

FPP BizNewz

eISSN 2600-9811

June - November 2021

INVESTMENT MANAGEMENT ECONOMICS MARKETING TECHNOLOGY

MERDEKA

EKONOMI 2021

ANXIETY DISORDER

Jangan Ambil Mudah

Do We Look Older Or Younger Than We Really Are?

SOLAH

A Testimony of Success

MUSLIM FRIENDLY TOURISM

The Promising Tourism Segments For Malaysia

To Online Or Not?

JEBAT Si Maine Coon

Photo by Polina Kuzovkova on Unsplash



Dalam mempromosikan sesuatu produk, adalah sangat efektif sekiranya usahawan atas talian dapat memanfaatkan sebaiknya alat pemasaran (marketing tools) yang sedia ada.

Apa itu alat pemasaran (marketing tools)?

Alat pemasaran adalah 'alatan perang' yang digunakan untuk menimbulkan kesedaran dalam mempromosikan sesuatu produk.

Menurut laporan Berita Harian bertarikh 29 September 2021, Malaysia merekodkan 28 juta

atau 86% pengguna media sosial daripada jumlah penduduk di negara ini. Maka tidak mustahil, media sosial menjadi platform utama penggunaan atas talian di Malaysia. Alat pemasaran yang biasa digunakan dalam mempromosikan produk adalah melalui platform media sosial dan kandungan pemasaran. Media sosial merupakan laman yang membolehkan perkongsian kandungan, gambar, video, pautan serta pendapat pengguna. Antara

MARKETING Tools

¹Ku Siti Syahidah binti Ku Mohd Noh, ²Najwa Nasuha binti Mahzan & ³Nooradzianie binti Muhamad Zin

¹Fakulti Kejuruteraan Elektrik, UiTM Cawangan Terengganu

²Fakulti Kejuruteraan Elektrik, UiTM Shah Alam

platform media sosial yang boleh dimanfaatkan oleh usahawan atas talian adalah seperti Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, Telegram, Whatsapp, E-commerce, Blog, Twitter dan sebagainya.

Apabila kita membuat posting di media sosial, perkara yang perlu dititikberatkan adalah waktu. Waktu terbaik yang dicadangkan untuk membuat posting di media sosial adalah pada waktu-waktu tersebut:

- 7 pagi hingga 9 pagi
- 12 tengah hari hingga 2 petang
- 5 petang hingga 6 petang
- 9 malam hingga 12 malam

Selain menggunakan media sosial, usahawan juga boleh menggunakan platform whatsapp untuk membuat posting mereka di status whatsapp pada waktu-waktu tersebut:

“Alat pemasaran yang biasa digunakan dalam mempromosikan produk adalah melalui platform media sosial dan kandungan pemasaran.”

- 7 pagi hingga 9 pagi
- 12 tengahari hingga 2 petang
- 4 petang hingga 7 malam
- 9 malam hingga 12 malam

Selain itu, kandungan pemasaran juga merupakan strategi pemasaran menggunakan maklumat yang berharga, relevan, konsisten dan bermanfaat untuk

menarik pelanggan dan prospek bagi mendorong mereka menjadi pelanggan setia ataupun pelanggan baru kepada produk kita. Antara jenis-jenis kandungan yang boleh dibuat adalah seperti copywriting, penceritaan, testimoni, tutorial/demo, panduan, petikan kata-kata, video, story/status dan sebagainya.

Disini ingin dikongsikan beberapa strategi kandungan pemasaran:

- Pastikan kita mengetahui siapa khalayak sasaran supaya dapat menyediakan kandungan yang bersesuaian.
- Pelbagaikan format untuk kandungan seperti blog, video, email dan lain-lain.
- Berikan tip yang berkait rapat dengan khalayak sasaran.
- Gunakan bahasa yang lebih santai dan bukannya bahasa yang terlalu formal. Elak menggunakan bahasa 'Wechat'.

Seterusnya, copywriting yang bagus juga dapat menarik minat prospek untuk terus membeli. Ayat copywriting yang dibina boleh dalam bentuk Softsell atau Hardsell. Perbezaan antara Softsell dan Hardsell adalah seperti berikut:

	<i>Softsell</i>	<i>Hardsell</i>
Ciri-ciri	1. Iklan <i>softsell</i> lebih mesra dan santai 2. Gaya bahasa yang ringan (tidak terlalu formal) 3. Tidak menampakkan seperti sedang mengiklan produk	1. Iklan <i>hardsell</i> dilakukan secara langsung kepada prospek 2. Iklan jelas memaparkan promosi untuk menjual dan mahu prospek terus membeli 3. Terus menampakkan promosi dan harga diletakkan bersama
Contoh	Anak seawal umur 3 tahun perlu diajar untuk menulis. Saya ada buku yang boleh membantu anak anda untuk menulis. Berminat?	Jom dapatkan "Buku Jom Menulis dengan harga RM10 sekarang!" Percuma pemegang pensel. Berminat?

Sekiranya usahawan dapat memanfaatkan alat pemasaran ini, ia akan dapat memberi impak positif terhadap perniagaan yang dijalankan. Semakin kerap usahawan membuat pemasaran, semakin ramai prospek yang akan datang untuk membeli produk. Tapi, berwaspadalah. Jangan sampai membuat pemasaran sehingga 24 jam, nanti pelanggan akan meluat

“Antara jenis-jenis kandungan yang boleh dibuat adalah seperti copywriting, penceritaan, testimoni, tutorial/demo, panduan, petikan kata-kata, video, story/status dan sebagainya.”

Rujukan

- [1] <https://www.bharian.com.my/bisnes/teknologi/2021/09/867407/malaysia-ada-28-juta-pengguna-media-sosial>
 [2] <https://ecommerce-platforms.com/ms/glossary/social-media>
 [3] <https://ordersini.blog/apa-itu-content-marketing/>

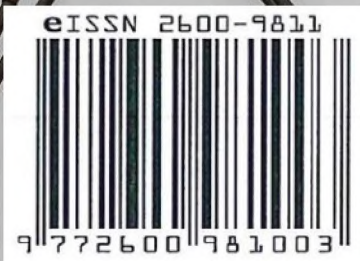


Photo by Polina Kuzovkova on Unsplash