

Pemasaran digital dengan Self-Funded Proposal

PERALIHAN zaman analog ke era teknologi digital menyaksikan perkembangan komunikasi dan perkongsian maklumat dengan skala yang amat pesat. Pelbagai perkara boleh kita rujuk dan pelajari dengan mudah. Sama ada maklumat itu sah atau tidak, semuanya berlegar di sekeliling kita melalui pelbagai platform komunikasi digital.

Ia memerlukan kebijaksanaan kita dalam mengenal pasti maklumat yang sahih dan saluran yang dipercayai berdasarkan kredibiliti individu dan organisasi yang turut menjadi penilaian orang ramai. Oleh itu, *authority* atau kewibawaan pasaran memainkan peranan penting agar maklumat yang dikongsi dapat menghasilkan impak terhadap objektif perniagaan.

Kini semakin ramai usahawan yang mula memanfaatkan *Self-Funded Proposal* sebagai salah satu strategi memperkukuh potensi pasaran. Ia berkesan sebagai tools jangka panjang yang menyokong keyakinan pelanggan dan prospek pasaran. Oleh

itu, terdapat beberapa kaedah dalam membina kepercayaan pasaran dengan memanfaatkan *Self-Funded Proposal* dalam mengatasi persaingan digital noise yang semakin rancak dalam era digital.

MENERBITKAN E-BUKU BERKAITAN BIDANG DICEBURI

Tujuan utama menerbitkan e-buku bukan sebagai sumber pendapatan utama tetapi dijadikan sebagai panduan realiti untuk rujukan prospek dan pelanggan. Selain berpotensi untuk dijual, buku tersebut menjadi pemangkin membina kepercayaan prospek terhadap kewibawaan anda.

Sebagai contoh, sekiranya anda terlibat dalam bidang hartanah, anda boleh menerbitkan buku berkaitan tips membeli rumah berdasarkan pengalaman dan penglibatan sebagai agen hartanah. Begitu juga sekiranya anda seorang doktor, guru, auditor, ahli pemasaran, ejen insurans mahupun bekerja sendiri.

PERSPEKTIF

Oleh
Khair Khalid



MEMBANGUNKAN LAMAN SESAWANG KERJAYA

Memiliki sebuah laman sesawang rasmi yang lengkap dengan rujukan profil dan portfolio juga sudah seakan menjadi keperluan bagi mereka yang serius membangun kerjaya dalam era digital ini. Malah terdapat ramai ahli perniagaan, eksekutif dan ejen perniagaan kini yang turut membangunkan personal website bagi menyokong aspirasi perniagaan.

Kos memiliki sebuah laman sesawang profesional tidak melibatkan kos yang besar jika dibandingkan potensi yang boleh dicapai. Malah dengan pengisian kandungan yang sesuai dengan bidang yang diceburi turut membantu memperkasa personaliti diri dalam

membina penjenamaan serta kepercayaan prospek industri mahupun pelanggan dengan lebih baik.

Memanfaatkan ruangan artikel blog dalam berkongsi perspektif kerjaya juga menjadi satu nilai tambah jangka panjang. Anda juga boleh menjadi penulis jemputan atau kontributor kepada laman sesawang mempunyai nama atau *authority* yang terkait dengan *niche* penglibatan anda sebagai pendedahan kerjaya.

PENGISIAN SALURAN MEDIA SOSIAL

Secara dasarnya tidak memerlukan kos untuk mendaftar akaun media sosial yang tersedia di alam maya. Namun bagi memastikan ia selaras dalam hasrat untuk manfaat kerjaya dan perniagaan, adalah sebaiknya kita mengenalipasti kesesuaian pilihan platform media sosial untuk matlamat kerjaya dan perniagaan.

Status pengisian dan profil di media sosial pilihan tersebut

juga perlu dijaga agar segala input yang dikongsi bersesuaian dengan *niche* kerjaya dan penampilan yang ingin ditekankan kerana ia memberi refleksi diri anda terhadap prospek dan pelanggan.

Justeru itu, kini terdapat ramai dalam kalangan usahawan, para profesional, termasuk mereka yang berkelayakan seperti guru berjaya membuka pusat tuisyen persendirian, ejen hartanah menjadi mentor berjaya serta pelbagai lagi aspirasi yang dapat direalisasikan dengan sokongan *Self-Funded* kepada prospek digital yang mereka sasarkan.

Namun, ia bukan kejayaan yang boleh berlaku semalaman. Ia memerlukan fokus pengisian secara konsisten. Mulakan dengan merangka *input* perkongsian dengan memanfaatkan peluang dan potensi saluran digital demi kebaikan kerjaya dan perniagaan.

Penulis adalah perunding pemasaran bertauliah dan pakar pemasaran digital.