

BAB V การถามข้อมูลสินค้า การสั่งซื้อสินค้า

Ketahui Kaedah Pemasaran Anda

7 Kaedah Pemasaran



7 Kedah Pemasaran



1) Harga

Berikut merupakan kaedah yang boleh digunakan untuk menetapkan harga produk atau perkhidmatan anda:

i) Harga Tambah Kos

Kebanyakan usahawan menggunakan kaedah pengiraan harga tambah kos. Kaedah ini memastikan supaya nilai harga yang ditetapkan bukan sahaja melebihi kos overhead tetapi juga memberi keuntungan yang diperlukan. Sekiranya kos overhead anda tidak tepat, berkemungkinan keuntungan yang bakal diperoleh juga rendah.

Berikut merupakan contoh pengiraan yang boleh membantu anda menetapkan harga menggunakan konsep Harga Tambah Kos:

Kos bahan	RM50.00
+ Kos pekerja	RM30.00
+ Overhed	RM40.00
= Jumlah kos produk	RM120.00
+ Keuntungan (30% daripada jualan)	RM 51.00
= Harga yang perlu dijual	RM171.00

ii) Harga Permintaan

Harga permintaan ditentukan oleh kombinasi jumlah dan keuntungan. Produk biasanya dijual melalui saluran yang berbeza pada harga yang berbeza yang ditentukan oleh permintaan. Sebagai contoh: peruncit, rantaian diskaun, pemborong, atau pemasar dalam talian langsung. Jumlah pembelian yang besar akan mendapat harga unit yang lebih rendah.

Harga runcit 1 unit	RM 171
Harga dalam talian	RM 160
Harga borong	RM 150



iii) Harga Kompetitif

Penentuan harga kompetitif digunakan apabila harga pasaran untuk sesuatu produk atau perkhidmatan itu telah ditetapkan. Kaedah ini digunakan jika terdapat pihak yang telah menguasai pasaran, dan syarikat yang lebih kecil terpaksa mengikuti harga tersebut. Untuk kekal kompetitif, anda boleh juga menetapkan harga yang sedikit tinggi tetapi diiringi dengan perkhidmatan tambahan.

Harga pasaran	RM 170
Harga anda (termasuk penghantaran)	RM 180



iv) Harga Tokokan

Cara pengiraan harga tokokan ialah dengan menambah suatu jumlah ke atas kos produk, dan jumlah harga ini perlu dibayar oleh pelanggan. Kaedah ini digunakan oleh kebanyakan pengeluar, pemborong dan peruncit.

Kos produk	RM120
Harga jualan	RM180
Harga tokokan	RM60

Peratus tokokan ke atas kos produk ialah $RM60 / RM120 = 50\%$.

NOTA

Setiap harga produk atau perkhidmatan yang ditetapkan hendaklah menampung kos pengeluaran atau borong, caj pengangkutan, overhead atau perbelanjaan operasi dan juga mempunyai keuntungan yang berpatutan. Dalam strategi penetapan harga, anda perlu mengenali struktur ini terutamanya perbezaan di antara margin dan tokokan. Faktor seperti overhead yang tinggi, kecurian, kenaikan kos bahan mentah dan diskaun akan mempengaruhi penetapan harga.

2. Produk

Produk dan perkhidmatan yang ditawarkan hendaklah menarik perhatian pelanggan dan bakal pelanggan anda supaya menyedari kewujudannya dalam pasaran. Berikut merupakan antara langkah yang boleh dilakukan untuk menjadikan produk atau perkhidmatan anda berbeza daripada pesaing anda:

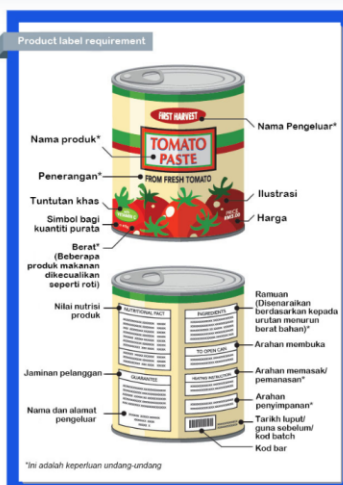
- ✓ Bersesuaian dan menggunakan bahan yang selamat
- ✓ Mudah dipegang
- ✓ Mudah disimpan atau diletakkan di rak
- ✓ Mudah diperiksa
- ✓ Mudah dibuka dan ditutup
- ✓ Mudah dibuang dan boleh dikitar semula



i) Pembungkusan

Pembungkusan adalah penting bagi sesuatu produk. Tujuan utama pembungkusan adalah untuk melindungi produk daripada rosak ketika pengendalian dan pendedaran.

Ciri-ciri reka bentuk pembungkusan yang baik adalah seperti yang berikut:



ii) Pelabelan

Label ialah reka bentuk grafik di atas bahan pembungkusan yang mengandungi maklumat terperinci sesuatu produk seperti pengeluar, nama produk, penggunaan dan penerangan produk dalam bentuk tulisan.

Mengikut garis panduan keperluan undang-undang, reka bentuk pelabelan hendaklah mengandungi perkara-perkara berikut:

- Jenama produk
- Nama produk
- Penerangan
- Logo
- Kod warna (jika ada)
- Kod bar (jika ada)
- Kod batch (jika ada)
- Berat kasar
- Nilai nutrisi (untuk makanan dan produk kesihatan)
- Tarikh luput (untuk makanan dan produk kesihatan)

n. Perbandingan harga dengan pesaing

l. Arahan membuka, mengguna, menyimpan dan pelupusan

m. Nama dan alamat pengeluar dan pengedar

n. Logo Halal atau logo agensi berkaitan seperti Kementerian Kesihatan, Amalan Pengeluaran Baik (GMP), Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM)

o. Tanda harga

Pembungkusan yang baik akan memberikan maklumat yang lengkap tentang produk tersebut, oleh itu reka bentuk label yang baik akan menarik perhatian pelanggan untuk membeli.

PROMOSI	PENGIKLANAN
Promosi adalah satu aktiviti untuk memberitahu tentang jenama, produk atau perkhidmatan anda kepada umum	Pengiklanan adalah teknik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian umum dengan menggunakan mesej bergrafik
Contoh aktiviti promosi ialah memberikan sampel percuma, kupon diskaun, rebat, pertandingan, penajaan dan sebagainya	Contoh aktiviti pengiklanan ialah menyalurkan mesej pengiklanan melalui surat khabar, televisyen, radio, papan iklan, media sosial dan sebagainya
Bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan baharu, meningkatkan jualan dan kadar pembelian semula	Bertujuan supaya maklumat pengiklanan sampai kepada kumpulan sasaran yang spesifik berdasarkan kepada statistik pembaca atau pendengar.
Objektif utama ialah untuk meningkatkan jualan	Objektif utama ialah untuk membina imej penjenamaan dan meningkatkan jualan

Kos tidak terlalu mahal

Kos yang agak tinggi dan mahal

Kebiasaannya melibatkan proses komunikasi

Melibatkan komunikasi satu hala iaitu daripada pengiklanan sahaja

3. Promosi

Mempromosi produk kepada masyarakat umum merupakan cabaran yang besar.

Promosi boleh ditakrifkan sebagai aktiviti untuk meningkatkan kesedaran pelanggan terhadap sesuatu produk atau jenama, menjana jualan dan juga membina kesetiaan terhadap sesuatu jenama.

Pengiklanan pula adalah satu strategi promosi, kaedah komunikasi satu hala untuk memberitahu pelanggan maklumat tentang sesuatu produk atau perkhidmatan dan bagaimana untuk mendapatkannya di pasaran.

Pemasaran Luar Kotak

Pemasaran Luar Kotak merupakan satu teknik pemasaran yang positif terhadap pesaing anda dan trend pasaran. Selari dengan perkembangan teknologi media dan gaya hidup sosial, anda perlu menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam mencipta gaya atau konsep baharu untuk memasarkan produk.

Anda perlu menghadapi risiko pelanggan tidak mahu membeli produk anda. Oleh itu idea yang diketengahkan mestilah lebih digemari berbanding produk lain di pasaran dengan meletakkan satu nilai ditambah kepada konsep pemasaran sebagai contoh:

- Pembungkusan yang kreatif
- Kempen pemasaran parodi
- Jualan pra tempahan dengan hadiah
- Kombo set produk



4. Tempat

Kenal pasti lokasi dan kaedah untuk menjual produk atau perkhidmatan anda supaya dapat sampai kepada pengguna akhir. Ia boleh dibuat secara langsung atau tidak langsung menerusi beberapa jenis saluran pengedaran seperti agen, pengedar, pemborong dan peruncit. Kaedah alternatif seperti pasaran dalam talian juga boleh digunakan untuk menjual produk atau perkhidmatan secara terus kepada pelanggan yang disasarkan. Penggunaan tempat yang betul akan membolehkan anda untuk menembusi pasaran yang lebih besar, meningkatkan jualan dan memaksimumkan keuntungan kerana produk atau perkhidmatan anda telah sampai kepada pengguna akhir yang betul pada waktu yang tepat.



Perlu Tahu

Saluran margin:

Harga dibayar oleh pelanggan selepas mengambilkira harga kos yang ditanggung oleh penjual (termasuk harga pengantara)

Strategi tolakan:

Usaha pengeluaran untuk mempromosi perkhidmatan kepada pelanggan

Strategi tarikan:

Pelanggan mencari produk atau perkhidmatan disebabkan oleh penjenamaan produk yang mantap

Mendigitalkan Perniagaan Anda

Kita kini berada dalam era moden di mana kaedah pemasaran konvensional sudah menjadi kurang sesuai untuk sampai ke sasaran yang lebih besar. Penggunaan teknologi perlu digunapakai sepenuhnya, sekurang-kurangnya menggunakan kaedah pemasaran digital untuk perniagaan anda.

Pemasaran digital ditakrifkan sebagai aktiviti promosi untuk produk atau jenama melalui aplikasi media elektronik. Fungsinya ialah sebagai medium pertukaran maklumat produk atau perkhidmatan kepada pelanggan. Selain itu, usahawan boleh menggunakan kaedah ini untuk membina dan mengekalkan hubungan bersama pelanggan.

Pemasaran digital adalah lebih kos efektif daripada kaedah pemasaran konvensional dari segi kitar jualan yang berkurangan, boleh diukur, memberi lebih kemudahan serta mencapai hasil yang disasarkan. Pemasaran digital kini dan pada masa hadapan bermatlamat untuk menghasilkan jualan daripada pengguna internet.

Cara yang paling mudah untuk anda mencipta jaringan pemasaran atas talian sendiri ialah dengan menggunakan emel yang boleh dihubungkan dengan aplikasi atas talian yang lain seperti:

- i. Google Places
- ii. Weblog

Cara yang paling mudah untuk anda mencipta jaringan pemasaran atas talian sendiri ialah dengan menggunakan emel yang boleh dihubungkan dengan aplikasi atas talian yang lain seperti:

- i. Google Places
- ii. Weblog
- iii. Media Sosial
- iv. Pengiklanan Atas Talian
- v. Portal Khas
- vi. Pemasaran Bergambar
- vii. Berdasarkan lokasi seperti Foursquare
- viii. Laman Web

Strategi Pemasaran Digital

Ini adalah pelan tindakan yang perlu dibangunkan menggunakan jaringan atas talian yang ada untuk menarik minat pelanggan terhadap produk atau perkhidmatan perniagaan anda.

Berikut merupakan beberapa strategi pemasaran digital yang boleh digunakan untuk perniagaan anda:

5. Orang

"Tanggapan pertama akan berkekalan." Bagi menarik perhatian pelanggan, semua pekerja anda hendaklah memainkan peranan untuk mendapatkan kepercayaan, keyakinan dan jaminan supaya pelanggan membeli produk atau perkhidmatan yang ditawarkan. Anda perlu melatih dan memberikan kemahiran yang diperlukan supaya pekerja anda memahami objektif syarikat, produk dan perkhidmatan yang disediakan. Ini termasuklah jurujual, perkhidmatan pelanggan, staf teknikal dan sokongan juga perlu berpengetahuan supaya mereka dapat membantu untuk mempromosi produk atau perkhidmatan anda dengan lebih baik kepada pelanggan yang berpotensi.

Pelanggan juga merupakan orang yang penting dalam perniagaan anda. Pelanggan yang telah menggunakan produk atau perkhidmatan bukan sahaja akan membuat pembelian berulang dan menjadi pelanggan yang setia, malahan mereka akan menyampaikan maklumat tersebut kepada rakan dan kenalan mereka. Gabungan pekerja yang baik dan pelanggan yang berpuas hati akan membantu syarikat anda untuk mengembangkan perniagaan dan menjana keuntungan.

6. Proses

Ini adalah elemen dalaman untuk meletakkan satu sistem yang efektif dan bersesuaian dalam proses mengendalikan produk dan perkhidmatan anda kepada pengguna akhir. Hasil yang diperolehi akan meningkatkan jualan dan produktiviti. Sistem ini termasuklah proses penghasilan sehingga kepada pengurusan pertanyaan dan maklum balas pelanggan. Sebuah perniagaan yang baik akan menggunakan Prosedur Pengoperasian Standard (SOP) dalam menjalankan tugas tertentu.

SOP ialah arahan langkah demi langkah atau manual sebagai panduan untuk menguruskan produk dan perkhidmatan anda.



7. Fizikal

Suasana fizikal seperti lokasi perniagaan akan memberi impak untuk mendapatkan perhatian pelanggan anda. Susun atur dalaman bagi sebuah perniagaan runcit misalnya mempunyai ruangan yang luas untuk penggunaan troli, akan memberi keselesaan kepada pelanggan untuk membeli belah. Sebuah kedai makan yang mempunyai muzik latar dan suasana yang menenangkan akan mendatangkan keselesaan kepada pelanggan anda untuk menikmati hidangan.

Selain itu, penggunaan nama, simbol atau logo yang bertepatan akan membantu penjenamaan perniagaan. Nama dan logo yang tepat membolehkan pelanggan mengingatnya lebih lama serta menjadikan perniagaan anda lebih berbeza daripada pesaing anda. Sebagai contoh, logo yang besar boleh dipamerkan di premis perniagaan atau bangunan supaya mudah dilihat dari jauh, juga diletakkan dalam laman web serta kotak pembungkusan.

