

# Teknik pemasaran yang berkesan

**PERNAHKAH** anda terfikir bagaimana sesuatu produk itu menjadi sangat terkenal? Adakah kerana produknya bagus? Servis yang pantas? Atau pemasarannya yang berkesan?

Rata-rata pengguna di Malaysia terpuak dengan iklan-iklan di media massa seperti televisyen, radio mahupun di media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan banyak lagi. Jadi di manakah kekuatan produk mereka sebenarnya di antara ketiga-tiga tersebut?

Saya sebagai pengurus pemasaran syarikat Rimbun Sekebum telah mengenal pasti beberapa cara dan kaedah yang mereka telah gunakan untuk memastikan produk mereka dikenali ramai.

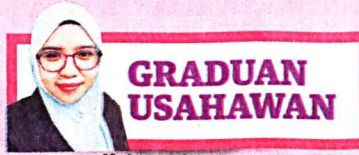
Sebagai contoh produk Milo keluaran Nestle sehingga kini mendapat permintaan yang sangat tinggi seakan-akan ia adalah benda wajib yang perlu ada di setiap rumah. Atas desakan anak-anak, ibu bapa terpaksa membeli produk berkenaan untuk memberikan kepuasan kepada anak mereka.

Selain itu, produk makanan ringan paling terlaris di Malaysia iaitu McDonald's. Saban hari kita terpuak dengan iklannya yang mengasyik dan menggiurkan orang yang menontonnya di kaca televisyen ataupun media sosial.

Persoalannya, bagaimana produk-produk mereka telah memikat dan memukau hati setiap pengguna di Malaysia? Semuanya berpunca daripada pemasaran yang berkesan. Bagaimana ingin menyediakan pemasaran yang berkesan? Pelbagai cara boleh digunakan untuk menjadikan produk kita terkenal di mata masyarakat. Antaranya adalah:

## ● Iklan yang menarik

Iklan yang paling memukau sepanjang kajian saya adalah iklan ayam goreng McDonald's. Kerangupan ayam yang dikunyah dan warnanya yang



Faiznur Iffah Pydi

sangat menarik menjadikan kaunter pembelian mereka sentiasa di barisi oleh pelanggan-pelanggan yang ingin membeli ayam goreng.

Selain itu, contoh iklan lain seperti pakaian Bella Ammara, Nealofar Hijab mempamerkan iklan produk yang memegunkan mata yang memandang. Bohonglah sekiranya dua tiga kali lalu depan mata iklan-iklan tersebut tidak mampu meruntun hati yang memandang. Lambat laun iman di dada lemah jua dan membeli produk-produk tersebut tambahan lagi ketika gaji atau bonus baru diterima.

## ● Tagline yang mudah diingati

Pernahkah anda terdengar perkataan sebegini? "Anda rasa saya ada masa untuk sakit kepala?" Saban hari kita mendengar iklan tersebut sehingga kita sendiri akan ingat dan menyebutnya di dalam hati.

Tagline sebegini memberikan kesan kepada mereka yang berasa sakit kepala dan memerlukan ubat akan teringat dan membeli ubat Panadol tersebut untuk dimakan. Contoh tagline kedua seperti "Minum Milo anda jadi sihat dan kuat" atau "Jom sarapan dengan Milo". Kebanyakan ibu bapa kini sukar memberikan keperluan makanan yang cukup kepada anak-anak mereka.

Oleh kerana para ibu bapa ingin mengumpun supaya anak mereka ambil makanan setiap pagi mereka akan menggunakan tagline produk Milo sebagai pembakar semangat supaya mereka ingin kekal cergas dan sihat di sekolah.

## ● Pemasangan papan iklan di

## tempat yang strategik

Beberapa produk telah dikesan memasang papan iklan di merata tempat. Contohnya, produk Nurraysa telah memasang papan iklan besar di seluruh Malaysia sepanjang lebuh raya tertentu.

Saya mengalami pengalaman ini di mana sewaktu saya pulang ke Johor Bahru, saya telah mengira berapa banyak papan iklan produk Nurraysa dipasang. Hampir 10 hingga 12 papan iklan terpampang produk Nurraysa ini dengan slogannya "Apa sa?".

## ● Sistem pemasaran rujukan

Setiap servis yang kita berikan kepada pelanggan ibarat seperti satu teknik pemasaran. Apabila seseorang telah membeli produk daripada kita dan kita memberikan servis layanan dan produk yang dapat membantu menyelesaikan masalah mereka.

Ia akan menjadi lebih mudah tersebar apabila kawan kepada pelanggan tadi mempunyai masalah yang sama.

Kebarengkalian kawan kepada pelanggan tadi akan membeli untuk mendapatkan servis dan produk daripada kita (adalah tinggi).

Walau apapun produk kita seandainya kita kurang memberi perhatian terhadap pemasaran, kegagalan produk tersebut untuk kekal lama adalah rendah.

Seperkara lagi belum tentu produk kita sudah terkenal tetapi hasil jualan kita akan tinggi, tetapi sekali dah terkenal hasil jualan pasti melambung tinggi kerana kebiasaannya permintaan daripada pelanggan berdasarkan kepercayaan mereka kepada produk yang sudah terkenal.

**FAIZNUR IFFAH PYDI** adalah pelajar Tahun 4 Bachelor Sains Hortikultur, Fakulti Pertanian, Universiti Putra Malaysia