

PENGGUNAAN ICT SEBAGAI PEMANGKIN PEMASARAN PERNIAGAAN

Penulis : NorSyuhada binti Hamdan

Jawatan : Penolong Pegawai Teknologi Maklumat

Bahagian : Unit Sistem Sokongan PTJ, Seksyen Sistem Maklumat

Pengembangan Rangkaian Pemasaran menggunakan ICT

Kaedah pemasaran yang dijangka dapat memudahkan, mempercepatkan penyaluran maklumat dan hebahan kepada umum iaitu menggunakan internet sebagai media akan menjadi kaedah tambahan kepada kaedah pemasaran perniagaan yang sedia ada. Mengaplikasikan ICT dalam perniagaan adalah antara pemangkin kepada kejayaan dan keberkesanan mana-mana operasi perniagaan.

Penggunaan kaedah ICT ini perlu bagi mewujudkan kepada :

- Pengedaran maklumat yang profesional,
- Pemasaran secara efektif,
- Pemangkin kepada aktiviti perniagaan,
- Cepat, Mudah dan Sahih,
- Kemudahan Capaian Maklumat yang efisien dan kaya maklumat(rich information).
- Dalam era ICT, penggunaan komputer tidak sepatutnya hanya kepada membuat operasi-operasi biasa atau asas sahaja seperti menyimpan akaun atau menguruskan kewangan, melakukan penaipan, malah ia harus digunakan lebih daripada itu.

3 Kaedah pemasaran maya secara ICT :

i. Menggunakan laman Web :

Laman web atau website adalah menggunakan kaedah penyampaian maklumat menggunakan dokumentasi secara dalam talian dan dengan cara yang boleh menarik perhatian. Ini kerana terdapat banyak syarikat perniagaan yang menggunakan laman web sebagai satu tempat untuk mempromosikan perniagaan mereka. Laman yang menarik dan mudah akan menarik perhatian pengguna Internet. Pada masa hadapan, akses kepada internet tidak akan hanya kepada komputer sahaja, malah ia boleh digunakan melalui media-media lain seperti televisyen.

ii. Kaedah sebaran SMS

– kaedah ini akan dilakukan dengan antara ahli dalam kumpulan sahaja. Penyampaian hebahan dilakukan secara ringkas dengan menyertakan alamat web sebagai rujukan lanjutan. Dalam perniagaan ini pada masa hadapan, satu bentuk aplikasi dan sistem hebahan SMS yang sistematik yang bersesuaian dengan perniagaan perlu diwujudkan bercirikan sepertimana yang akan digariskan oleh pengurusan ini nanti.

iii.E-mail

– pada masa sekarang, komunikasi yang paling murah, mudah, efisien dan efektif adalah menggunakan email. Terdapat pelbagai e-mail yang antaranya percuma dan perlu dibayar, bergantung kepada keadaan dan kehendak. Penghantaran dokumen, dalam pelbagai bentuk, pemindahan fail-fail, seperti gambar-gambar dan termasuk juga penghantaran suara adalah satu perkara mungkin sekiranya menggunakan e-mail.

MENGGUNAKAN ICT DALAM PERNIAGAAN

Dengan menggunakan unsur-unsur ICT dalam pemasaran seperti 3 perkara yang dinyatakan diatas, pengembangan rangkaian pelanggan yang dijangkakan boleh meningkat dengan mendadak. Ia akan turut juga mengembangkan pemasaran dengan mendadak.

Dalam ekonomi baru ini, iaitu ekonomi berteraskan “pengetahuan”, kelajuan(speed) dan masa(time) adalah penting dan merupakan keperluan yang mesti.

Dengan menggunakan medium ICT seperti Laman Web, SMS dan juga E-mail, diharapkan mereka yang terlibat dalam aktiviti perniagaan tidak akan ketinggalan, samada dari segi capaian maklumat. Berada dua tiga langkah dihadapan berbanding pesaing adalah satu kelebihan kepada pemilik perniagaan yang sedang berjaya.

Penggunaan kepada ICT perlu menjadi teras kepada perniagaan. Keperluan-keperluan seperti membuat keputusan yang bijak, atau perkara-perkara W5H, – (Apa, Mana, Siapa, Yang Mana, Bila dan Bagaimana) – sesuatu perniagaan, kondisi, syarat-syarat dan terma. Pemilik perniagaan perlu memahami dan melihat hadapan kesan dalam membuat keputusan. Maka rujukan dan panduan adalah keperluan yang mesti.

Pengetahuan atau ilmu yang dimiliki oleh pemilik perniagaan adalah asas, dan bagaimana mendapatkan dan memperolehi pengetahuan tambahan, adalah dengan adanya satu capaian maklumat yang berkesan dan efektif. Maklumat yang diperolehi oleh bakal pelanggan perlu sahih dan mengikut perkembangan semasa supaya pelanggan tidak keliru. Maka, perlu kepada pemilik perniagaan memahami ICT adalah satu keperluan.

Pengembangan rangkaian yang berlaku menggunakan medium ICT, adalah begitu cepat dan berkadar dengan masa dan medium itu sendiri. Adalah perlu untuk pemilik perniagaan mempunyai pengetahuan tentang bagaimana untuk mendapatkan kaedah penyebaran maklumat yang berkesan dan efektif.

Dan sebagai langkah permulaan perniagaan, mewujudkan rangkaian yang berpotensi untuk pelbagai aktiviti dan tujuan perniagaan akan dijalankan secara sistematik, teratur dan bijak.

PENGEMBANGAN RANGKAIAN SECARA ICT

Ukuran kejayaan kepada pelaksanaan ICT di dalam perniagaan bercorak "k"(Knowledge) adalah :

1. Senantiasa menggunakan applikasi dan pendekatan baru dan inovatif,
2. Melakukan urusanniaga secara berkala dan bersistem,
3. Berada dalam persekitaran yang selamat,
4. Maju dan senantiasa positif,
5. Sentiasa bersedia dalam persekitara selamat dan bermaklumat,
6. Mempunyai pengetahuan(berilmu) dan bermaklumat,
7. Pengurusan yang efisien dan efektif.

Ciri-ciri diatas boleh berlaku sekiranya penggunaan ICT diperluaskan di dalam perniagaan yang mahu dijalankan. Dengan penggunaan ICT, antaranya menggunakan internet adakah sebagai kaedah atau cara yang efektif dan sesuai untuk meningkatkan perniagaan dalam tempoh yang segera.

Pada masa sekarang, masa dan tenaga adalah satu unsur kepada kemajuan diri dan sekeliling.

Pada era ICT ini, pelbagai galakan dan saranan daripada kerajaan umpamanya agar mendekatkan dan memahirkan diri dengan dunia ICT. Penggunaan ICT untuk meningkatkan pengeluaran produk pertanian, atau meningkatkan hasil kebun umpamanya kerap disuarakan di akhbar.

Ini kerana penggunaan maklumat dalam peningkatan ekonomi adalah penggerak kepada ekonomi sesuatu kommuniti itu sendiri. Ia juga mampu mempelbagaikan aktiviti kemasyarakatan negara secara tidak langsung.

ICT perlu dieksploitasikan penggunaannya dalam cabang perniagaan. Ini agar memastikan bahawa bentuk perniagaan seperti aktiviti perkhidmatan dan pembekalan yang dijalankan ini wujud, dan disedari kehadirannya(existance). Dengan medium ICT, kewujudan sesuatu perniagaan akan dirasai. Kadangkala pelanggan mahukan sesuatu produk, tetapi boleh jadi pelanggan tidak tahu akan kewujudan produk atau perkhidmatan tersebut sudah lama wujud di sekeliling mereka.

Penyebaran maklumat yang segera dan cepat adalah unsur asas dalam keberkesanan perjalanan operasi sesuatu perniagaan. Apabila kehadiran sesuatu perkhidmatan atau produk itu diketahui, ia akan pergi ke peringkat yang seterusnya iaitu, berminat dan selepas itu, terserah kepada bakal pelanggan samada mahu mendapatkan perkhidmatan atau pembekalan tersebut.

Ataupun pelanggan tersebut akan menyebarkan maklumat berkenaan perkhidmatan atau produk itu pula kepada orang yang lain. Rangkaian hebahan lisan(word-of-mouth) akan berlaku secara tidak langsung, dan ini akan meberikan kesan rangkaian berganda.

Penyebaran maklumat akan berlaku, samada melalui lisan atau melalui media tertentu. Namun, penyebaran maklumat yang paling murah, mudah, cepat adalah secara lisan. Sebagai pendekatan pemasaran secara lisan, konsep cerita panggung wayang diperbincangkan pada masa akan datang.

sumber :Nor Hesham Bin Mohamed

Pengasas www.norhesham.com dan www.halalfirst.com.my