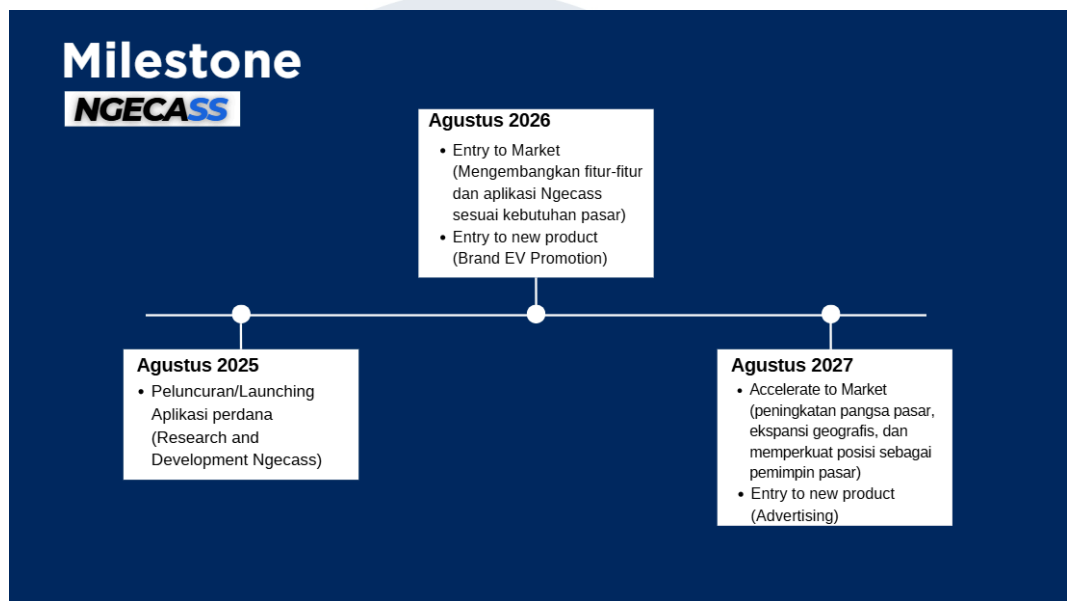


BAB VIII

IMPLEMENTASI STRATEGI

8.1 Milestones



Gambar 8.1 Milestones ZapSafe

Sumber: ZapSafe (2024)

Milestone merupakan rencana 3 tahun untuk sebuah bisnis yang bertujuan menyediakan titik referensi yang jelas dan terukur yang menandai pencapaian penting sepanjang jalan menuju tujuan akhir (Supertim, 2022).

Pada tahun 2025 bulan Agustus, ZapSafe melakukan peluncuran aplikasi secara perdana ke publik di platform utama (iOS dan Android). Peluncuran dilakukan dengan melakukan press release dan media briefing untuk mengumumkan aplikasi kepada publik dan juga melakukan upload konten di media sosial hingga memasang iklan digital di berbagai platform. Tujuannya

adalah menarik pengguna awal untuk mencoba aplikasi dan meningkatkan kesadaran publik tentang ZapSafe.

Pada tahun 2026 bulan Agustus dimana tepat 1 tahun setelah launching aplikasi merupakan saat dimana ZapSafe melakukan *Entry to Market* yaitu fase kritis dalam siklus hidup produk, di mana produk mulai memasuki pasar setelah fase peluncuran awal. Ini bertujuan untuk memperluas basis pengguna, mengembangkan fitur-fitur dan aplikasi ZapSafe sesuai kebutuhan pasar.

Pada tahun 2027 bulan Agustus adalah fase *Accelerate to Market*. Tujuan utama dari accelerate to market adalah untuk mempercepat pertumbuhan ZapSafe dengan memperluas basis pengguna, meningkatkan pangsa pasar, dan memasuki pasar internasional. Dengan meningkatkan brand awareness, mengoptimalkan teknologi, dan memperkuat loyalitas pengguna, ZapSafe dapat mencapai keberhasilan jangka panjang dan mengukuhkan posisinya sebagai pemimpin pasar.

8.2 Akuisisi Konsumen

Akuisisi konsumen merupakan strategi dan proses di dalam bisnis dimana kita mengumpulkan data untuk mendapatkan pelanggan baru. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pelanggan baru yang dapat diprediksi dan berkelanjutan, yang membantu memastikan pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Pada tahap akuisisi konsumen, ZapSafe berfokus berdasarkan milestones 3 tahun sebagai berikut:

Tahun Pertama (Agustus 2025): Launching Aplikasi:

- Melakukan riset pasar dengan mengidentifikasi target pasar, preferensi pengguna, dan analisis kompetitor.

- Menggunakan survei online dan landing page pendaftaran untuk mengumpulkan email dan informasi dasar pengguna.
- Menggunakan tools analitik media sosial untuk melacak kinerja iklan dan keterlibatan pengguna.
- Mengumpulkan data dari pendaftaran pengguna baru melalui acara peluncuran dan promosi iklan.

Tahun Kedua (Agustus 2026): *Entry to Market* dan *Entry to New Product*

- Menganalisis data iklan untuk memahami metrik seperti click-through rate (CTR), conversion rate, dan biaya per akuisisi (CPA).
- Menggunakan analitik aplikasi untuk melacak penggunaan fitur, frekuensi login, dan retensi pengguna.
- Analisis feedback pengguna untuk menemukan pola keluhan atau permintaan fitur baru.
- Analisis data penggunaan peta khusus brand EV yang bekerjasama sama dengan ZapSafe untuk memahami seberapa sering pengguna mengakses informasi ini dan seberapa bermanfaat bagi mereka.
- Mengidentifikasi pola penggunaan untuk mengoptimalkan fitur peta dan mengembangkan fitur tambahan yang relevan.

Tahun Ketiga: *Accelerate to Market* dan *Entry to New Product*

- Melakukan evaluasi program referral dengan melihat tingkat partisipasi dan jumlah pengguna baru yang didapatkan melalui rujukan.
- Mengumpulkan data dari interaksi pengguna dengan iklan, seperti jumlah tayangan, klik, dan tindakan yang diambil setelah melihat iklan.
- Mengumpulkan data tentang frekuensi penggunaan, fitur yang paling sering digunakan, dan interaksi pengguna dalam program loyalitas.
- Mengumpulkan data dari interaksi dalam platform komunitas, seperti postingan, komentar, likes, dan sharing.

- Menggunakan survey dan polling dalam komunitas untuk mendapatkan feedback spesifik tentang fitur dan layanan aplikasi.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA