

Media item

Full Text

Pendekatan pemasaran MySTIE 5.0 berupaya bantu perniagaan terjejas

Utusan Sarawak, Malaysia by Bernama

20 Dec 2021

EKONOMI - Page 0 - 275 words - ID my0046457341 - Photo: No - Type: -

Size: 213.00cm²

Pendekatan pemasaran MySTIE 5.0 berupaya bantu perniagaan terjejas - Bernama

PUTRAJAYA: Lima pendekatan pemasaran di bawah inisiatif pemasaran dan penjenamaan Rangka Kerja 10-10 Sains, Teknologi, Inovasi dan Ekonomi Malaysia (MySTIE) 5.0 berupaya untuk membantu perniagaan yang terjejas akibat pandemik Covid-19, kata Menteri Sains, Teknologi dan Inovasi, Datuk Seri Dr Adham Baba. Lima pendekatan itu adalah pemasaran yang dipacu data (data-driven marketing), ramalan (predictive marketing), kontekstual (contextual marketing), augmentasi (augmented marketing) dan ketangkasan (agile marketing), katanya. Merujuk Laporan Digital 2021 yang mana pengguna internet global mencecah 4.88 bilion pada Oktober 2021 sahaja, Dr Adham berkata, usahawan perlu memahami kepentingan data untuk menganalisis trend semasa, meramal permintaan dan penawaran oleh pelanggan memandangkan setiap perniagaan yang diceburi akan bersifat mampan dan kajis masa depan. "Apabila kemudahan ini diguna dengan kreatif dan inovatif, potensi penerimaan dan pembelian produk atau sesuatu perkhidmatan itu sudah pasti lebih meluas bukan sahaja dalam negara malah di peringkat antarabangsa," katanya. Dr Adham berkata, demikian pada majlis pelancaran "inisiatif pemasaran dan penjenamaan MySTIE 5.0 secara maya yang diadakan bersama majlis perasmian Masterclass by Philip Kotler, yang dikenali sebagai Bapa Pemasaran Moden dari Amerika Syarikat, baru-baru ini. Inisiatif pemasaran dan penjenamaan MySTIE 5.0 itu merupakan usaha sama Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi (MOSTI) dan Akademi Sains Malaysia, yang antara lain menitikberatkan penglibatan pelbagai pemegang taruh seperti agensi kerajaan, syarikat swasta serta peniaga kecil dan sederhana menerusi pendekatan senegara. Lebih 600 peserta dalam talian menyertai sesi Masterclass bersama Kotler yang bertajuk Company Decisions and Marketing 5.0, yang mana beliau berkongsi ilmu pemasaran terkini dengan para peserta. Dr Adham berkata, MOSTI komited untuk menyokong komuniti usahawan negara ini agar berada di hadapan dengan menggunakan kaedah pemasaran terbaik melalui teknologi dan inovasi terkini. - Bernama

Provided for client's internal research purposes only. May not be further copied, distributed, sold or published in any form without the prior consent of the copyright owner.



Media Alerts may be subject to error or omission. Media Alerts are for the use of Isentia clients only and may not be provided to any third party for any purpose whatsoever. Isentia operates across the Asia Pacific region and uses multiple sources to gather audience data for internet, press, radio and television media entities. These audience data providers include AGB Nielsen Media Research, Audit Bureau of Circulations, comScore, CSM Media Research, GfK Radio Ratings, OzTAM, Nielsen, Research International and TNS.