

CROWDSOURCING

Crowdsourcing boleh diklasifikasikan sebagai pandangan, idea atau sumber yang di-sumbangkan oleh orang ramai terhadap sesuatu perkara seperti produk atau perkhidmatan. Ianya adalah salah satu cara organisasi/perniagaan menggunakan idea selain dari sumber dalaman iaitu melalui

Buntu menginovasikan produk atau perkhidmatan? Atau tidak cukup sumber untuk membuat penambahbaikan produk? Kenapa tidak menggunakan idea dari pihak luar??? *Crowdsourcing* atau sumber dari orang ramai bukanlah terma yang baru dalam perniagaan. Teknik ini bukan sahaja membantu perniagaan untuk mendapatkan idea yang lebih bermutu malahan ianya turut membantu dalam pemasaran dan juga penglibatan pelanggan terhadap produk atau perkhidmatan yang diberikan oleh sesuatu perniagaan (www.braineet.com). Teknik ini sudah lama digunakan oleh jenama terkemuka seperti Coca-Cola, Pepsi, Oreo, Starbucks dan Airbnb (Darius, Risto, Mika & Matti, 2018, www.mainstreethost.com).



Crowdsourcing boleh diklasifikasikan sebagai pandangan, idea atau sumber yang di-sumbangkan oleh orang ramai terhadap sesuatu perkara seperti produk atau perkhidmatan. Ianya adalah salah satu cara organisasi/perniagaan menggunakan idea selain dari sumber dalaman iaitu melalui orang ramai (www.braineet.com). Terma lain untuk *crowdsourcing* ialah aktiviti atas talian yang dianjurkan oleh sesebuah organisasi kepada golongan yang pelbagai dan berpengetahuan secara fleksibel. Apa yang menariknya, *crowdsourcing* ini telah memberi peluang kepada pengguna terlibat dalam inovasi. Jika dahulu, organisasi/perniagaan akan menginovasikan produk dan perkhidmatan untuk pengguna namun kini, ianya menjadi kolaborasi diantara pengguna dan firma untuk penciptaan sesuatu produk dan perkhidmatan yang lebih memenuhi kehendak pengguna (Darius, Risto, Mika & Matti, 2018).

Apa yang menariknya mengenai teknik penggunaan crowdsourcing ini, produk dapat diwar-warkan awal sebelum ianya dipasarkan.

Teknik yang BERKESAN dan TERBUKTI BERJAYA



Teknik pemasaran menggunakan *crowdsourcing* ini telah dibuktikan berjaya oleh sebuah syarikat makanan segera yang menjual burger di Finland. Syarikat ini bermula dengan mempunyai akaun social media iaitu Facebook. Melalui akaun tersebut, syarikat telah mengajurkan program “Yummy of the Year Hamburger” dimana, pengguna mencipta sendiri burger yang mereka idamkan. Kemudian pemilihan pemenang akan diundi oleh pengguna dan akhir sekali syarikat tersebut turut memperkenalkan permainan atas talian iaitu mesin slot dimana, bahan yang terkandung dalam burger pemenang akan dipaparkan di dalam permainan atas talian. Apa yang menarik mengenai teknik yang digunakan oleh syarikat tersebut adalah melibatkan pengguna secara keseluruhan proses. Pendekatan ini telah mencipta 70,000 pengguna baru di akaun Facebook media sosial mereka. Dengan ini, syarikat dapat mengumpul maklumat yang lengkap mengenai demografik pengguna dan apa yang mereka suka di Facebook. Tujuan utama syarikat menggunakan media sosial adalah untuk meningkatkan jualan. Namun, syarikat telah meraih kebaikan lebih dari itu, dimana syarikat dapat membuat pembangunan produk dan juga mendapat idea yang baru seperti bahan membuat burger dan nama burger yang diilhamkan oleh pengguna melalui pertandingan mencipta burger (Darius, Risto, Mika & Matti, 2018).

Apa yang menariknya mengenai teknik penggunaan *crowdsourcing* ini, produk dapat diwar-warkan awal sebelum ianya dipasarkan. Malahan, dengan mengetahui apa yang pengguna suka sebelum mencipta sesuatu produk menjadi satu kelebihan untuk mengelakkan sesuatu produk atau perkhidmatan tersebut mengalami kerugian (www.mainstreethost.com).

In i dapat dibuktikan oleh Charley Jabaley pengasas bersama syarikat terkemuka Street Execs, dimana beliau mengalami kegagalan menjual tshirt untuk pelanggan utama syarikat dengan hanya jualan sebanyak 8 helai sahaja. Menyedari kegagalan ini, beliau telah membuat proses pusingan terbalik untuk penghasilan produk. Sebelum mewujudkan inventori produk, reka bentuk barang dagangan akan disiarkan di Instagram dan barang yang direka adalah barang yang telah mendapat maklum balas pengguna sebagaimana yang pengguna mahukan. Teknik ini bukan sahaja berkesan dalam menghasilkan produk yang pastinya mendapat permintaan dari pengguna malah, ianya turut mengelakkan pembaziran inventori dan proses pembuatan barang dagangan. Teknik ini telah memberikan beliau maklumat apa yang perlu dan tidak perlu dalam reka bentuk barang dagangan syarikat beliau dan hasilnya beliau telah meraih keuntungan sebanyak 2.1 million dalam masa 30 hari jualan.

Teknik pemasaran menggunakan *crowdsourcing* biasanya melibatkan reka bentuk logo dan iklan. Dimana, orang ramai sendiri akan menghasilkan rekaan dan ianya akan diundi oleh orang ramai. Bagi pihak perniagaan terutamanya bahagian pemasaran, teknik ini bukan sahaja menjimatkan malah ianya merupakan teknik yang interaktif dimana meraka dapat berinteraksi dengan pelanggan secara langsung dalam penghasilan produk

(blog.hubspot.com). Tambahan pula, perkembangan teknologi pada waktu ini telah pun mengubah perilaku pengguna dimana perniagaan perlu memikirkan teknik terbaru untuk pemasaran mereka. Namun apa pun impaknya, kesan dan penglibatan crowdsourcing pada pemasaran adalah sesuatu yang lebih ketara pada masa akan datang dan perlu diketahui oleh perniagaan.

Rujukan

- 6 Great Advantages of Crowdsourcing you can Benefit From. Dipetik dari <https://www.braineet.com/blog/crowdsourcing-benefits/> pada 15 Mei, 2020.
- Darius, P, Risto, R., Mika, W & Matti, M (2018). Harnessing user innovation for social media marketing. International Journal of Information Management. Vol. 43, pp. 319-327, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.08.012>.
- 4 Examples of Clever Crowdsourcing Campaigns. Dipetik dari <https://www.mainstreethost.com/blog/four-examples-of-clever-crowdsourcing-campaigns/>
- The Ultimate Guide to Crowdsourcing. Dipetik dari <https://blog.hubspot.com/marketing/crowdsourcing> pada 16 Mei, 2020.
- Brown, T. E (2018). An Evaluation of Crowdsourcing as a Tool for Marketing Activities. Dipetik dari <https://mypages.lib.ltu.se/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=315507>
- <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fstartupnation.com%2Fstart-your-business%2Fcrowdsourcing-improve-business%2F&psig=AOvVaw08w9CkaaauGzwH6K28rzNN&ust=1597200235480000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCPIegdyQkusCFQAAAAAdAAAAABAD>
- https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fpaprikaads.com%2F5-important-marketing-aspects-succeed%2F&psig=AOvVaw2iw94y50cyADmZhqG_iVCZ&ust=1597201046187000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCJCdz-KTkusCFQAAAAAdAAAAABAD
- <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fthegypsynomads.com%2Fmaximise-opportunity-business-success-5-tips%2F&psig=AOvVaw3Ljhu87kAfdlyRdCZxXrdC&ust=1597201299844000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCLDLqeqUkusCFQAAAAAdAAAAABAD>

TEKNIK PEMASARAN MENGGUNAKAN

Malahan, dengan mengetahui apa yang pengguna suka sebelum mencipta sesuatu produk menjadi satu kelebihan untuk mengelakkan sesuatu produk atau perkhidmatan tersebut mengalami kerugian (www.mainstreethost.com).

