini untuk meningkatkan berbagai aspek dalam tokonya.

Metrik	Kondisi Toko A	What's Next?
Respon Chat	Admin sudah cukup fast respon, respon chat 89%, namun masih kalah dengan Toko E	Tingkatkan respon chat hingga 95%
Pengiriman	Pengiriman cepat, namun jasa kirim yang digunakan belum bervariasi	Aktifkan jasa kirim lain yang menjangkau lebih banyak daerah
Packaging Pesanan	Packaging cukup baik, namun masih kalah dengan Toko C & Toko E	Perbaiki packaging saat pesanan semakin meningkat
Promosi Toko	Hanya memberikan promosi di toko Shopee	Berikan kode voucher untuk customer yang pernah membeli produk



PANTAU KOMPETITOR SECARA BERKALA



KETAHUI BRANDING DAN TUJUAN KOMPETITOR

Ketahui strategi branding kompetitor dan cari tahu tujuan mereka dalam berbisnis. Misal, Toko A menawarkan produk dengan jenis yang sama dengan toko Anda, namun Toko A memiliki kualitas dan harga yang jauh lebih tinggi. Ada juga Toko B yang menawarkan produk yang sama namun dengan harga yang lebih rendah. Buat perbandingan antara kedua toko tersebut untuk mengetahui perbedaan Toko A & B dengan toko Anda.

Toko A	Toko B
Harga lebih mahal, kisaran Rp100.000 - Rp250.000	Harga lebih terjangkau, kisaran Rp50.000 - Rp150.000
Produk menggunakan bahan berkualitas tinggi	Kualitas bahan yang digunakan biasa saja
Packaging yang digunakan menggunakan kardus yang customized	Packagingnya hanya menggunakan bubble wrap & kardus biasa
Jarang menawarkan promosi	Sering menawarkan promosi & voucher



PANTAU SOCIAL MEDIA KOMPETITOR



Walaupun sudah melihat social media kompetitor saat melakukan analisa, kamu tetap harus memantau Social Media kompetitor untuk melihat update terbaru dari mereka, dan bagaimana interaksi mereka ke followers mereka sehari-hari.

JANGAN HANYA LAKUKAN ANALISA, *DO ACTION!*



Setelah melakukan deep dive terhadap kompetitor, pasti Anda akan mengenali perbedaan antara toko Anda dan kompetitor. Gunakan informasi yang sudah Anda miliki untuk membuat toko Anda lebih unggul. Dari semua data tersebut, segera lakukan action agar toko Anda semakin sukses



KETAHUI APA YANG BISA DITINGKATKAN TOKO DENGAN MELAKUKAN ANALISA KOMPETITOR



Kenali siapa saja kompetitormu



Lakukan Analisa mendalam terhadap
tiap kompetitor



Gunakan informasi yang didapat untuk
meningkatkan performa toko!





**TERIMA
KASIH!**