



STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK PERUSAHAAN PROPERTY

Posted on Maret 28, 2023 by Digital Marketing Team



Category: [Digital Marketing](#)

Untuk menang dari persaingan di pasar yang sangat kompetitif, bisnis properti perlu menerapkan teknik pemasaran digital properti yang terkini. Perusahaan properti dapat menggunakan strategi pemasaran digital untuk membangun dan memperkuat branding, menonjolkan tipe properti dan menarik pelanggan baru melalui penggunaan teknologi terkini. Mari kita diskusikan beberapa taktik pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh perusahaan properti untuk mencapai tujuan pemasaran.

1. Perkuat branding

Agar perusahaan properti menonjol dari para pesaingnya, branding yang kuat sangatlah penting. Termasuk website, landing page, akun media sosial, dan kampanye iklan, penggunaan branding harus konsisten di semua platform pemasaran digital.

Nilai, misi, dan visi organisasi harus tercermin dalam semua platform. Selain itu, penting untuk menasar tipe pelanggan yang dituju dan tetap menunjukkan profesionalisme agar pelanggan terus percaya. Untuk membangun identitas merek khas yang menonjol di sektor real estate, bisnis properti dapat berkolaborasi dengan spesialis branding.

2. Gunakan Video Marketing

Video marketing adalah alat yang ampuh bagi perusahaan properti untuk memperlihatkan tipe-tipe properti yang dijual dan menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan potensial. Video seperti tur properti virtual, tur lingkungan, dan testimonial klien. Perusahaan properti juga dapat membuat iklan video untuk platform media sosial seperti Facebook dan Instagram.

Pemasaran video harus diintegrasikan ke dalam strategi pemasaran digital perusahaan, dan video harus dioptimalkan untuk mesin pencari guna meningkatkan visibilitasnya. Perusahaan

properti juga dapat menggunakan YouTube sebagai platform pemasaran video untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mempromosikan brand atau produknya.

3. **Jalankan campaign dengan target yang spesifik**

Salah satu pemasaran digital untuk properti adalah dengan menggunakan ads campaign dengan target yang spesifik. Ini dapat membantu perusahaan properti menjangkau pelanggan yang sesuai dengan target. Facebook dan Instagram adalah platform populer untuk kampanye iklan. Perusahaan properti dapat menggunakan opsi penargetan seperti lokasi, usia, minat, dan perilaku untuk menjangkau calon pelanggan yang mungkin tertarik dengan produk propertinya.

Google Ads adalah platform lain yang efektif untuk kampanye iklan, terutama untuk menargetkan pengguna yang aktif mencari properti secara online. Perusahaan properti dapat menggunakan Google Ads untuk menargetkan kata kunci tertentu yang terkait dengan properti dan layanan mereka, dan menampilkan iklan kepada pengguna yang menelusuri kata kunci tersebut, dengan tetap menargetkan pada lokasi tertentu.

4. **Manfaatkan influencer**

Perusahaan properti dapat menggunakan jasa influencer untuk menarik audiens yang lebih besar dan membangun reputasi mereka sebagai otoritas yang andal di sektor real estate. Untuk memasarkan produk, bisnis real estate dapat berkolaborasi dengan influencer yang memiliki banyak pengikut yang sesuai dengan target, di situs media sosial seperti Instagram, Tiktok dan YouTube.

Influencer dapat menyediakan membuat konten yang menjelaskan tentang keunggulan sehingga dapat mengedukasi followersnya.

Untuk meningkatkan pendapatan secara jangka panjang, perusahaan di sektor real estat membutuhkan rencana properti pemasaran digital yang kuat. Dari membangun branding, mempromosikan properti mereka, dan akhirnya menarik pelanggan baru dengan menggunakan strategi pemasaran digital mutakhir termasuk pemasaran video dan campaign dengan target yang spesifik. Bisnis properti dapat berkolaborasi dengan digital marketing agency untuk merancang rencana pemasaran digital yang disesuaikan dengan kebutuhan dan membantu pencapaian tujuan perusahaan.