

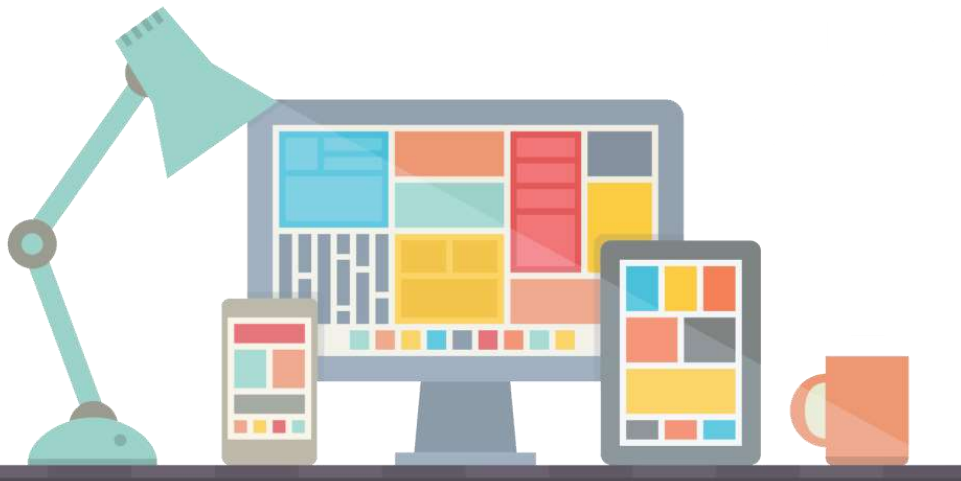


# TOT KEUSAHAWAAN 2019





**Mohd Norulhisyam Hassan**  
**fb.me/syamhassan**  
**ig @syamhassan**



# IKON-IKON PEMBELAJARAN



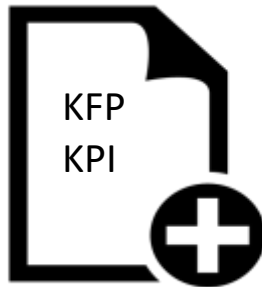
Latihan Teknikal



Penekanan Q&A  
Bersama Pelajar



Kerja Berkumpulan



Rujuk Buku Kuasai Formula Perniagaan  
Rujuk Buku Kuasai Perniagaan Internet

## OBJEKTIF PEMBELAJARAN

- Untuk tenaga pengajar memahami pendekatan yang perlu ditekankan semasa proses pembelajaran kepada peserta

# Pengguna Sosial Media seluruh dunia

## facebook Community Update



**1.55 Billion**  
people on Facebook each month



**900 Million**  
people on WhatsApp each month



**700 Million**  
people on Messenger each month



**400 Million**  
people on Instagram each month



**1+ Billion**  
people on Facebook each day



**925+ Million**  
people using Groups



**8+ Billion**  
video views each day



**15+ Million**  
people online due to Internet.org



**45+ Million**  
small & medium businesses using Pages



**Completed Aquila**  
first unmanned aircraft to beam down internet



**Announced first satellite launch**  
to provide internet



**Introduced M**  
digital assistant powered by AI



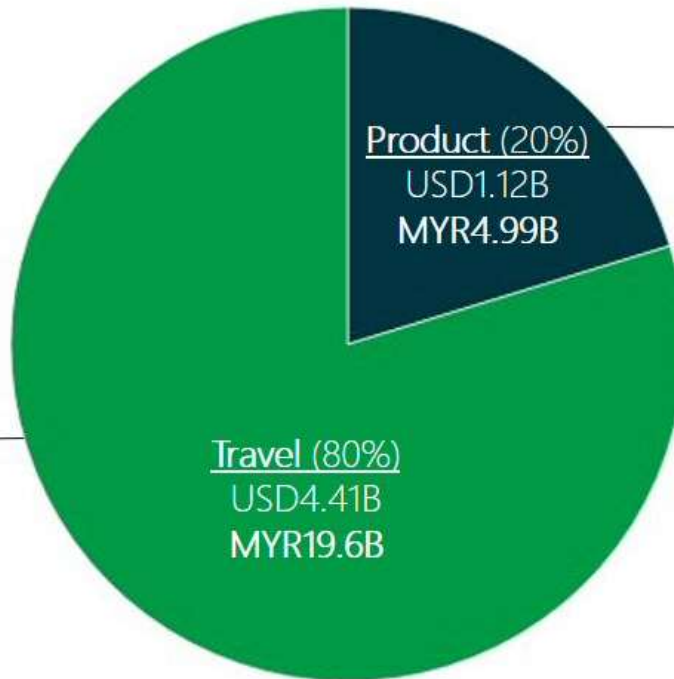
**Announced Gear VR**  
consumer release

# ECOMMERCE MARKET SIZE MALAYSIA (2017f)



Travel (80%) 

- Flight
- Hotel
- Travel Package



Product (20%) 

- Electronics & Media
- Furniture & Appliances
- Toys, Hobby & DIY
- Fashion
- Food & Personal Care



Total: USD5.53B / MYR24.6B  
 (~25% YoY growth)

Data sourced from Statista 2017  
 Compiled & presented by eCommerceMILO



# ECOMMERCE PLATFORMS

BRANDS

CUSTOMERS

**B2B**

supply bunny.com Alibaba.com  
Digital trade starts here

**C2C**

MARKETPLACE

Shopee imSold! carousell  
Taobao.com Lazada.com LeLong.my ebay  
Qoo10

CLASSIFIEDS/P2P

mudah.my Carlist.my

CROSS-BORDER

AllExpress amazon ezbuy 天猫  
ebay Etsy 5thshop 淘宝网 hawii

MARKETPLACE

LAZADA 11ST LeLong.my  
GEMFIVE youbel! Shoppu logon!

ETAILER

TESCO COURTS Harvey Norman  
guardian watsons mph

DAILY DEALS

GROUPON StreetDeal easyDEAL

**B2C**

VERTICALS

FASHION & APPAREL  
FASHION VALET BATA  
DRESSABELLE POPLOOK MYSALE  
MILKTEE KEI MAG SALLYFASHION

BEAUTY  
HERMO SEPHORA L'OCCITANE  
ESTEE LAUDER CLINIQUE THE BODY SHOP.

WOMEN & BABY

FOOD & GROCERY  
YUMCIOUS foodpanda DELIVERIT  
HappyCash dahmakan.

HOME & LIVING  
ipmart.com

ELECTRONICS & GADGETS  
DIRECTO smart.com  
ShashinKi

LIFESTYLE & TRAVEL  
Booking.com airbnb malaysia  
Expedia.com.my traveloka

OTHERS  
KFit WONG ServisHero  
Kinokuniya Supplycart

MARKET RESEARCH

nielsen F ecommerceIQ

CONSULTING

Frost & Sullivan AT Kearney  
BCG McKinsey & Company  
Bain & Company e-commerce

ecommerceIQ

ECOMMERCE SOFTWARE

MARKETING

EMAIL MARKETING  
Campaign Monitor MailChimp  
Marketing Cloud Constant Contact  
Ematic emarsys

AFFILIATE MARKETING  
Optimize Affiliate Network  
Rakuten Affiliate Network  
The Affiliate Gateway

PRICE COMPARISON  
Jetapanda PricePony  
Priceme ShopBot Smart Shoppers  
iPrice iMoney.my

AD NETWORKS  
EyeClick Criteo Innity  
Popcash Outbrain Taboola

RETARGETING  
Criteo Google AdRoll Sclomatic Sizury

CONTENT MARKETING  
Gushcloud Buufang

SOCIAL MEDIA

PAYMENTS

PAYMENT GATEWAY  
adyen 2CO 3CHECKOUT CODAPAY  
mastercard eWay 2C2P  
helloPay PayPal paymentexpress  
Braintrust MOLPay GHIL Payoneer  
pay.com maybank2u.com Alipay

MOBILE WALLET

BANK  
AmBank

TELCO  
Celcom AirCash

OTHER

LOGISTICS

3PL  
POS POS Laju GDEX abx  
NINJA VAN InPost  
DPEX aramex  
SURFACH SKYNET LEPTO

ON-DEMAND DELIVERY  
Grab GO GET easy2send

FULFILLMENT  
DHL FEEL e-commerce DKSH

91% of online users shop online



## TRUST

is the main reason why online users don't shop online

42%

Can't "touch&feel" the product

37%

Don't trust online shopping (Security)

35%

Don't trust online shopping (Seller)

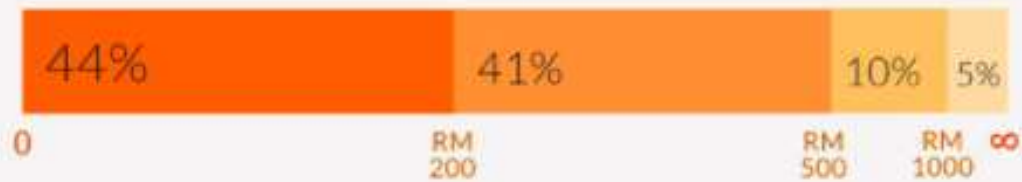
19% Can't find what I want

16% No means to pay online

More than 50% shop online once or more in a month



More than 85% spend RM500 online or less in a month



Top 3 Reasons of Online Shopping





## Top 5 Categories Online Shoppers buy from...



### Local Site



Electronics



Fashion & Accessories



Food & Beverage



Health & Beauty



Home



### Foreign Site



Fashion & Accessories



Books & Magazines



Hobby & Arts



Toys & Games



Electronic

# facebook®



**Personal Profile**



**Group**

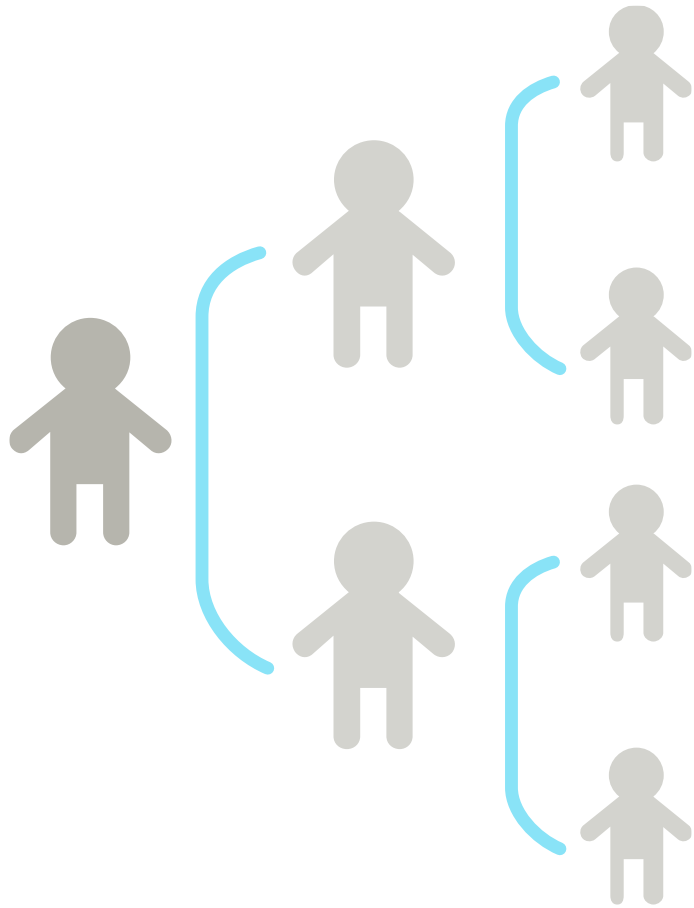


**Business Page**

<i>Label</i>	Friends	Members	Fans (Likers)
<i>For</i>	People	Organizations	Businesses
<i>Capacity</i>	5,000	5,000	Unlimited
<i>Contacting</i>	Email 20	Email 5000	No Emailing, Updates Sent to "Notifications"
<i>Newsfeed Appearance</i>	Full Appearance (Everything)	Only Highlights	Full Appearance (Everything)
<i>Commercial Activity (Selling or Advertising)</i>	No	No	Allowed



22 juta



# Asas Keusahawanan Di Abad Masakini

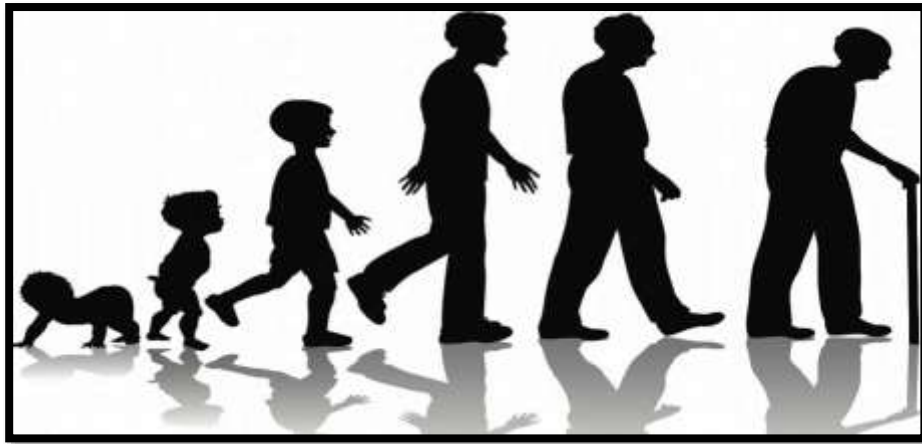


## OBJEKTIF PEMBELAJARAN

- Memahami struktur offline & offline
- Memahami konsep USP & segemntasi
- Kenalpasti kos perniagaan

# **MINDSET USAHAWAN PERLU STRATEGIK**

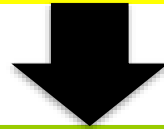
SETIAP ORANG BOLEH BERNIAGA.....ITU DIKIRA MUDAH  
TETAPI ADAKAH PERNIAGAAN ANDA TETAP ADA APABILA ANDA TIADA



## **LEGASI BISNES**

# SENARIO PERNIAGAAN PRE & POST DIGITAL

Perniagaan Dulu  
Promosi = Belian



Perniagaan Sekarang  
Informasi Percuma + Feedback=Belian



**Cara Kita Berkomunikasi untuk Menjual & Membeli telah berubah**



# PERUBAHAN PADA MINDSET PEMBELI

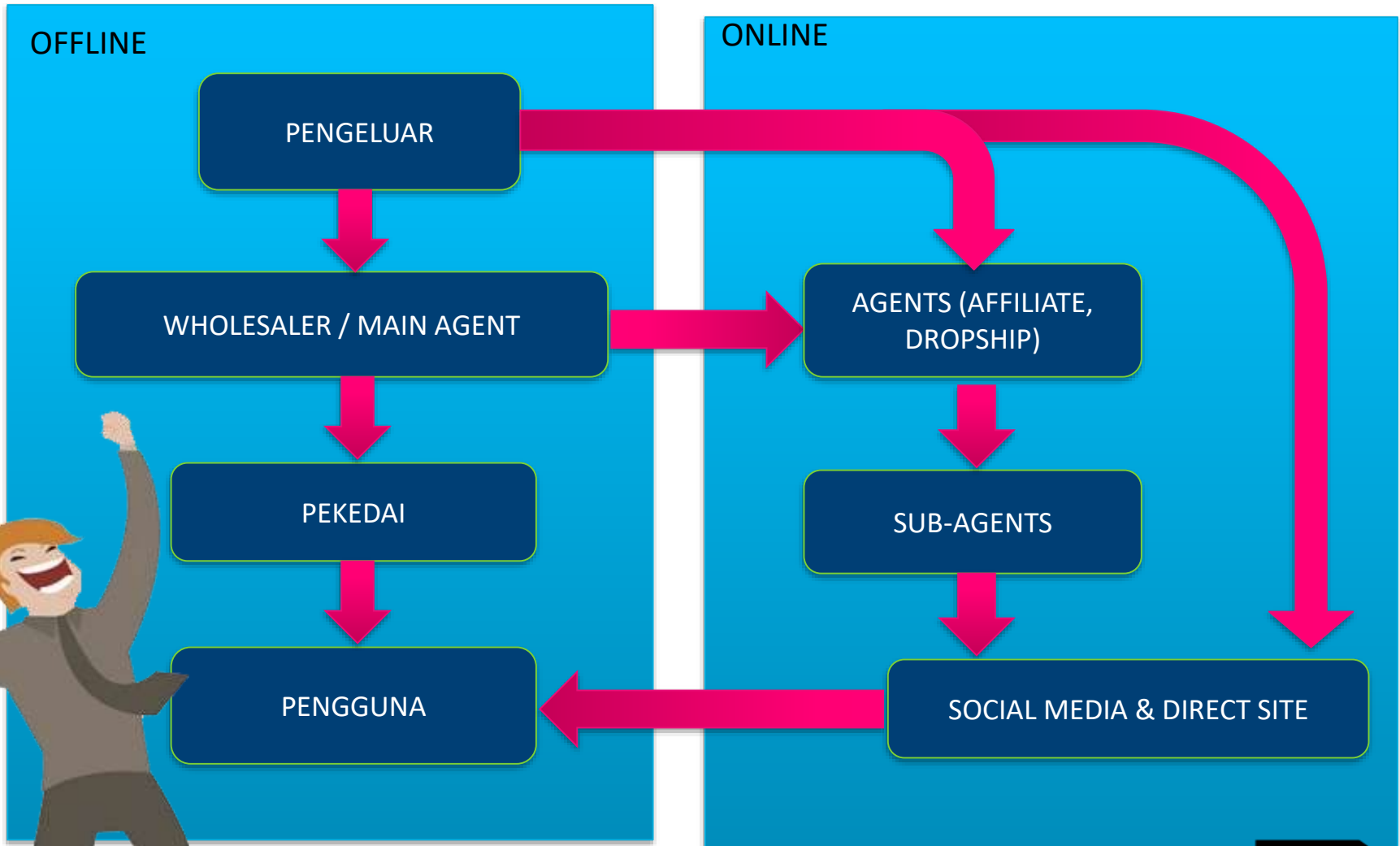
DULU

SEKARANG

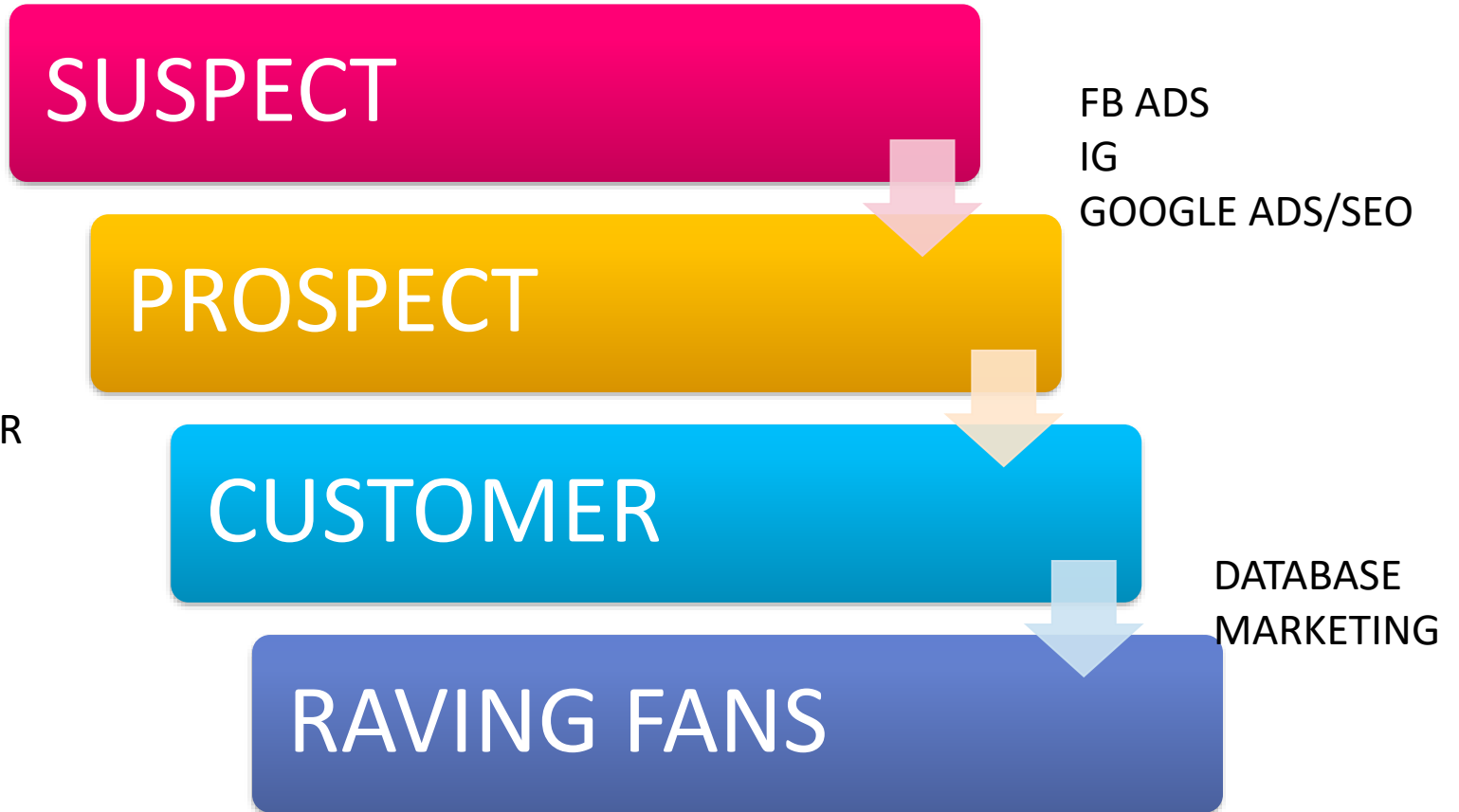


**DUNIA DIGITAL TELAH MENGUBAH LANDSKAP PERNIAGAAN**

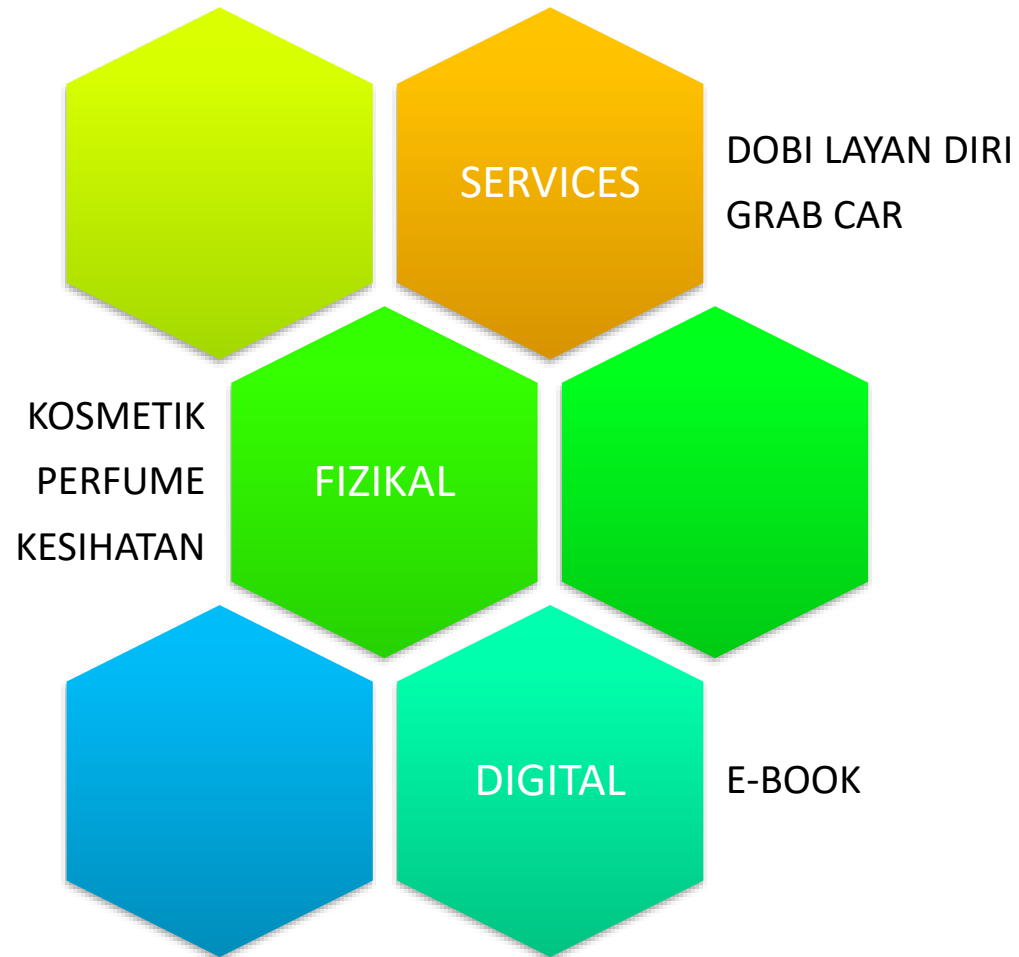
# STRUKTUR ONLINE & OFFLINE



# OM FUNNELS



# PRODUK



# AURAN VALIDASI IDEA PRODUK & PERKHIDMATAN



IDEA ANDA



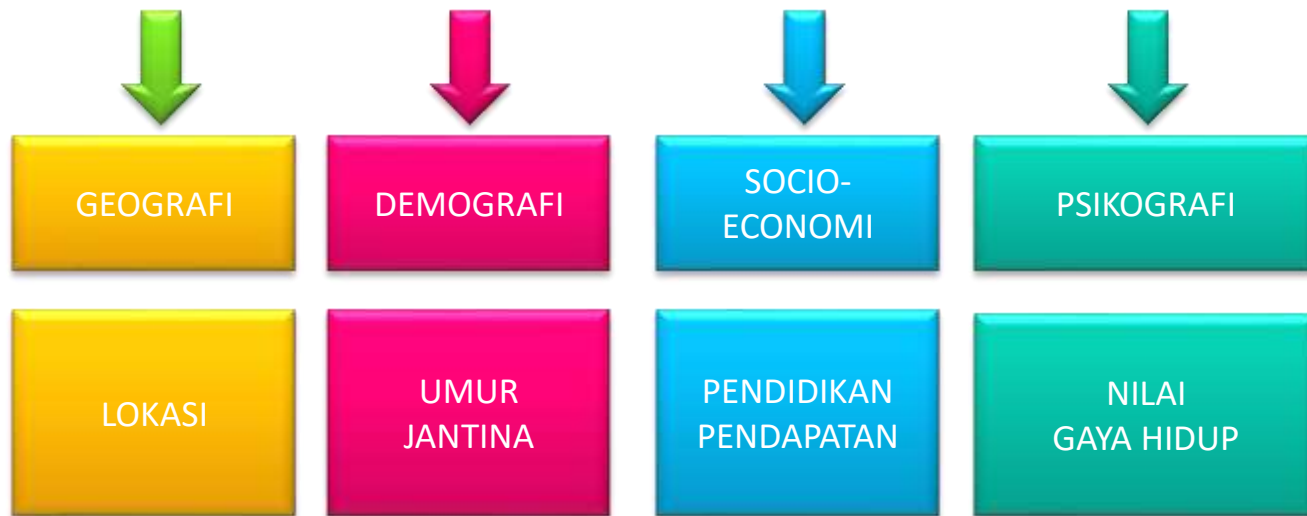
PRODUK & PERKHIDMATAN PERLU  
MENYELESAIKAN MASALAH DAN MEMBERI NILAI TAMBAH

# KENALI PELANGGAN ANDA



INI MELIBATKAN PROSES SEGEMENTASI

**PELANGGAN ?**



KOS IKLAN MAMPU DIKURANGKAN DAN MESEJ MENEPATI SASARAN



# FAHAM APA YANG DINIAGAKAN THE 4PS (MARKETING MIX)



# USP

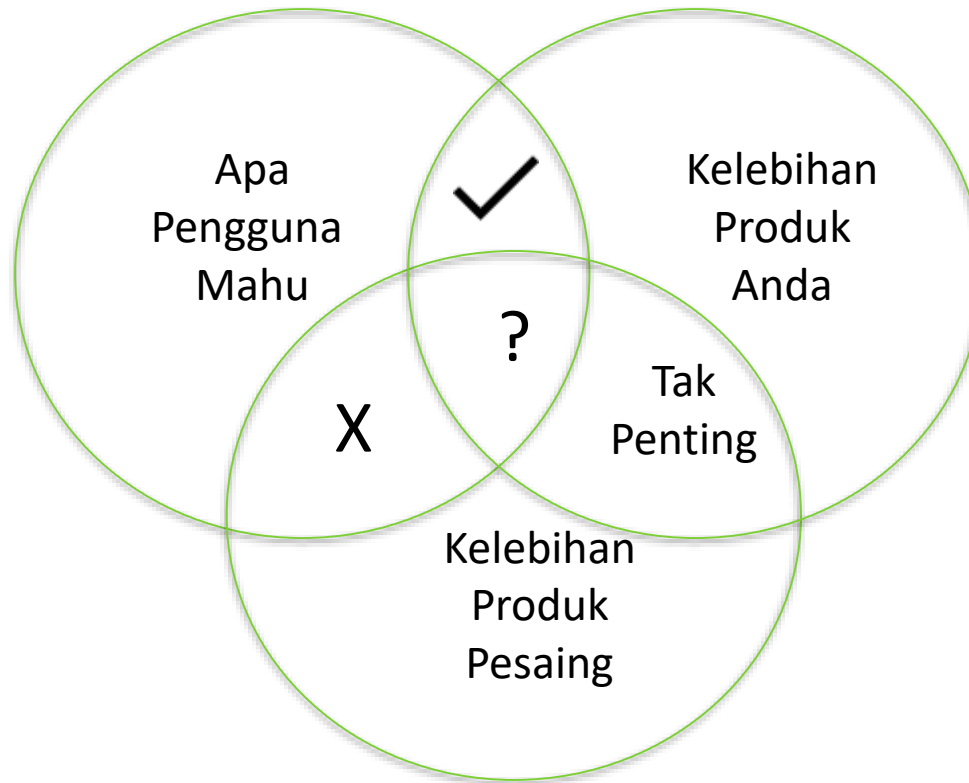
## Unique Selling Point



- ▶ Something unique
- ▶ Something that differentiates you
- ▶ Connected to product
- ▶ Specific benefit
- ▶ What our brand/product has and others don't
- ▶ What we are best at
- ▶ The Argument
- ▶ Value for customers
- ▶ Reason to buy
- ▶ Time limited



# DIMANA PRODUK & SERVIS ANDA PERLU BERADA



**LAKUKAN ANALISA SWOT**

## **PERSOALANNYA...**

APAKAH BRAND ATAU JENAMA ANDA ?  
PERSEPSI PROSPEK TERHADAP BRAND  
ANDA?  
APAKAH PERANCANGAN BRAND ANDA?

# APAKAH SEBENARNYA PENJENAMAAN (BRANDING)

INTIPATI (ESSENCE),  
PERWATAKAN (PERSONALITY) &  
NILAI (VALUE)



NAMA  
JENAMA

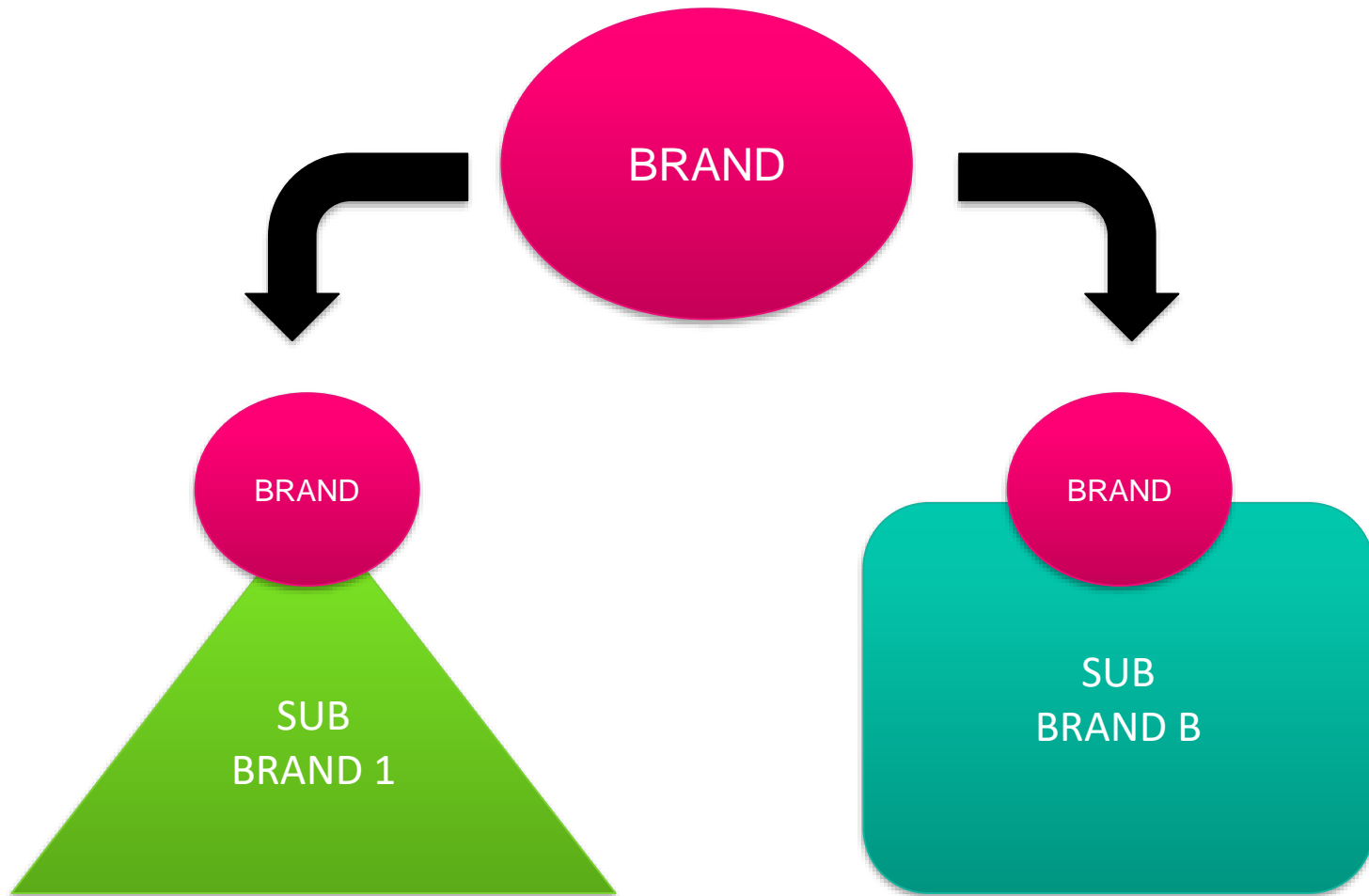
LOGO

SLOGAN

WARNA  
ASAS



# MENGEMBANGKAN JENAMA



# PACKAGING & VISUALIZATION (LOOK & FEEL)



**SUBWAY**  
eat fresh.™

DEMOGRAFI

GEOGRAFI

CUSTOMER  
AVATAR

PERSONALITI

SOCIAL STATUS

# MENGENALI POTENSI PRODUK YANG AKAN DIHASILKAN



**PERTUMBUHAN SESUATU PERNIAGAAN YANG  
SIHAT PERLULAH BERSIFAT:**

# ORGANIK

*LEBIH MUDAH MEMULAKAN PERNIAGAAN YANG ANDA BENAR-BENAR BERMINAT  
DARI MENCEBURI BIDANG PERNIAGAAN KERANA ORANG LAIN BUAT*

Hutang vs Duit Sendiri ?

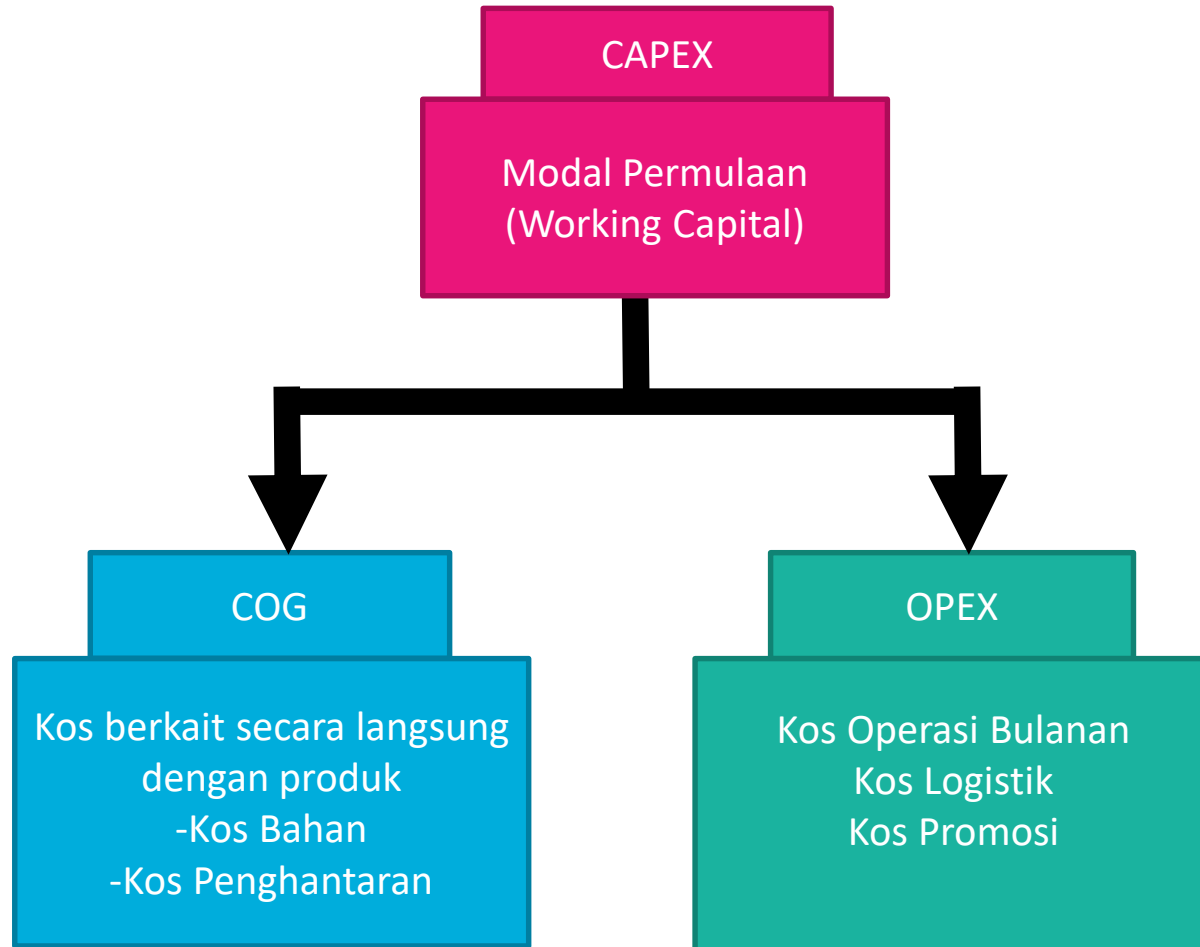
# **APAKAH ITU KITARAN PERNIAGAAN SEBENARNYA?**

KEUNTUNGAN (PROFIT).

KETAHANAN (SUSTAIN).

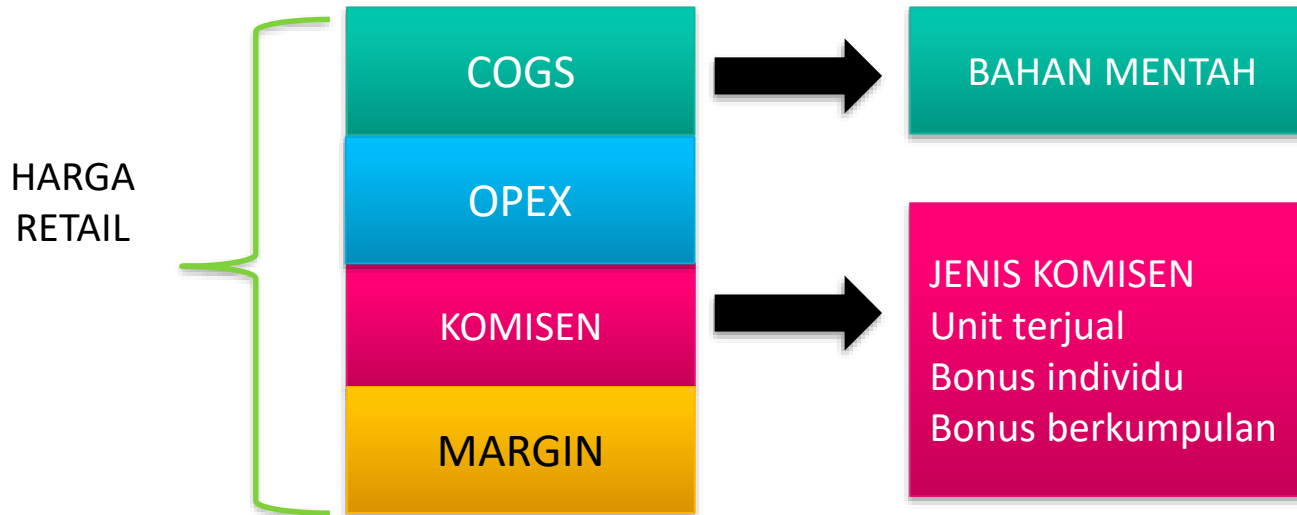
PERTUMBUHAN (GROWTH).

# BINA STRUKTUR PERNIAGAAN YANG KUKUH MELALUI ASAS KEWANGAN



**OBJEKTIF UNTUK KENALPASTI KOS KESELURUHAN UNTUK  
MENAMPUNG PERNIAGAAN SEHINGGA MENGHASILKAN  
KEUNTUNGAN**

# MEMAHAMI MARGIN YANG SEBENAR



Monitor, Manage, Review

- PASTIKAN JUMLAH KOS SENTIASA TERKAWAL
- PASTIKAN SKIM KOMISEN TIDAK MEMPUNYAI IMPAK YANG NEGATIF PADA MARGIN
- MARGIN DILABURKAN KEPADA INVENTORI DAN JUGA UNTUK TUJUAN PEMBANGUNAN PRODUK

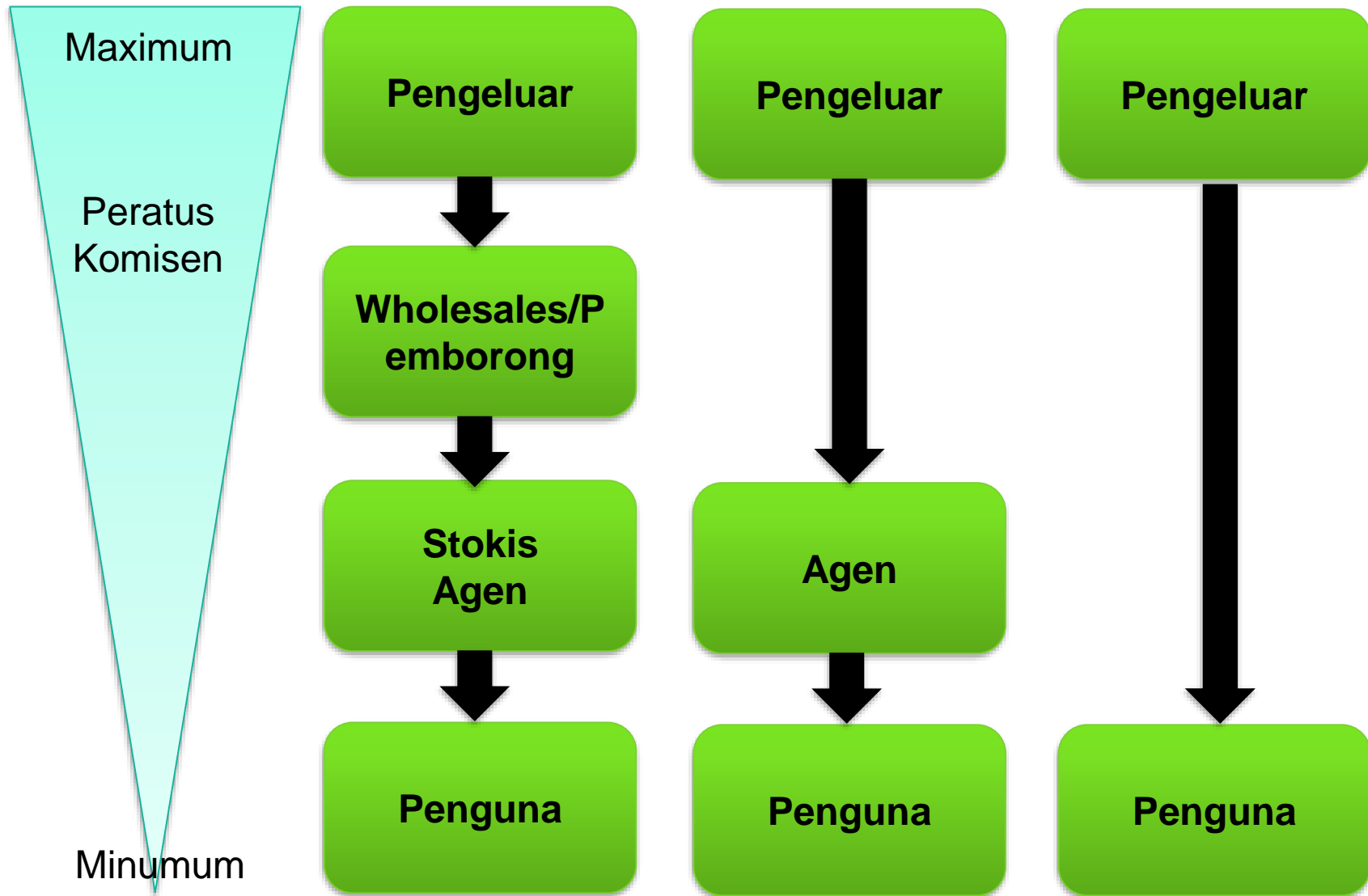
OBJEKTIF

AGAR DAPAT MENENTUKAN MARKUP YANG PERLU DIBERI  
KENALPASTI TAHAP QUANTITI JUALAN DAN TEMPOH UNTUK PULANGAN MODAL

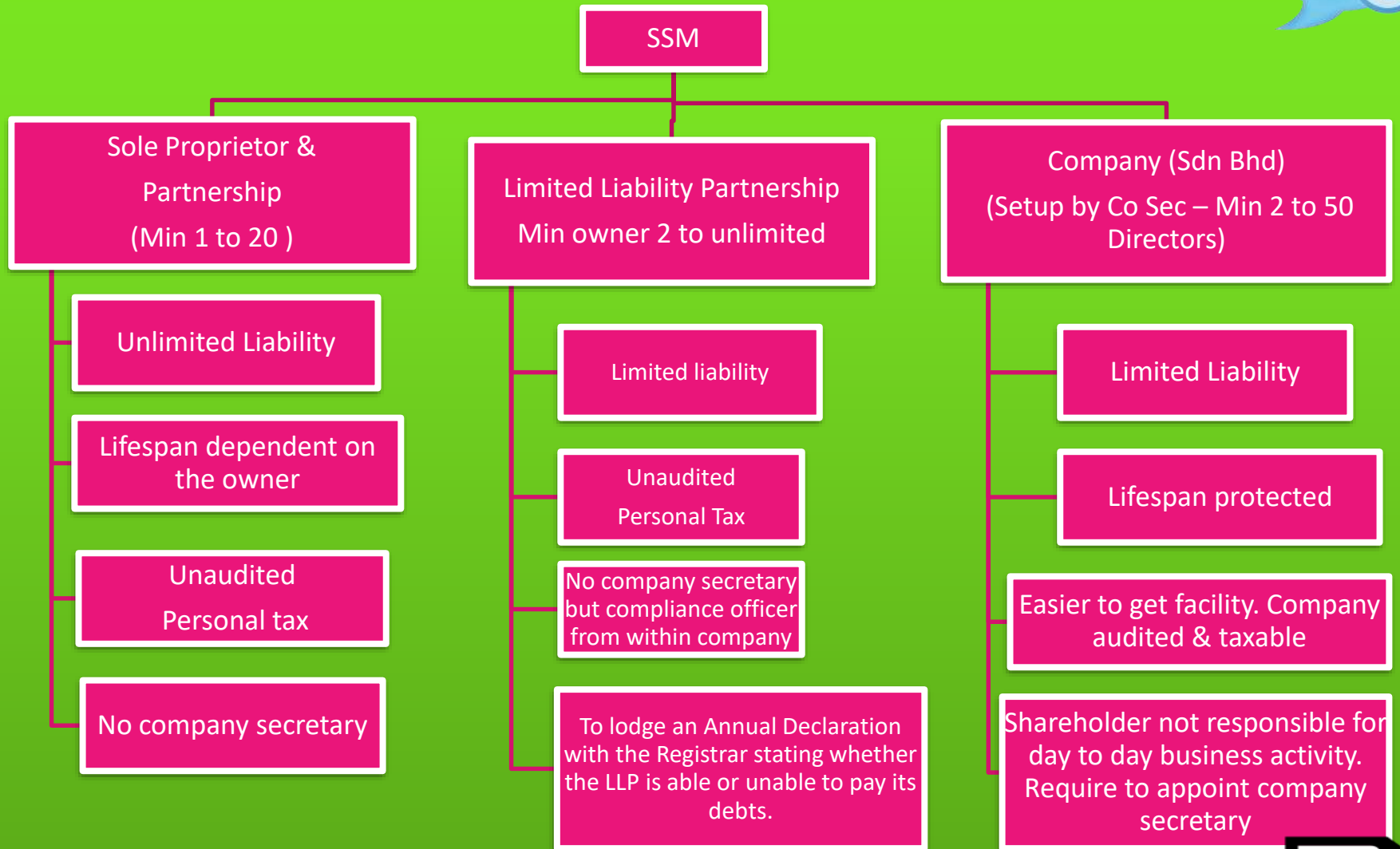
**OLEH ITU TETAPKAN HARGA BERSESUAIAN**



# SISTEM PENGEDARAN & KOMISEN



# ASAS STRUKTUR SYARIKAT



# AKTA PERLINDUNGAN DATA PERIBADI

Sebarang data yang membolehkan seseorang individu yang masih hidup dikenalpasti adalah dilindungi di bawah Akta Perlindungan Data Peribadi. Beberapa contoh data boleh dianggap sebagai data peribadi selagi seseorang individu yang masih hidup boleh dikenalpasti daripada maklumat atau data tersebut:

- Nama dan alamat
- Nombor kad pengenalan
- Nombor pasport
- Maklumat kesihatan
- Alamat e-mel
- Gambar
- Imej dalam rakaman litar tertutup (CCTV)
- Maklumat dalam fail peribadi

Peniaga tidak boleh menyimpan dan memproses data peribadi prospek atau pelanggan tanpa kebenaran mereka. Penggunaan data peribadi tanpa kebenaran pemilik merupakan suatu kesalahan di bawah Akta Jabatan Perlindungan Data Peribadi Malaysia (JPDP) 2010

(Sumber: Laman Web Rasmi Jabatan Perlindungan Data Peribadi Malaysia 2010)

# ETIKA USAHAWAN

- 1) Usahawan perlu memberikan butiran peribadi dan perniagaan yang benar semasa melakukan perniagaan internet
- 2) Usahawan perlu jujur dalam perniagaan kerana hal ini penting bagi mendapatkan kepercayaan pengguna dan pelanggan di internet
- 3) Usahawan perlu memastikan produk yang hendak dijual diperakui produk baru dan terjamin kualitasnya
- 4) Usahawan hendaklah bersaing secara sihat dan tidak menggunakan taktik pemasaran online yang berunsur negatif kepada pesaing
- 5) Usahawan perlu mengelakkan mengambil atau mencuri hasil kerja peniaga lain di internet untuk kepentingan peribadi (kecuali dengan kebenaran)

# SCAM ONLINE :

**Penipuan yang dilakukan diinternet oleh mereka yang ingin mengaut keuntungan dari pengguna internet**

a) SCAM ASAS:

## **SURAT BANTUAN**

Menerima email dari pihak yang memerlukan bantuan untuk mendapatkan “release” dana yang sangkut.

Biasanya penghantar emel dari degara afrika dan eropah

## **LOTTERI**

Mendapat email atau sms untuk memberitahu anda tealh memenangi hadiah lumayan dan memerlukan anda menebus hadiah tersebut di pejabat mereka

## **PENCURIAN DATA (PHISHING)**

Anda menerima SMS atau PM dari pihak bank atau syarikat yang dikenali (Telco & Petco) untuk “update” data peribadi. Biasanya atas sebab sistem yang sedang dinaik taraf.

## b) SCAM CEPAT KAYA INTERNET:

### SKIM PERNIAGAAN INTERNET

Perniagaan terbahagi kepada produk atau perkhidmatan

Jarang berlaku penipuan

### SKIM PROGRAM INTERNET

Beberapa jenis program yang mana ada yang sah dan ada yang scam

Yang sah seperti Program Pegiklanan iaitu Google Ad Sense, Nuff Nang, dsb

Program Affiliate seperti Amazon.com, Paydotcom dsb

Program MLM dan Program Get Paid To  
**Perlu berjaga-jaga kerana dari menjual produk program ini disalah gunakan untuk mencari downline dan mencuri data peribadi**

Bagi affiliate sepatutnya lapisan hanya dua diantara pemilik perniagaan dan affiliate (agen). MLM pula sepatutnya menjual produk dan bukan cari agen sahaja

### SKIM PELABURAN INTERNET

Ini merupakan skim yang paling selalu berlakunya penipuan.

Menjanjikan kekayaan dengan hanya melabur pada nilai yang kecil.

Contoh scam seperti skim cepat kaya:

- Emas
- FOREX
- Saham
- Crypto Currency

Tips:

Untuk kutip pelaburan perlu berdaftar (Bank, Unit Trust, Insurans)

Sila baca kontrak sebelum tandatangan dan setuju



## c) PERATURAN MENGENAI BARANGAN TIRUAN (REPLIKA)

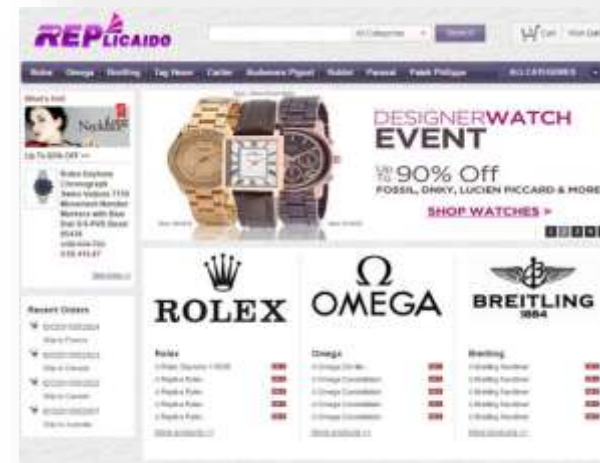
### Peraturan Akta Hakcipta

Sek 8, Akta Perihal Dagangan 2011: Jika terbabit kesalahan boleh didenda RM10,000 untuk perseorangan dan RM500,000 untuk syarikat. Tindakan dibawah bidang kuasa Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi & Penggunaan (KPDNKK)

### eBay (Marketplace)

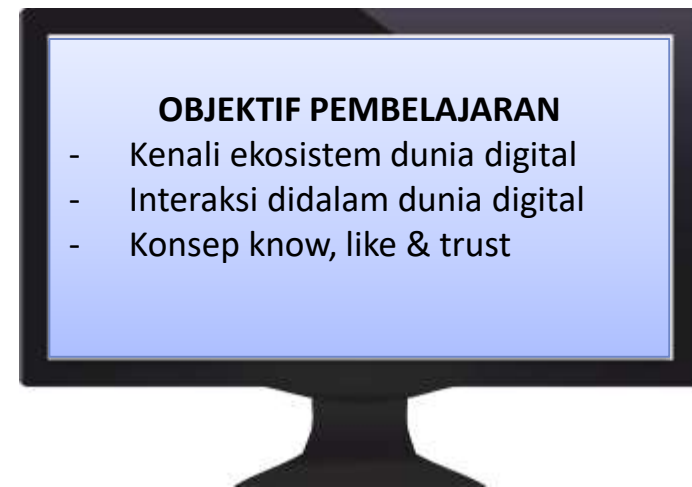
Melarang sama sekali jualan barangan tiruan diportal jualannya

Untuk menjual barangan replika perlu mendapat izin dari pemilik trademark



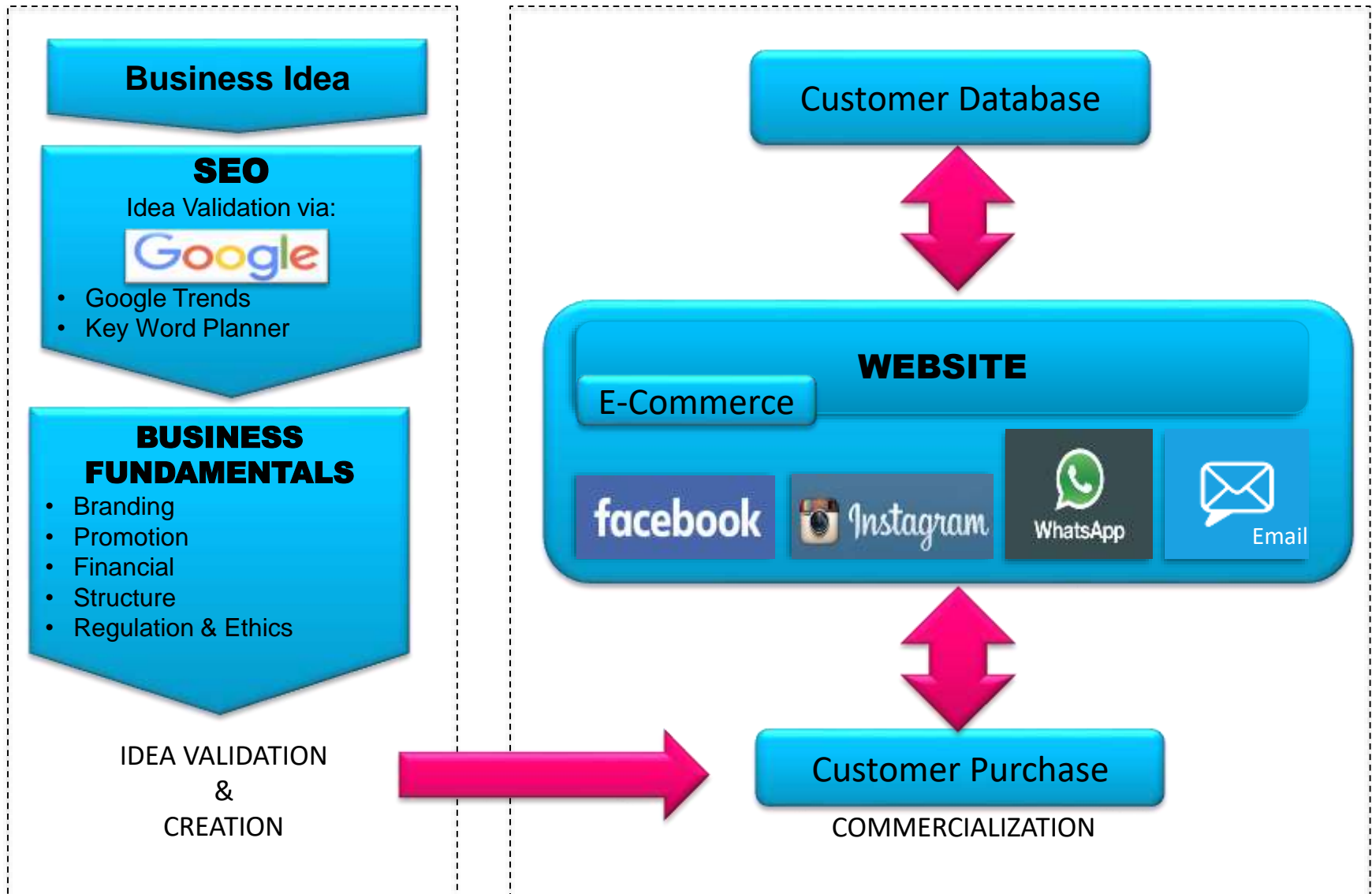


# memahami pendekatan **DUNIA DIGITAL** sebagai medium perniagaan



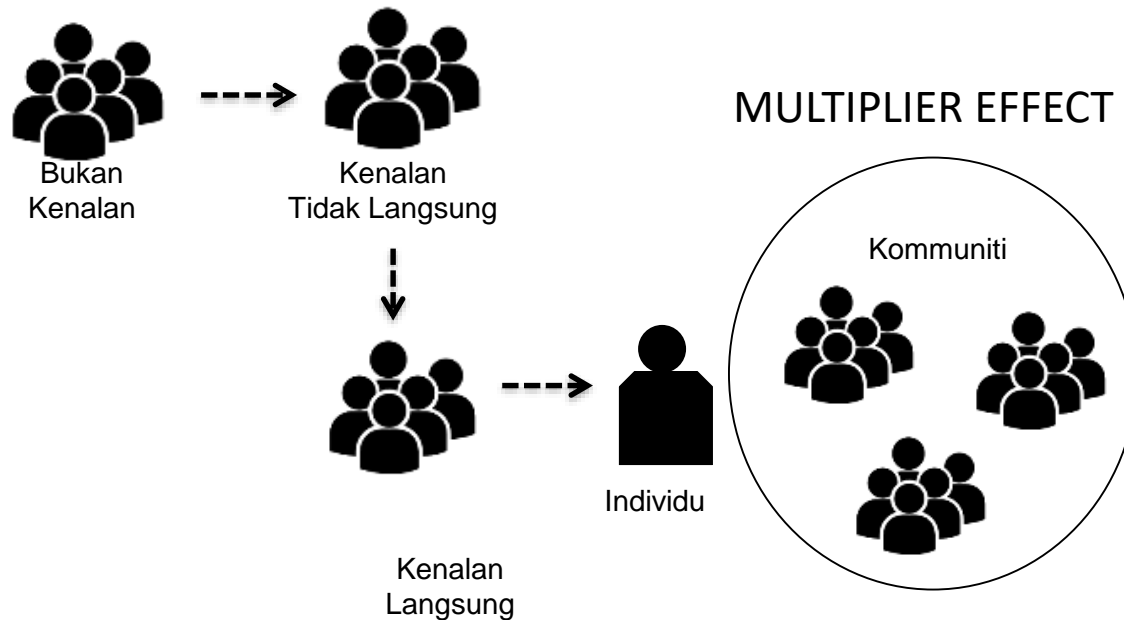


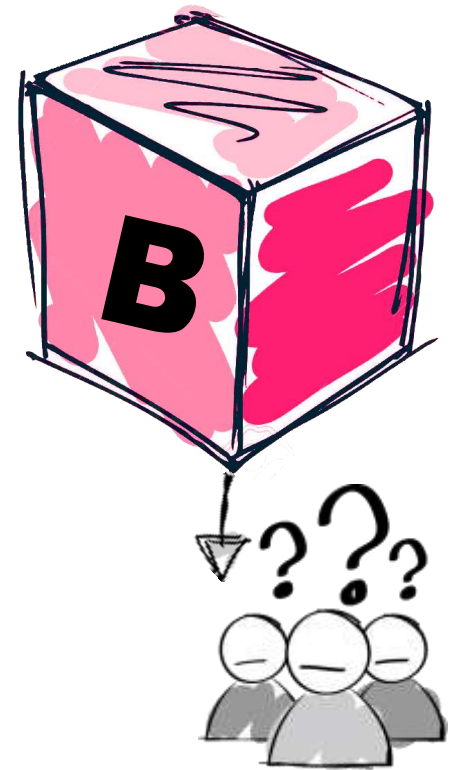
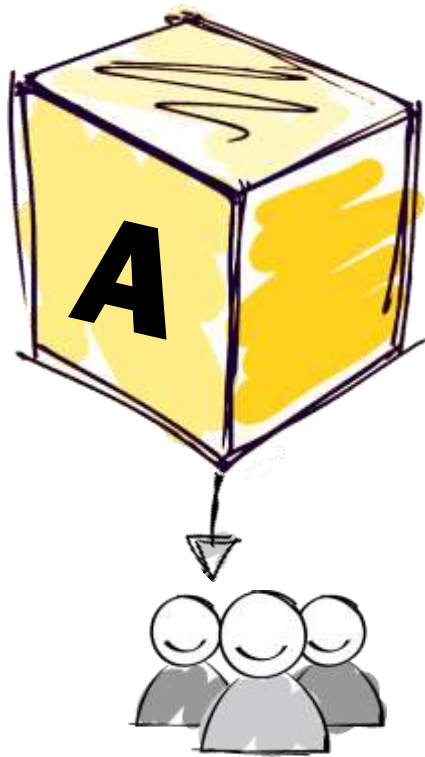
# MEMBINA EKOSISTEM DUNIA DIGITAL



# INTERAKSI KITA DI DUNIA DIGITAL

- Kenalan Langsung: Keluarga, saudara-mara, sahabat handai dan rakan-rakan sepejabat
- Kenalan Tidak Langsung: Mereka yang mengenali kenalan langsung dan melibatkan diri dalam komuniti yang diwujudkan secara online tersebut
- Bukan Kenalan: Mereka yang mengenali kenalan bukan langsung dan melibatkan diri dalam komuniti yang diwujudkan secara online tersebut

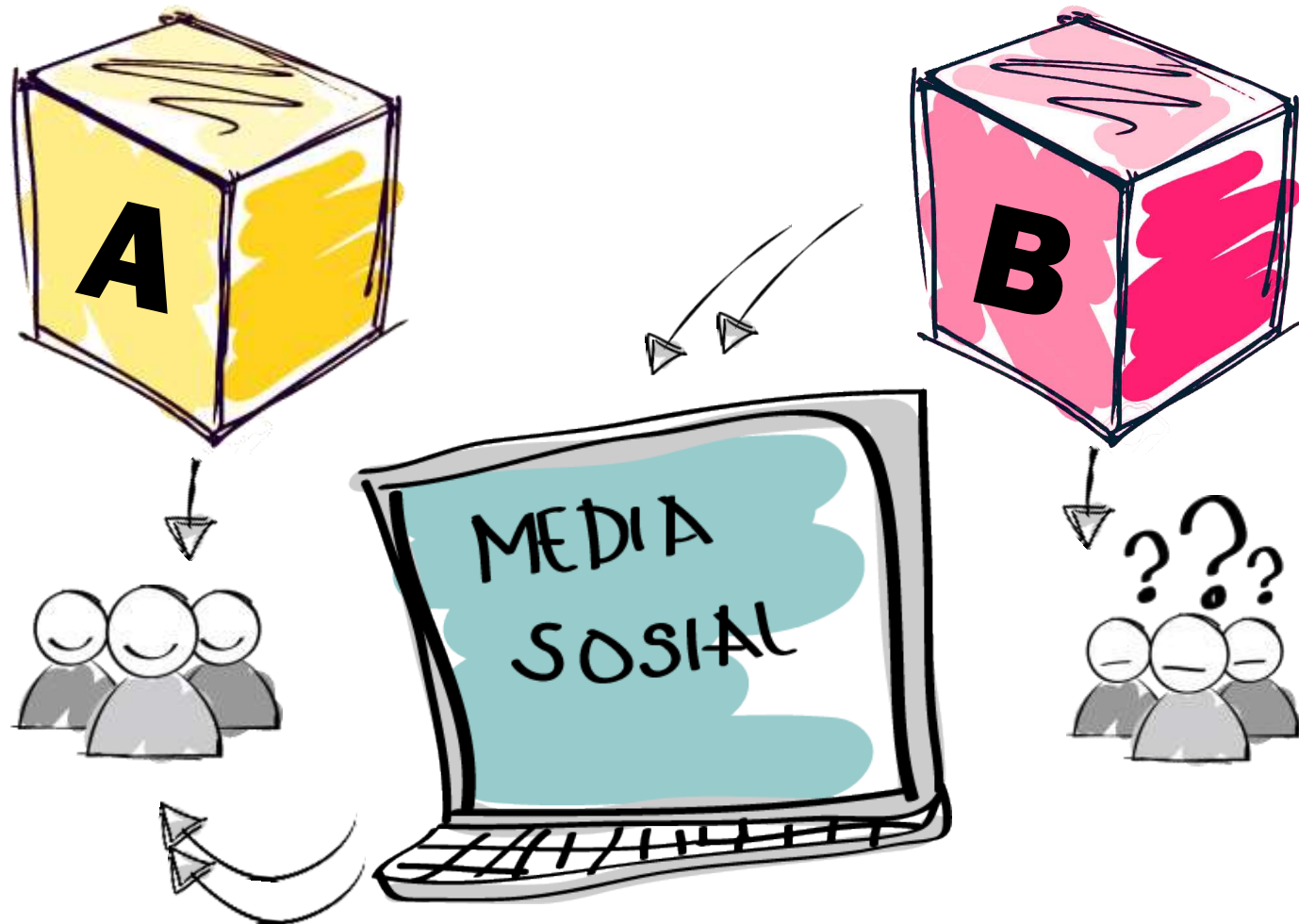




Ada 2 produk. **Produk A & Produk B.**

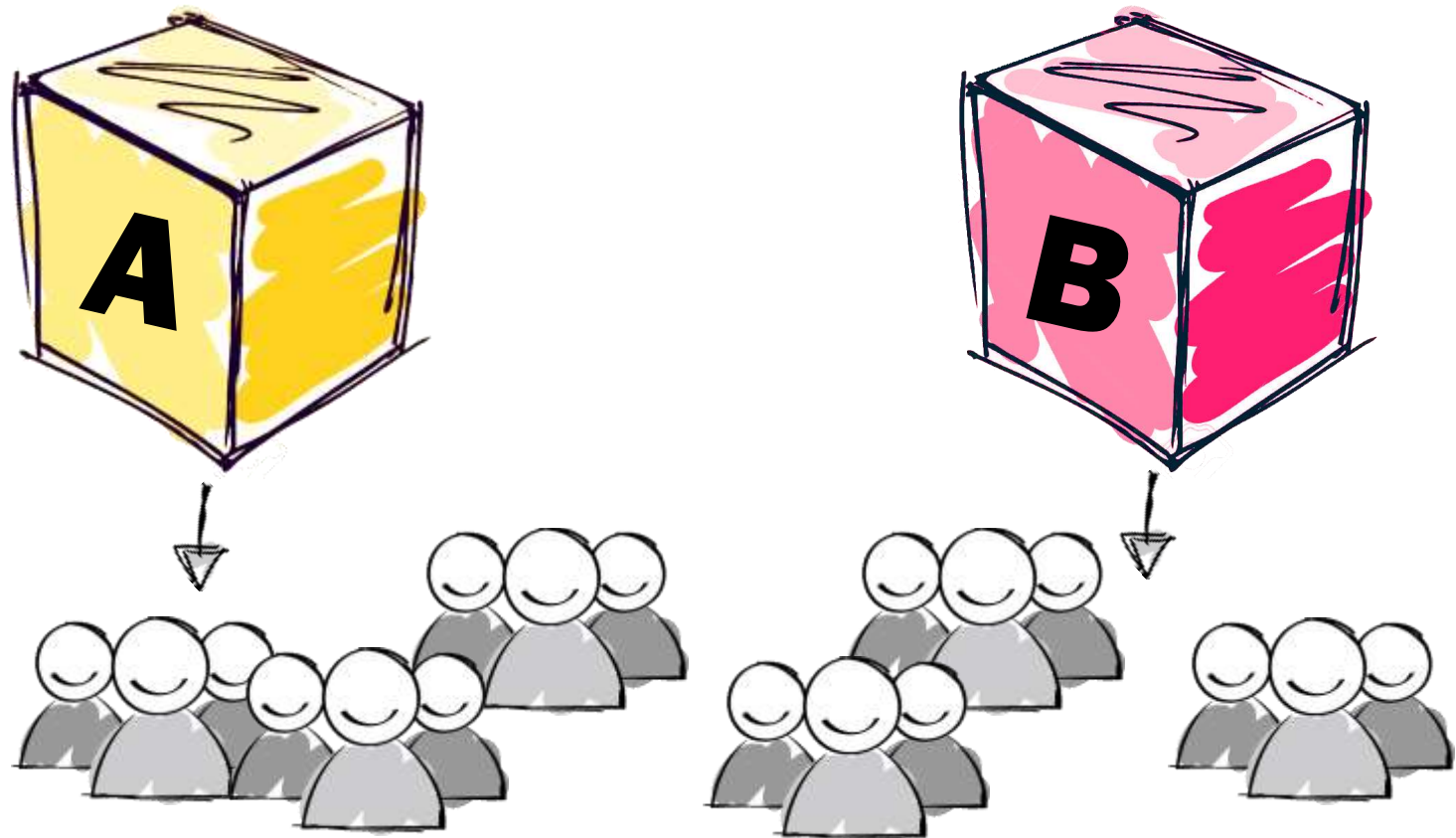
Kedua-dua produk ini **sangat bagus**. Sama-sama boleh menyelesaikan banyak masalah pelanggannya.

**TETAPI:** Kotak A lebih dikenali dari Kotak B



...dan datanglah MEDIA SOSIAL

- Copyright MDEC 2016 -



SEKARANG, kotak A & B berdiri sama tinggi, duduk sama rendah.

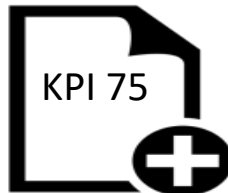
Sama-sama terkenal jadi satu jenama dikenali.



# ASAS GAMBAR

Gambar yang cantik dan menarik perhatian sangat penting dalam penjualan produk d  
3 tips dan trick untuk ambil gambar seperti pro!

- ▶ Latarbelakang
- ▶ Prop
- ▶ Pencahayaan
- ▶ Komposisi gambar - Rule of thirds





- **Latarbelakang**

Gunakan latarbelakang (background) **seminima** mungkin

Untuk selamat, gunakan background **putih**, atau **warna plain** yang lain yang akan bangkitkan imej subjek/product anda



TRICK : Guna background yang terang untuk produk yang berwarna cerah (**kontra**)



- **Prop**

Untuk latarbelakang bercorak, pilih **corak yang berulang & tak serabut** supaya fokus tidak mengganggu subjek/produk

Anda boleh juga **blurkan background** belakang

Props boleh digunakan selagi ia tidak menenggelamkan subjek utama (termasuk aksesori atau model).

TRICK : Guna corak atau prop yang boleh **serlahkan kelebihan/kegunaan** produk



- **Pencahayaan**

Hard light pula biasanya digunakan untuk mencipta **efek dramatik** pada gambar.

Kesan bayang-bayang yang jelas akan beri **efek kontra** pada gambar menampakkan **premium**

**Jarang diguna** sebab teknik ini **susah untuk dikawal** dan subjek dalam gambar tidak dapat diserlahkan sepenuhnya

TRICK : Ambil gambar ketika **tengahari panas terik** (pukul 2 ptg)



- **Pencahayaan**

Kategori: Soft light & Hard light

**Soft light** selamat diguna untuk **kesemua jenis gambar** terutamanya produk & potret

Soft light fokus pada **keseluruhan gambar, warna** dan buang elemen yang tak perlu seperti bayang berlebihan, glare, etc

Gambar jadi **pleasant to the eyes**

TRICK : Ambil gambar **waktu pagi, awal tengahari** atau lewat petang

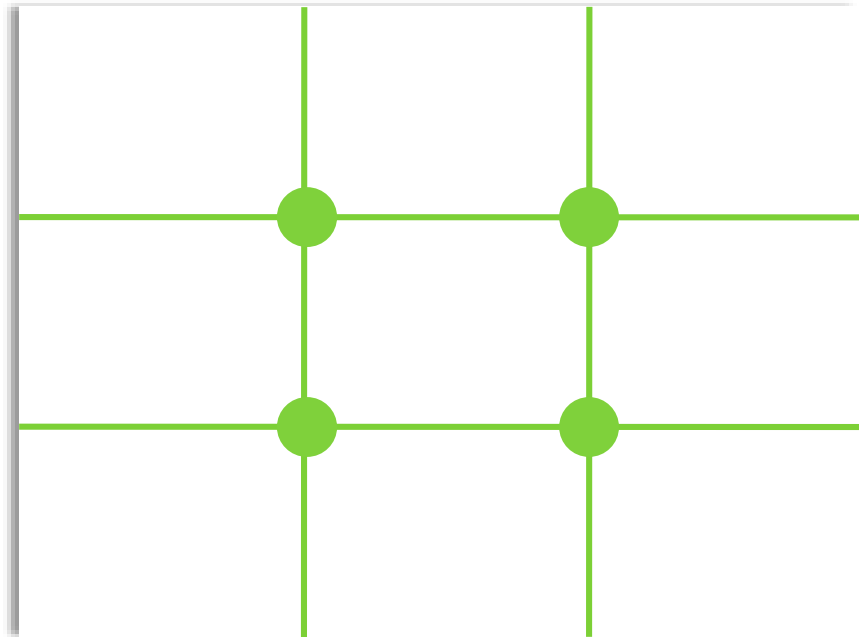
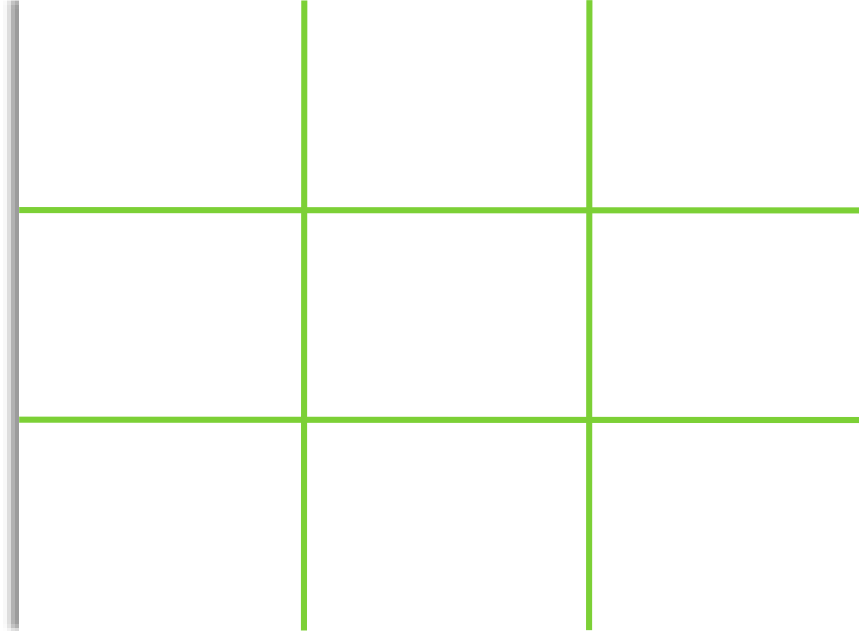


- **Komposisi**  
**Rule of Third**

Trick gambar yang **mudah** dan sering diguna untuk dapat komposisi gambar yang cantik dan **menarik perhatian cara shortcut**

Subjek utama diletak **off-center** dan guna **1/3** atau **2/3** dari keseluruhan gambar

Letak subjek di mana-mana garisan grid (gambar atas) atau pada titik pertemuan grid (gambar bawah)



# Rule of Third





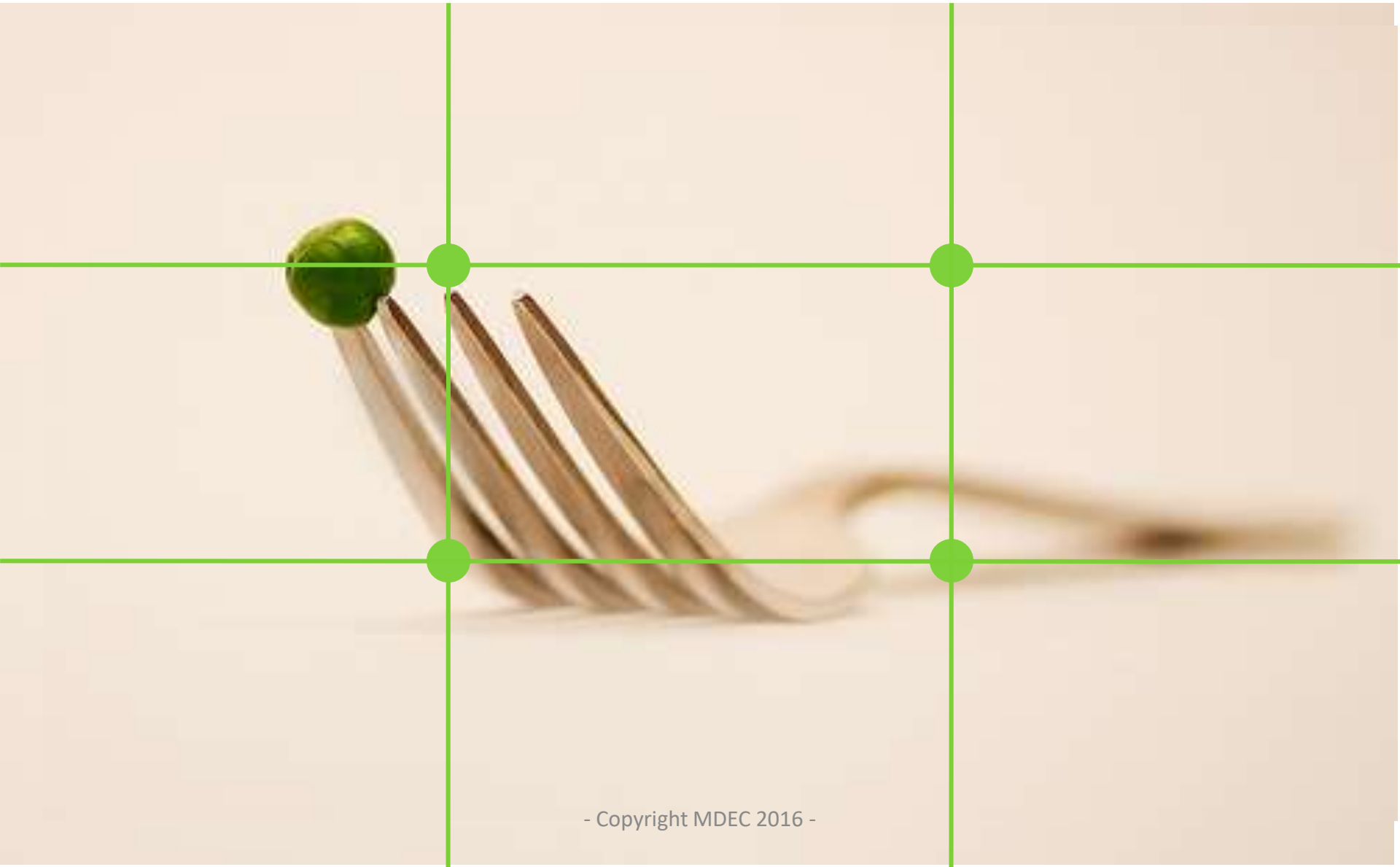
# Rule of Third



# Rule of Third



# Rule of Third





# Rule of Third



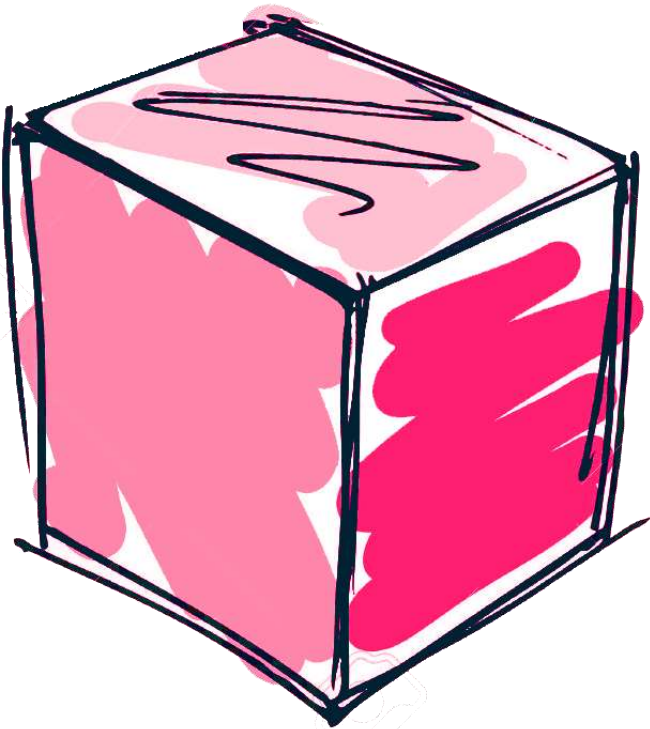
# RULE OF THIRDS



# KONSEP ASAS BISNES DALAM MEDIA SOSIAL

▶ Know + Like + Trust

# KNOW + LIKE + TRUST



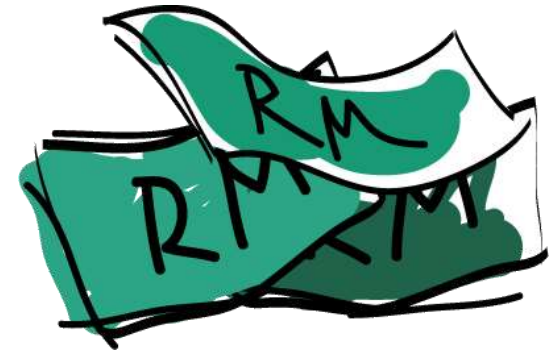
KNOW  
(TAHU)

+

LIKE  
(SUKA)

+

TRUST  
(PERCAYA)



PEMBELI

Yang penting apa yang dijual perlu:

- MENYELESAIKAN MASALAH
- MEMBERI NILAI TAMBAH

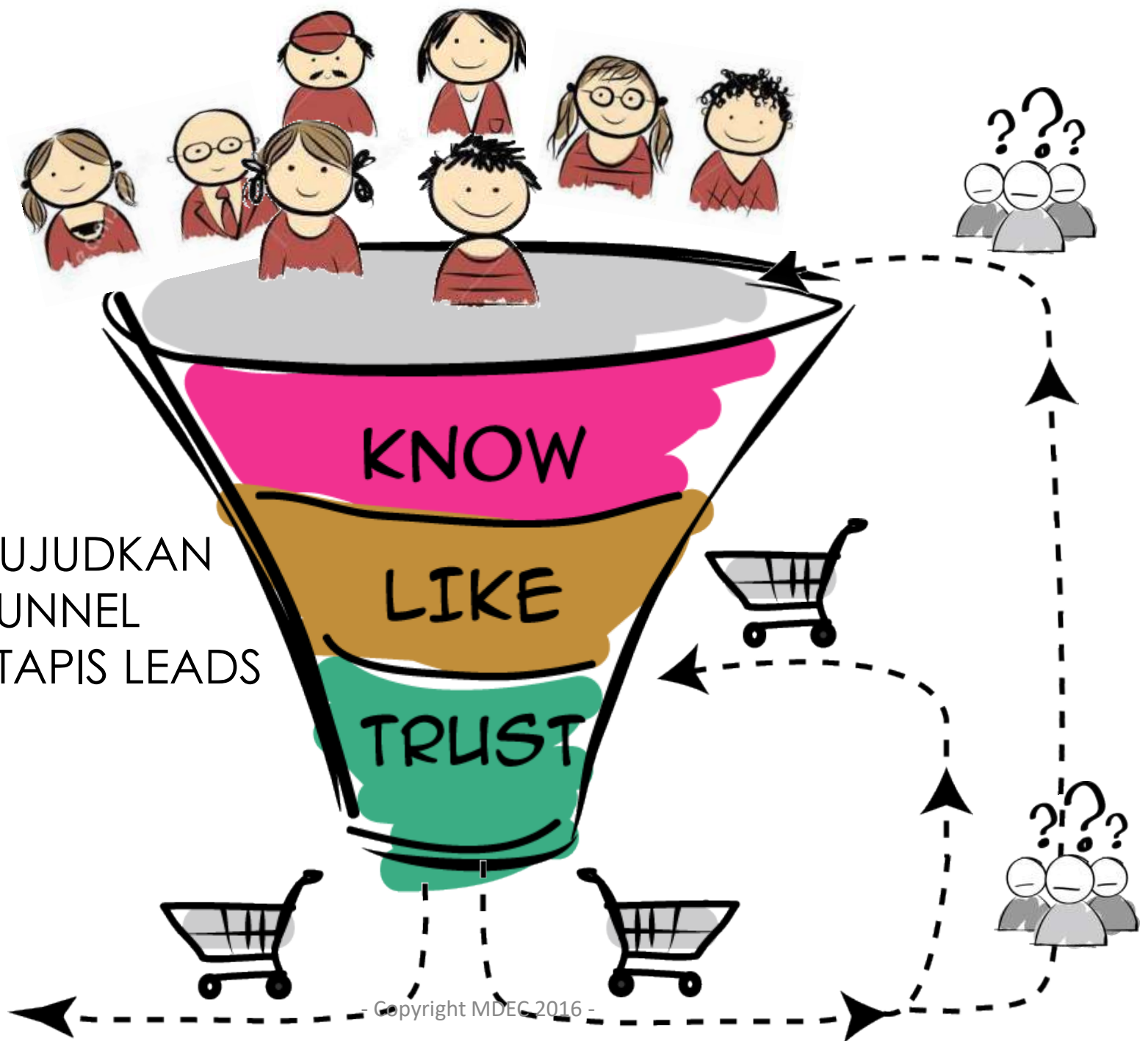
# KONSEP KLT SEMASA JUALAN



# KONSEP KLT PADA SEGMENTASI



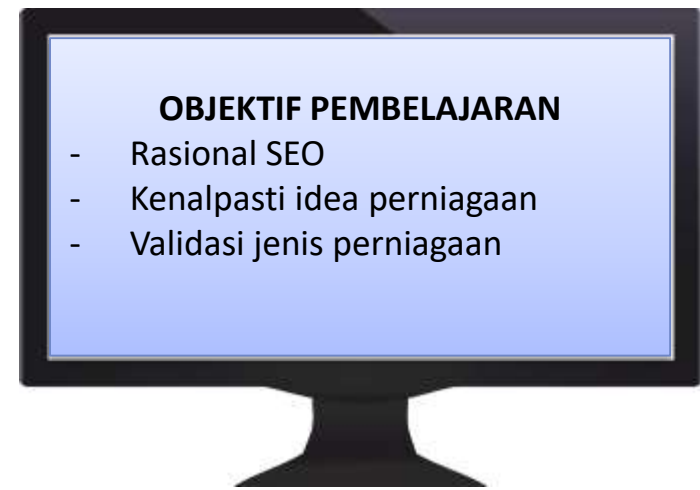
MEWUJUDKAN  
FUNNEL  
UNTUK TAPIS LEADS





# mendalami

## SEO (VALIDASI PERNIAGAAN)





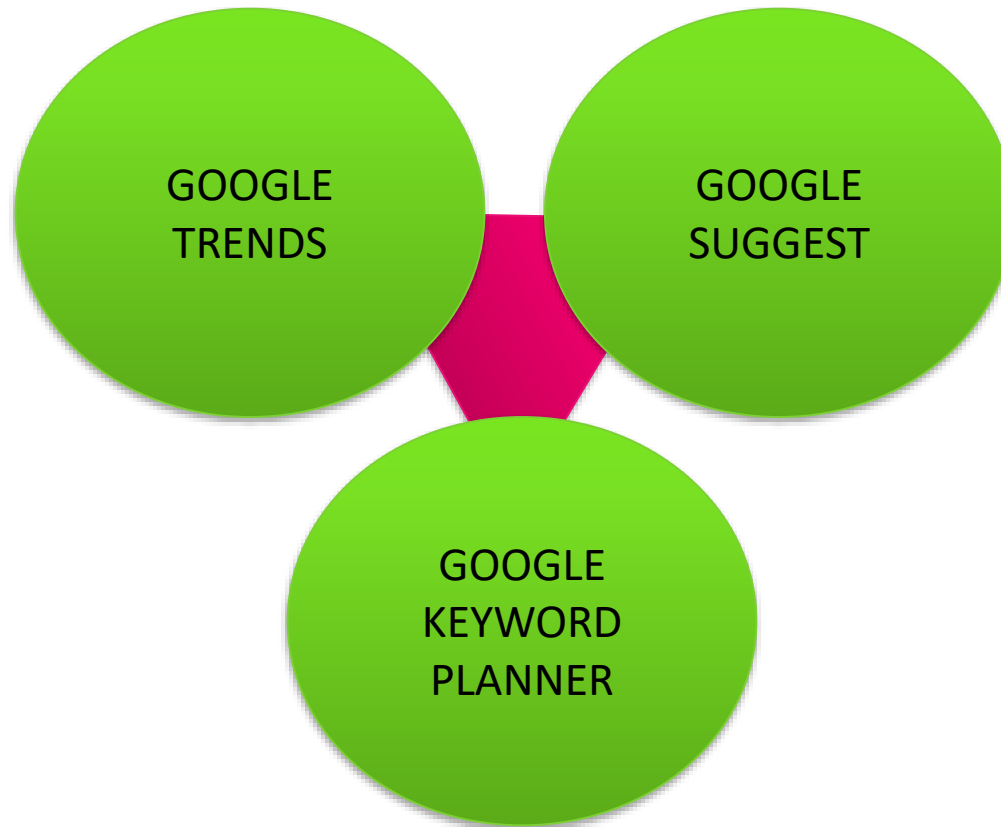
# DEFINISI...

SEO adalah satu kaedah untuk mengoptimumkan apa yang anda buat di laman web anda supaya laman web anda tersenarai di search engine seperti google, yahoo dan lain<sup>2</sup>.

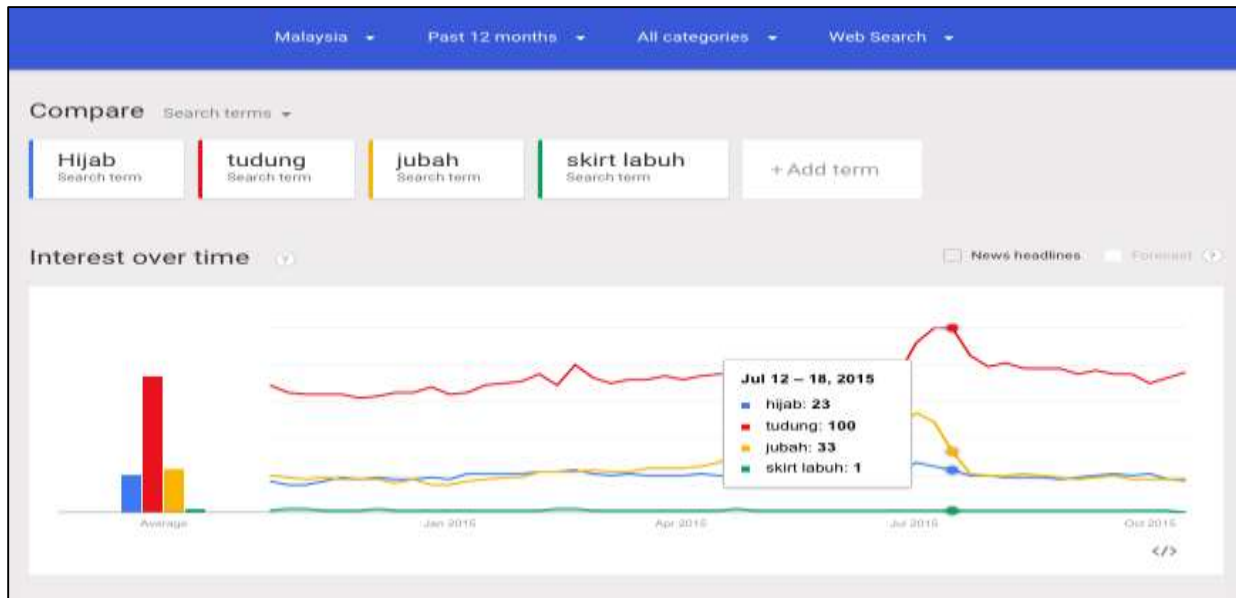
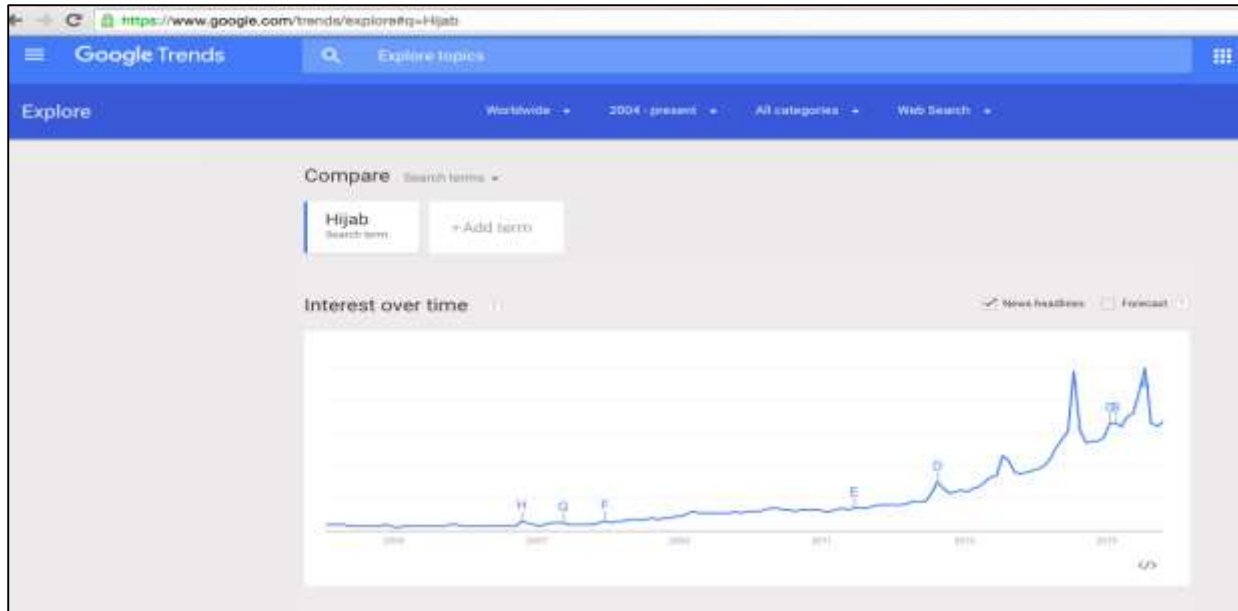
Objektif utama ialah menduduki kedudukan yang paling teratas didalam senarai search engine tersebut (High Ranking).

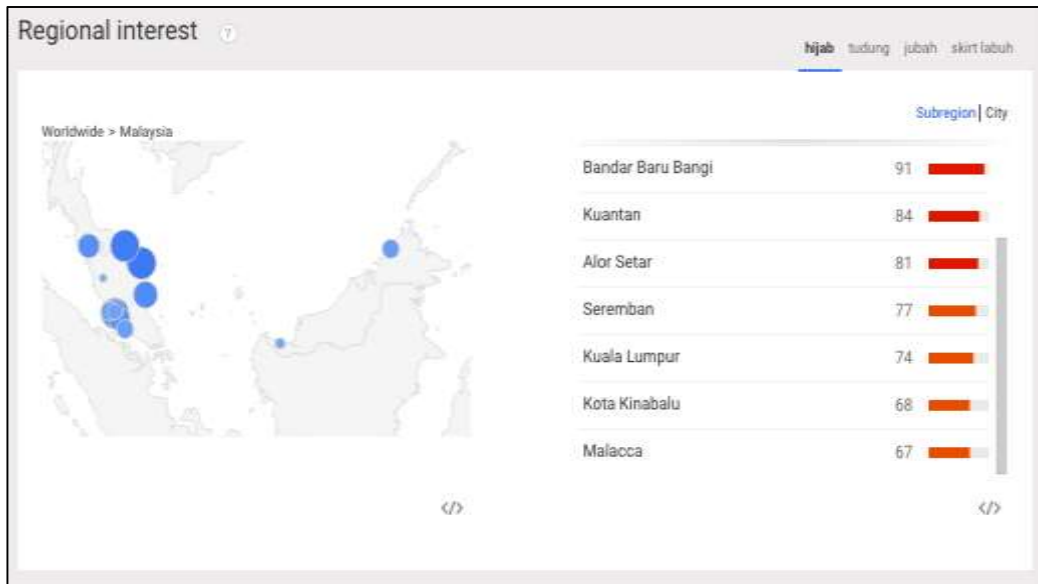
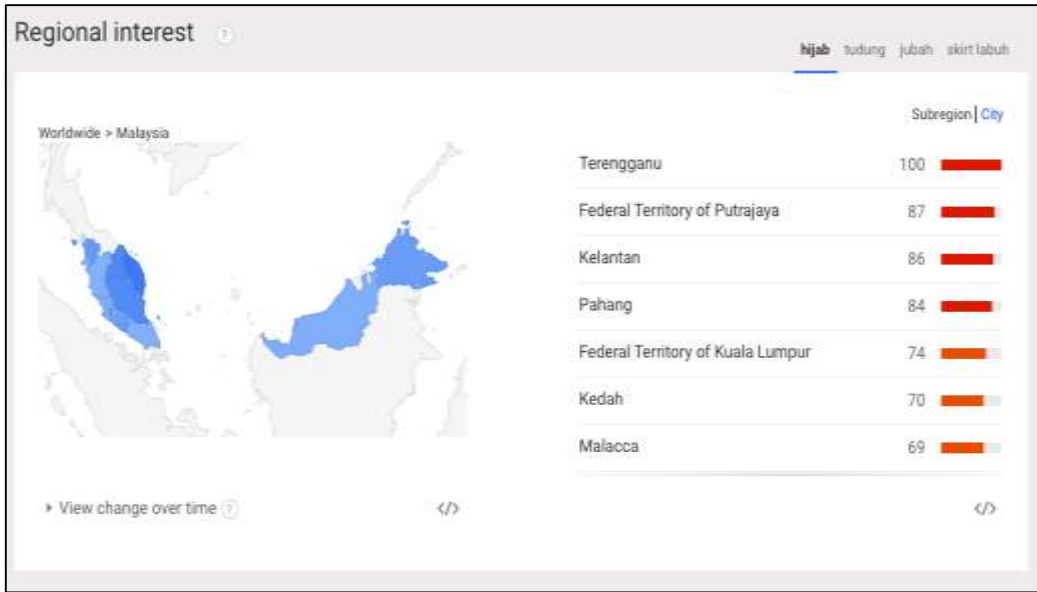


# MEMAHAMI KEYWORD



# KEGUNAAN GOOGLE TRENDS







## Related searches ?

**hijab** tudung jubah skirt labuh

### Top

naelofar hijab	100	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
naelofar	100	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div>
malay hijab	65	<div style="width: 65%;"><div style="width: 65%;"></div></div>
neelofa hijab	55	<div style="width: 55%;"><div style="width: 55%;"></div></div>
neelofa	55	<div style="width: 55%;"><div style="width: 55%;"></div></div>
hijab girl	50	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div>
tutorial hijab	45	<div style="width: 45%;"><div style="width: 45%;"></div></div>

</>

### Rising

neelofa hijab online	Breakout
neelofar	Breakout
neelofar hijab	Breakout
naelofar hijab	+4,950%
naelofar	+4,550%
neelofa hijab	+500%
tudung neelofa	+500%

</>

# KEGUNAAN GOOGLE KEYWORD PLANNER

Google AdWords Home Campaigns Opportunities Reports **Tools** Customer ID: 800-735-9514 imlegacybusiness@gm...

**None of your ads are running** - Your campaigns and ad groups are paused or removed. Enable them to begin showing your ads. [Guide me](#) | [Learn more](#)

**Keyword Planner**  
Add ideas to your plan

Your product or service: minyak zaitun Your product category: Health [Get ideas](#) [Modify search](#)

Targeting: Malaysia, Malay, Google, Negative keywords, Date range: Show avg. monthly searches for last 12 months, Customize your search: Keyword filters, Keyword options, Keywords to include

**Search volume trends**  
Average monthly searches

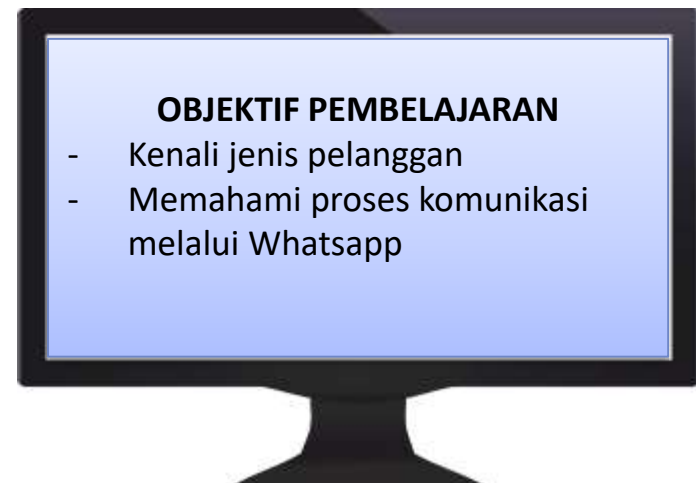
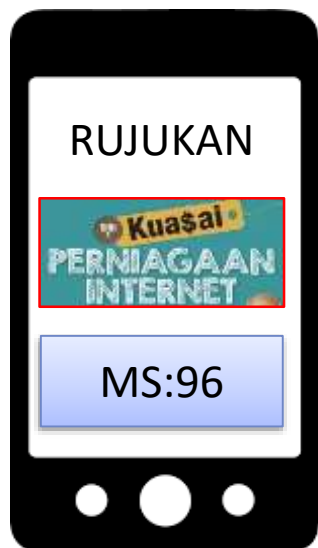
Ad group ideas | **Keyword ideas** Columns Download Add all (6)

Ad group (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Suggested bid	Ad Impr. share	Add to plan
<b>Minyak Zaitun (31)</b> beli minyak zaitun, minyak zaitun bertoli, mi...	1,220	Low	RM0.13	-	➔
<b>Khasiat Minyak (8)</b> khasiat minyak zaitun, minyak zaitun khasiat...	5,760	Low	RM0.11	-	➔
<b>Minum Minyak (9)</b> minum minyak zaitun, khasiat minum minyak...	820	Low	RM0.05	-	➔
<b>Buah Zaitun (8)</b> khasiat buah zaitun, rasa buah zaitun, buah ...	380	Low	RM0.06	-	➔

Your plan is empty  
Add ad group and keyword ideas from the table to your plan  
+ Or start with an empty ad group



# mendalami Medium Komunikasi perniagaan



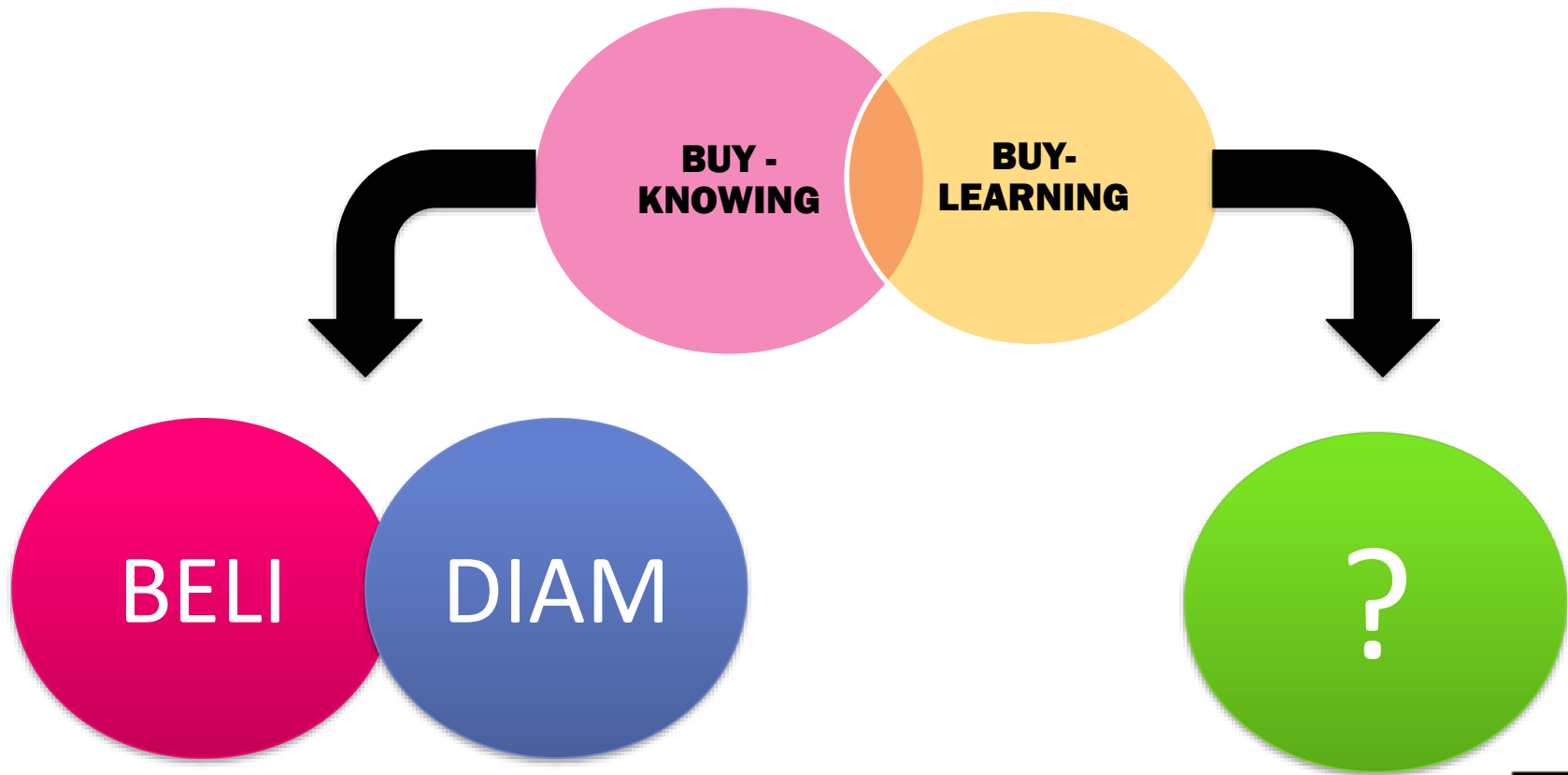


Mengikut statistik rasmi yang digunakan oleh kebanyakan peniaga online terutamanya di facebook, mereka **meletakkan closing rate 20%** dari jumlah pelanggan yang masuk

Untuk 'pegang' pelanggan anda betul-betul bukan dengan cara menggunakan template kaku (dibaca sebagai template standard) seolah-olah pelanggan bercakap dengan robot

Jurujual yang hebat adalah jurujual yang **boleh mengawal pelanggan** dalam proses menukar seseorang yang tidak membeli (suspek) kepada seorang pembeli

# MENGENALI JENIS PELANGGAN



# **ASAS BERKOMUNIKASI**

## **KENALI PELANGGAN**

### **KONSEP DESCRIPTIVE & SUGGESTIVE SELLING**



#### **Kenali Pelanggan**

- Mengenal latar belakang potensi pembeli -



#### **Descriptive selling**

- Cerita mengenai produk untuk tarik minat-



#### **Suggestive selling**

- Cadangan ketika jual produk -

# ***PROSES KOMUNIKASI PENJUALAN***

Bina  
Rapport

Hot  
Button

Pujuk

Beri Info

Besarka  
n  
Amaun

Kenali  
pelanggan

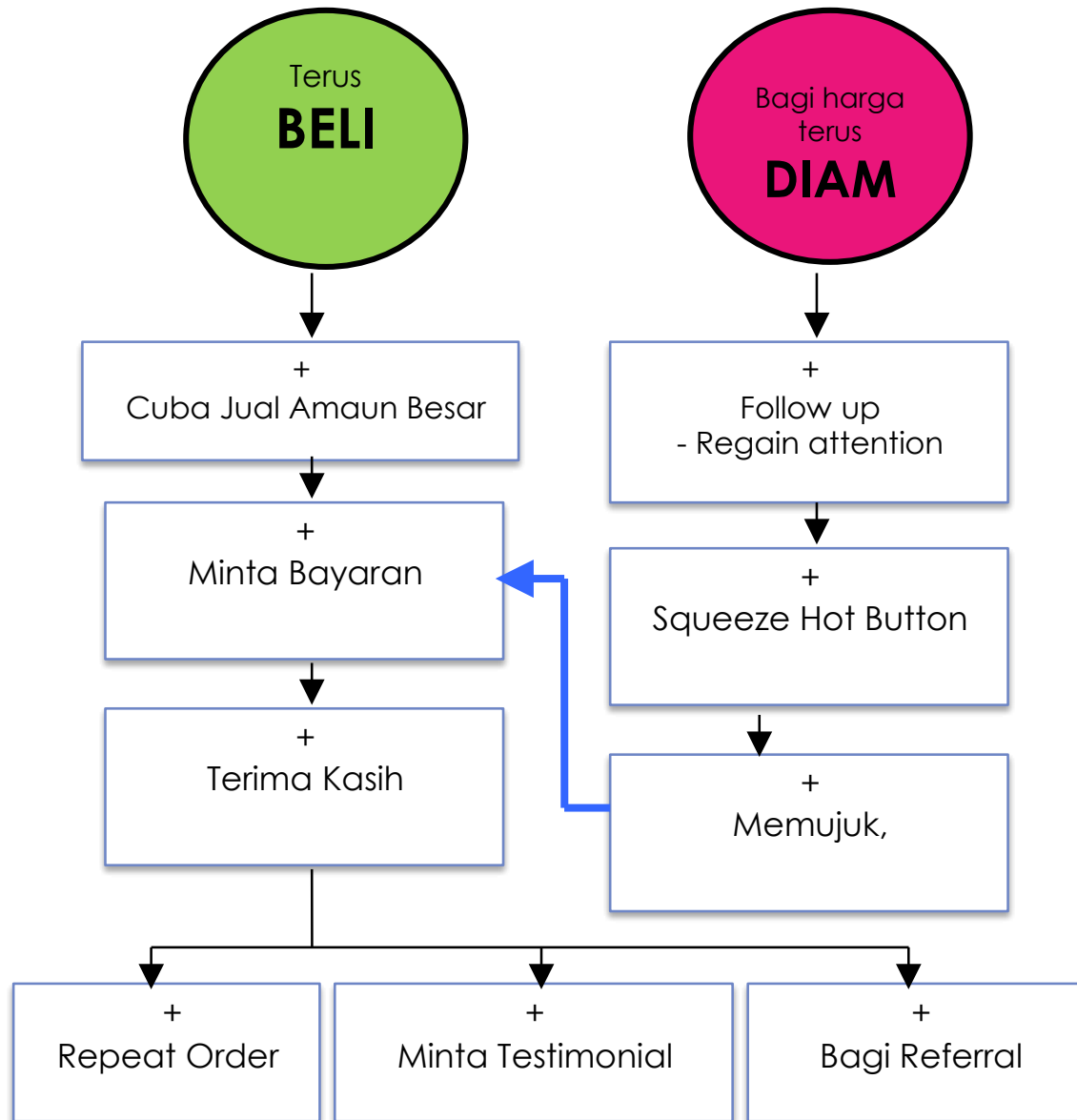
Isu dekat dgn  
jiwa pembeli

Pengaruhi  
pembeli

Perkukuhkan  
Info

Add-ons

# PROSES KOMUNIKASI SECARA KESELURUHAN



# ***DESCRIPTIVE KEYWORD YANG BOLEH TRIGGER EMOSI***

Baru	Proven	Improved	Gerenti
Free	Tested	Pure	Best
Fresh	Sure	Sihat	Natural
Refreshing	Energizing	Cantik	Kualiti
Tertarik	Selamat	Advanced	Senang
Convenient	Cepat	Instant	Jimat

# ***KAEDAH MELAKUKAN CLOSING***

▶ ABC (Always Be Closing)

▶ FCR (First Call Resolution)

# **KONSEP ABC (ALWAYS BE CLOSING)**

Beg kami dihasilkan menggunakan jenis kulit lembu terpilih, dikelaskan berdasarkan satu standard kelas premium dengan kualiti paling hebat di dunia.

Beg kami juga sebenarnya dilindungi oleh satu lapisan resin istimewa yang bertindak melindungi beg daripada dimakan usia.

Oh, dan kain lapisan ini sebenarnya ditenun daripada egyptian cotton, kain cotton paling eksklusif di dunia.

**Jadi, cik puan nak beli berapa unit?**



# KONSEP FCR (FIRST CALL RESOLUTION)

Pastikan setiap kali pelanggan menelefon, anda akan dapat hasilnya. Anda boleh guna skrip ini.

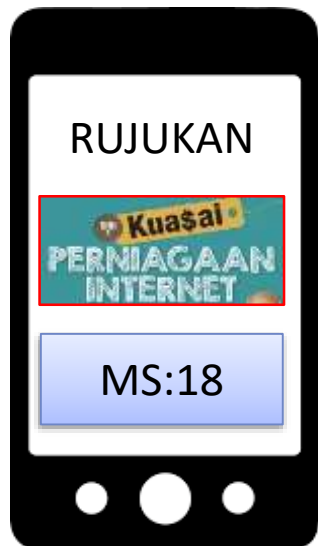
“Jika nak terangkan pun macam panjang sangat. Mungkin lebih baik jika kita jumpa. Encik boleh pegang, tengok dan rasa sendiri produk ini.”

Anda boleh tambah skrip ini, “okay tak kalau kita jumpa di \_\_\_\_ pada jam \_\_\_\_ ini?”

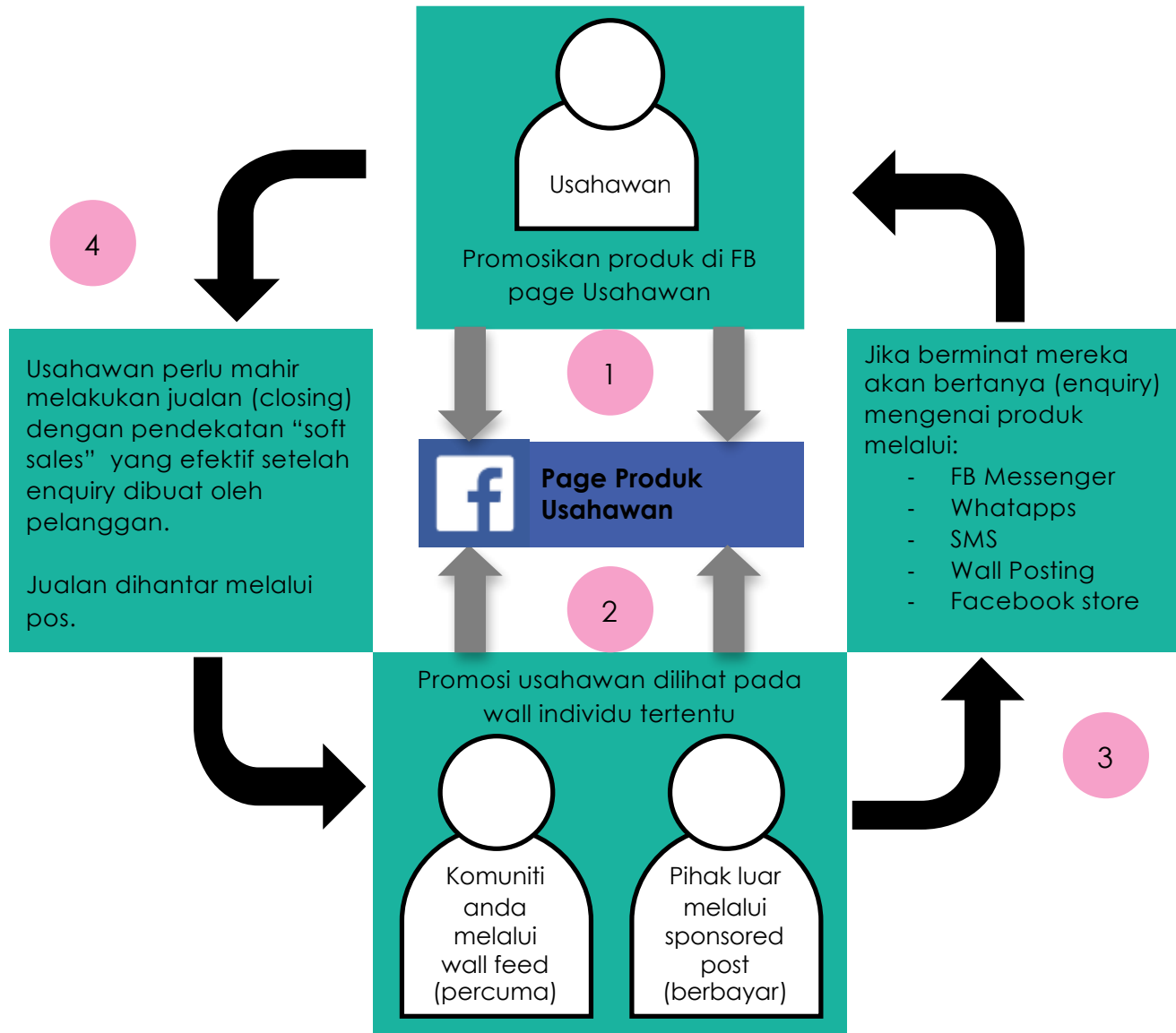
# mendalami

# facebook

## sebagai medium perniagaan



# KITARAN PERNIAGAAN FACEBOOK

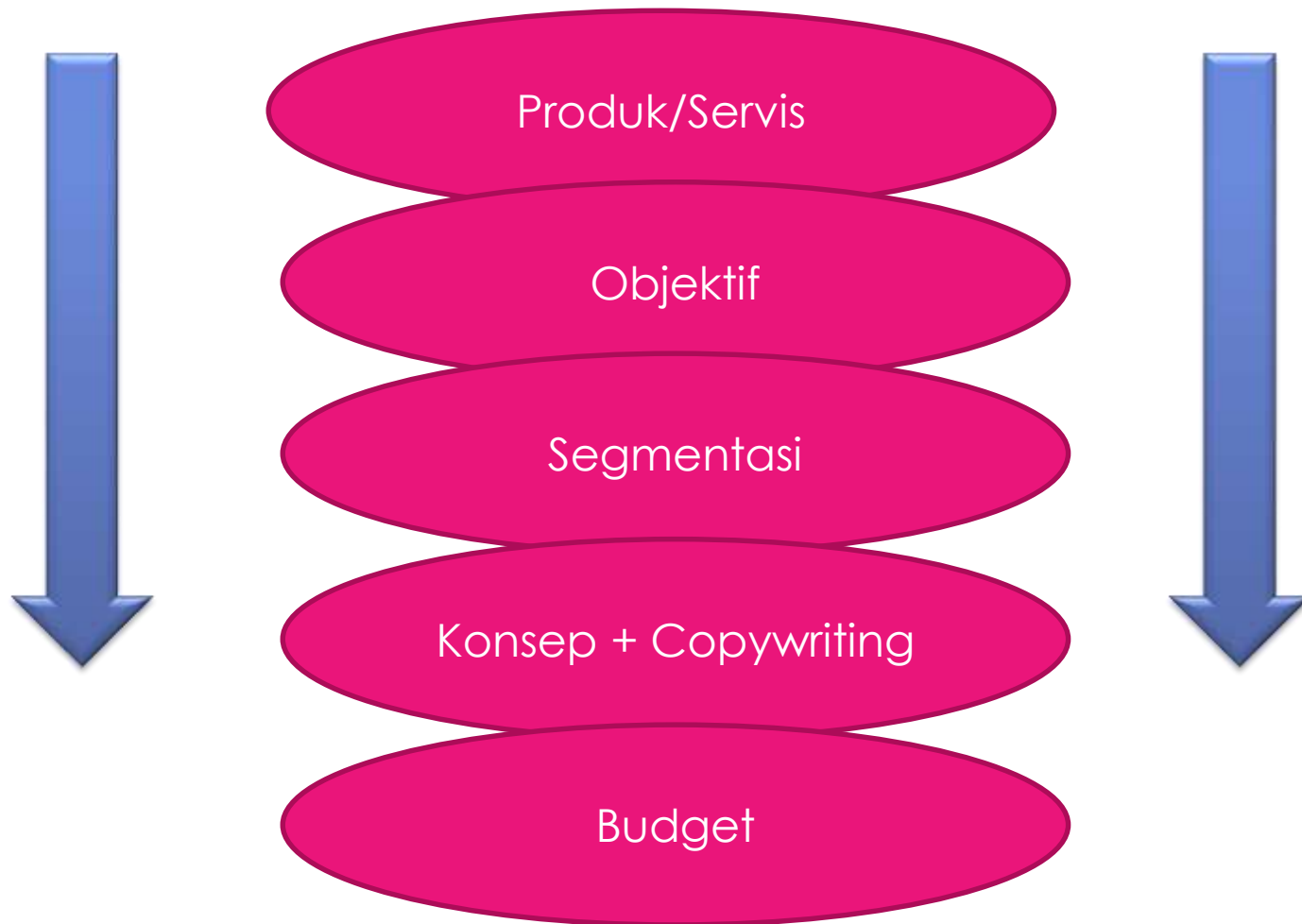


# ***REALITI PENGGUNAAN FACEBOOK***

- FB merupakan secara dasarnya sebuah laman social dan bukannya laman untuk berniaga,
- Produk anda adalah satu dari beribu-ribu produk yang dipasarkan melalui FB
- Hanya 3% sahaja dari jumlah follower yang dapat melihat posting anda di wall mereka
- Sekiranya anda ingin mempromosikan produk anda ke demografi anda perlu berbelanja

**NOTHING IS FREE!**

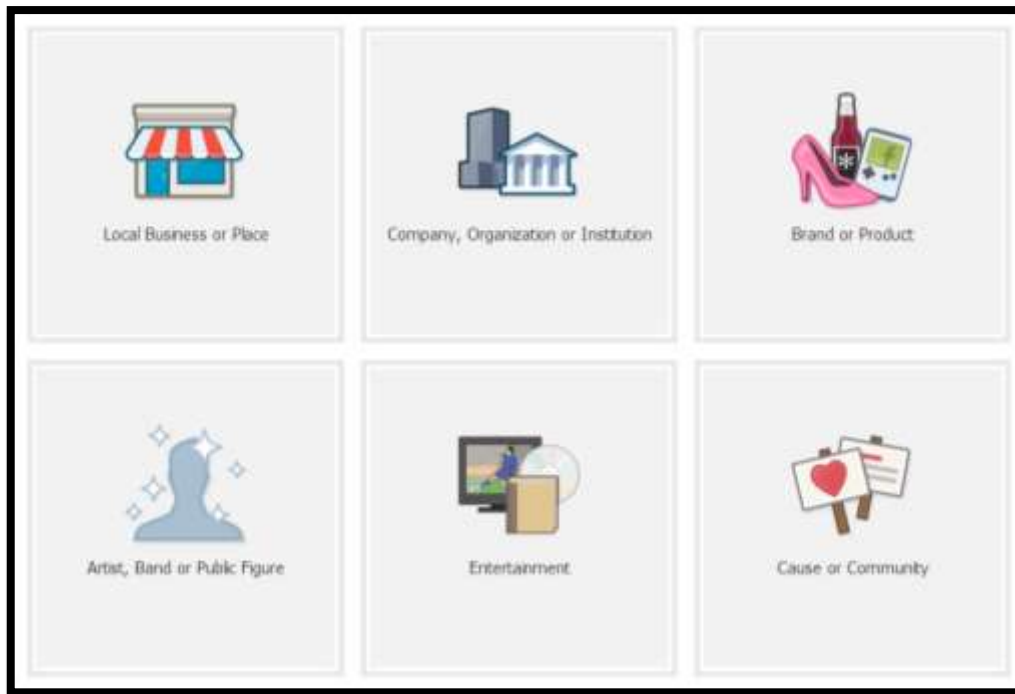
# ***FAKTOR YANG PERLU DIAMBIL KIRA DENGAN BUDGET MINIMA***





## **MEMBUAT PAGE FB**

- Pilih kategori pages. Untuk kategori yang paling sesuai mengikut jenis perniagaan. Kebiasaannya samada memilih Local Business atau Brand/Product





- Kemudian pilih kategori page, letakkan nama page (Mengikut nama perniagaan atau brand anda) dan tandakan 'I agree'. Klik Get Started

A screenshot of the Facebook 'Brand or Product' setup form. It features a dropdown menu labeled 'Choose a category', a text input field for 'Nama Kedai', a checked checkbox for 'I agree to Facebook Pages Terms', and a blue 'Get Started' button.

- Masukkan penerangan ringkas kedai, alamat website dan klik Save Info. Gunakan formula ini:

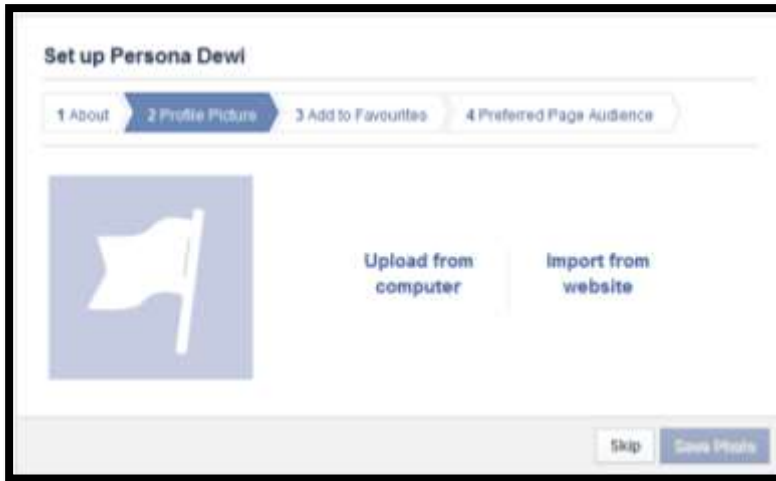
<Kelebihan kami> + <untuk tempahan, sila hubungi nombor>

A screenshot of the Facebook 'Set up Persona Dewi' form. It shows a progress bar with four steps: '1 About', '2 Profile Picture', '3 Add to Favourites', and '4 Preferred Page Audience'. Below the progress bar, there is a tip about adding a description and website, followed by a text area containing the description 'Persona Dewi ialah ramuan minyak argan dengan ekstrak bahan semulajadi yang menyerlahkan rahsia persona wanita.' and the website 'http://www.personadewi.com'. At the bottom, there is a field for a unique Facebook web address and 'Skip' and 'Save Info' buttons.

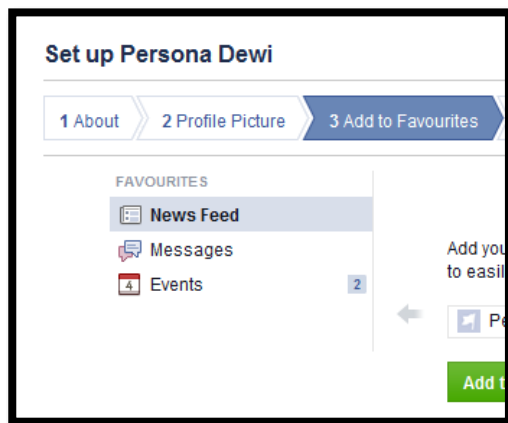
Masukkan website (jika ada) & alamat FB untuk kedai agar senang orang nak ingat alamat Facebook untuk kedai kita. Alamat Facebook ini sedikit sebanyak membantu carian di Google



- **Upload gambar** untuk gambar profil page di sini atau **skip** sahaja untuk permulaan. Anda boleh ubah gambar profil pada bila-bila masa.



- Klik 'Add to Favorite' untuk memasukkan page kita pada bahagian Favorite agar senang nak buka kembali page kita. Kemudian klik 'Next'.

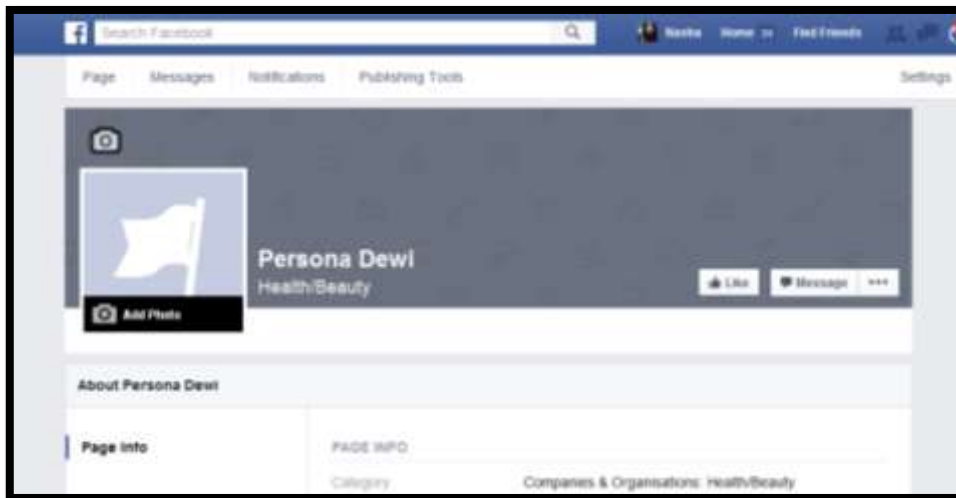




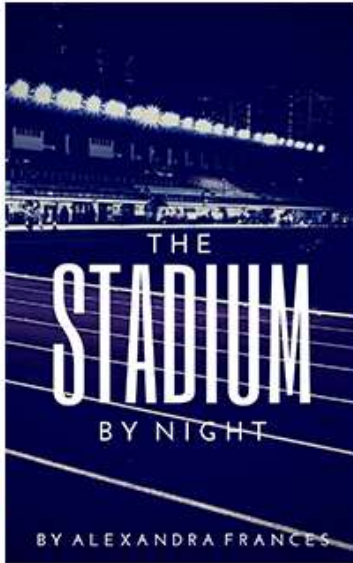
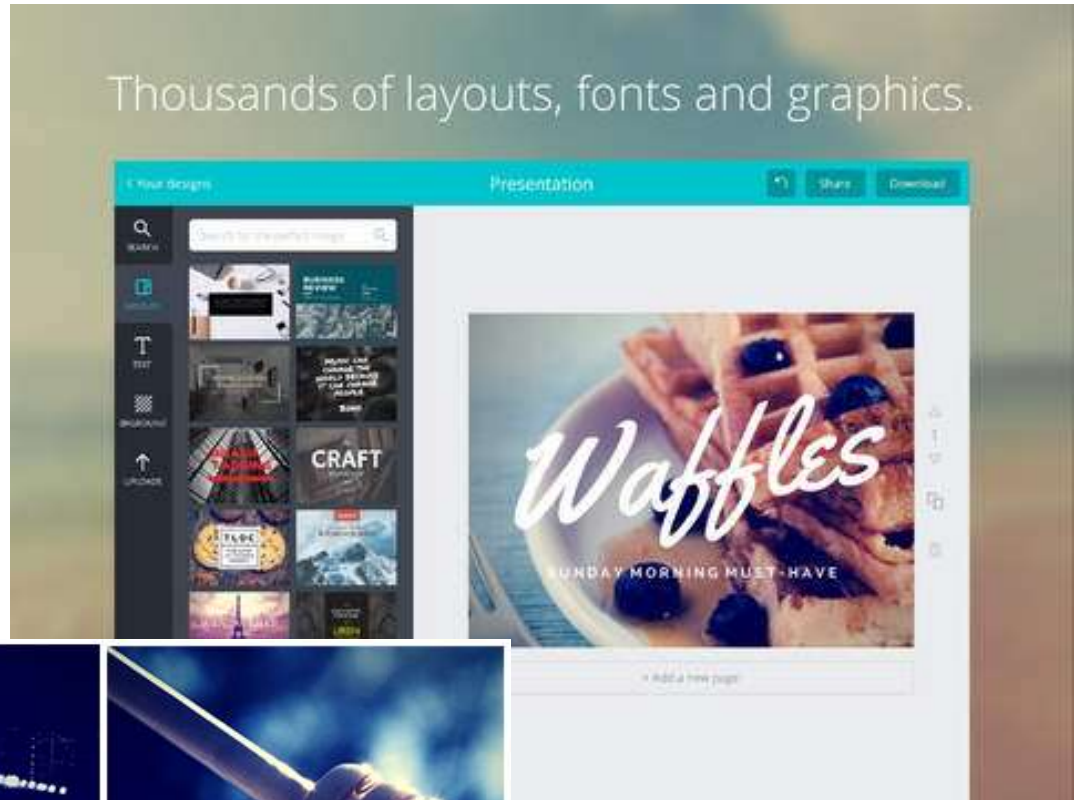
- Bahagian target audiens sangat penting tetapi akan dibincangkan kemudian. Oleh itu klik **Skip**

A screenshot of the Facebook 'Preferred Page Audience' settings page. At the top, there are four tabs: '1 About', '2 Profile Picture', '3 Add to Favourites', and '4 Preferred Page Audience'. Below the tabs, a message reads: 'Tell us about the people you'd most like to connect with. Anyone can find your Page, but we'll do our best to put it in front of the people who matter to you most.' The form includes several sections: 'Locations' with a text input field 'Add a country, county/region, city or postcode'; 'Age' with two dropdown menus set to '18' and '65+'; 'Gender' with three buttons: 'All' (selected), 'Men', and 'Women'; and 'Interests' with a search input field 'Search interests' and links for 'Suggestions' and 'Browse'. At the bottom right, there are 'Skip' and 'Save' buttons.

- Sekarang Pages anda dah siap



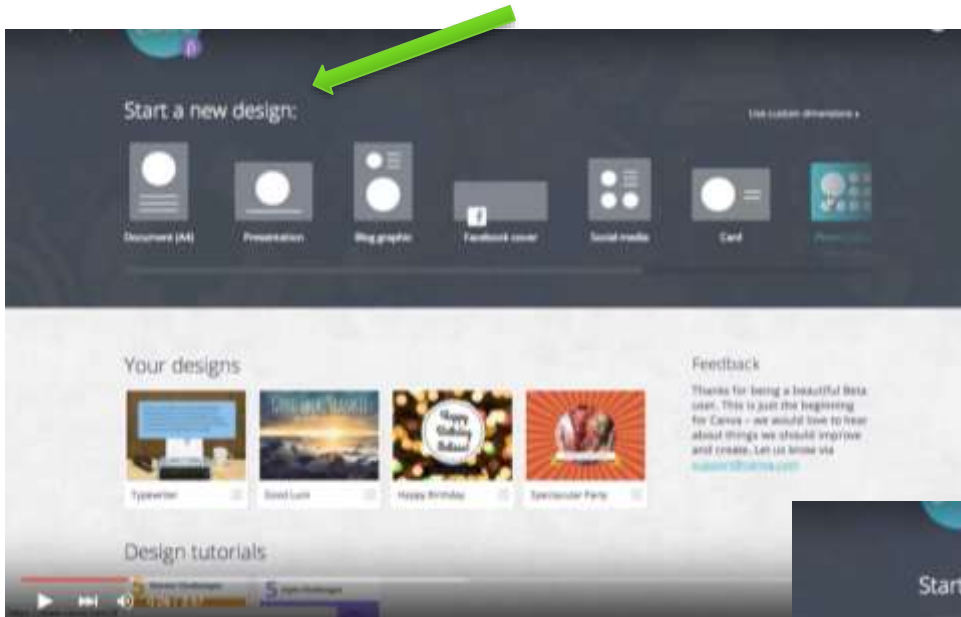
Design guna  
Canva atau  
Powerpoint



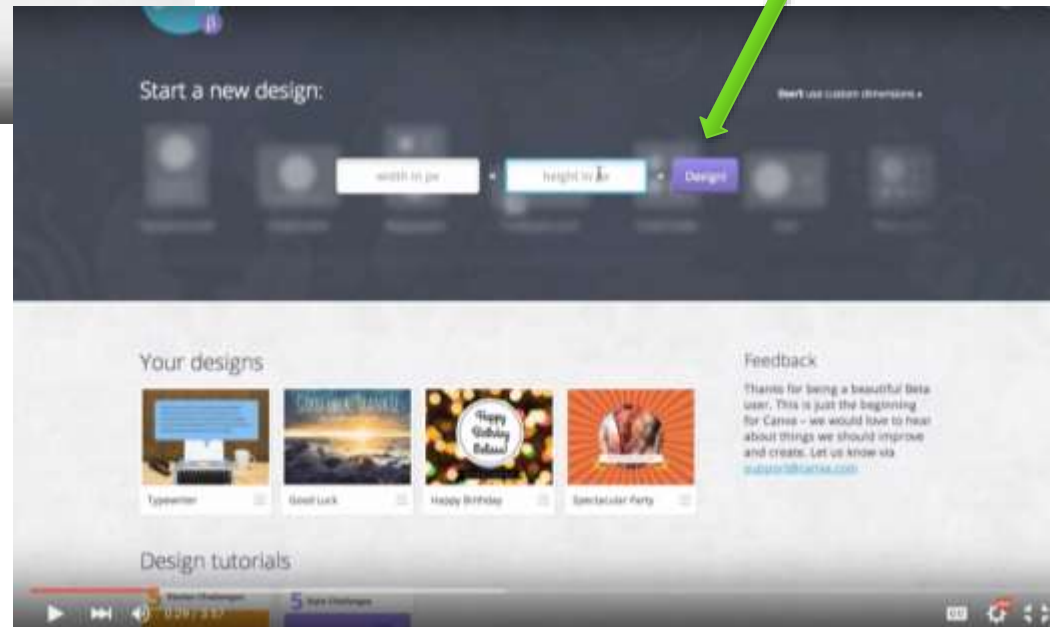
**Canva** merupakan sebuah website yang menyediakan kemudahan untuk anda melakukan design untuk poster, flyer, presentation, infographics yang amat berguna untuk tujuan branding anda



# STEP BY STEP

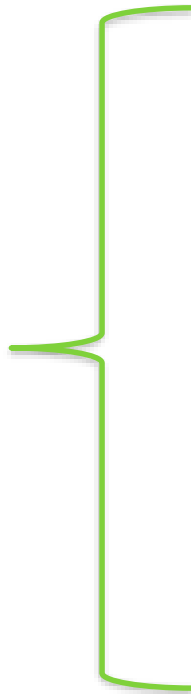


Guna template yang disediakan  
Atau  
Design ikut ukuran sendiri





Menu  
Asas



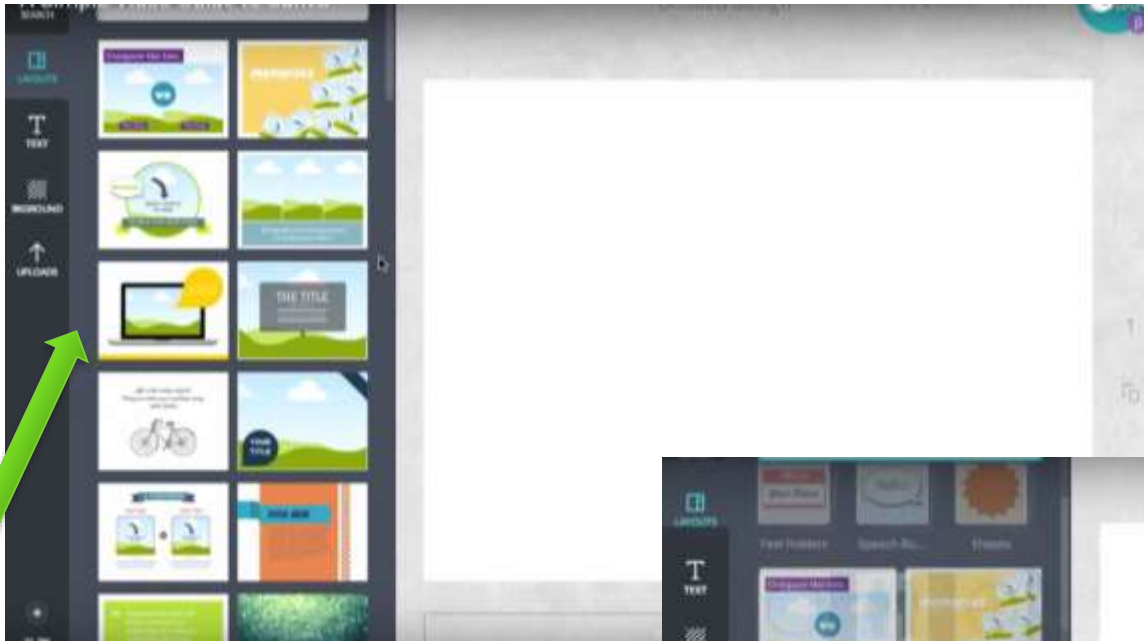
A screenshot of a design tool interface. On the left is a dark sidebar menu with icons and labels: a magnifying glass for 'SEARCH', a grid for 'LAYOUTS', a 'T' for 'TEXT', diagonal lines for 'BKGROUND', and an upward arrow for 'UPLOADS'. The main workspace shows a grid of design templates. At the top is a search bar with the text 'Search 1,000,000 images...'. Below it are four templates: 'THE MOTORBIKING MYSTERY' (blue background with a motorcycle), 'HAPPINESS IS A HABIT' (palm trees background), 'HEALTH RETREAT' (nature background with a white box containing 'SAN FRANCISCO &amp; LOS ANGELES'), and 'OMG WOULD YOU PLEASE JUST KICK BACK' (yellow background with green leaves). A blue arrow points to the 'HEALTH RETREAT' template. At the bottom, parts of 'REST' and 'YOGA RETREAT' templates are visible.

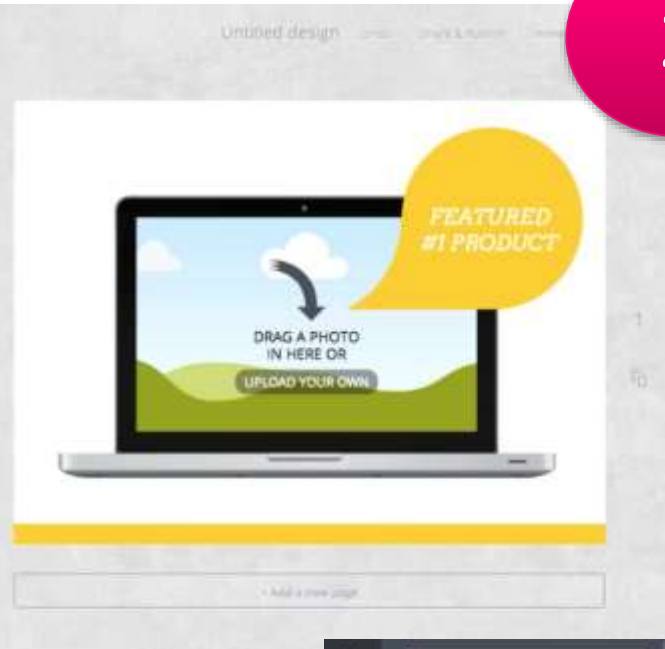




1

Pilih Layout yang bersesuaian





Guna Search untuk pilih gambar yang ingin digunakan atau upload gambar sendiri



Tambah text pada gambar





4

Boleh tukar warna background

5

Apabila design siap boleh terus upload



# ***TIPS MEMBINA FB PAGE***

Tukar Username

Cipta Watak/Persona

Post Konsisten

Thematic

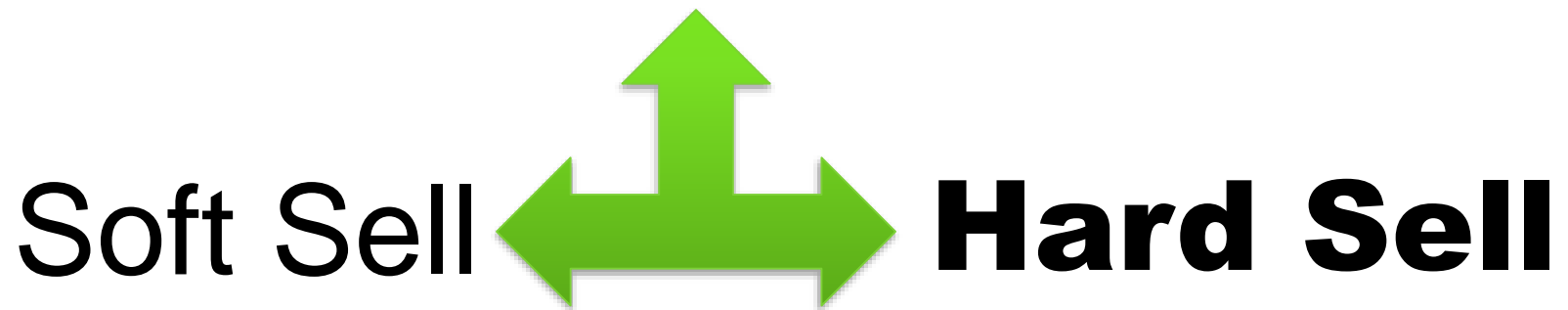
80% Nilai

Perbualan Dua Hala

Jangan Statik

# ***PENDEKATAN JUALAN YANG MANA SATU?***

*teaser*



***B2B atau B2C ?***

# CONTOH: TEASER



# CONTOH: SOFT SELL


 **BearBesar.com**  
July 22, 2014 · 🌐

Some people wonder how big the 1.6meter teddy bear is?  
It is as big as your girlfriend. Some girls say that teddy bear is even bigger than themselves.






Pick a card, any card. <http://bit.ly/1eOC9uM>






Like · Comment · Share 31



2,150 people like this.

View previous comments 1 of 58


 **Joseph Kankam** NICE TOPS  
February 6 at 6:18pm · Like

Write a comment... 

 **Nordstrom**  
January 16 · Edited 

 **Nordstrom**  
January 17 


Beauty Tip: Make eyes pop by adding inner-eye shimmer.  
<http://bit.ly/1j9emXk>




Like · Comment · Share 27

829 people like this.

View 8 more comments

 **Mechy Pinero** Guapaaaaaaa!  
January 18 at 5:43am · Like

 **Haresthetic.com** love the tone  
January 18 at 9:48pm · Like

# CONTOH: HARD SELL

**Fari** added 8 new photos — with Farikha Akhbar.  
Published by Farikha Akhbar [?] · September 24 at 9:54pm · Edited · 🌐

Menu today :: #longshirt #skirt  
Material : cotton 100%  
Measurement : Free size \*can fit till L\*  
Price : Check on the picture  
Promo Price : !!! #letsbesimplebutmodest



CAMELLIA SKIRT  
OLIVE GREEN

~~RM65~~  
RM45



**Fari** CAMELLIA SKIRT (LIGHT BLUE) RM45  
**Fari** CAMELLIA SKIRT (PINK) RM45 !!!  
**Fari** CAMELLIA SKIRT (PURPLE) RM45 !!!  
+5  
RM49 RM 59

**Sabun Pewiit Stokis** added 6 new photos.  
August 30 at 3:05pm · 🌐

Jom dapatkan sabun pewiit yang original dari kami ....  
Sape ada kawan2 yang nak Kulit cantik licin cerah berseri bebas jerawat bebas parut?? Dengan harga yg murah giler, tapi kesan superb best! Takyah buang2 duit beli mahal2 tp tak berkesan sbb tak sesuai dgn kulit.  
Dengan sabun pewiit, 100% diperbuat dari bahan2 semulajadi, sesuai untuk semua jenis kulit.. takyah risau2 kulit jd nipis ke jd merah terbakar ke... 100% selamat!  
Stok sgt2 limited, jika berminat boleh whatsapp admin  
019-7954019

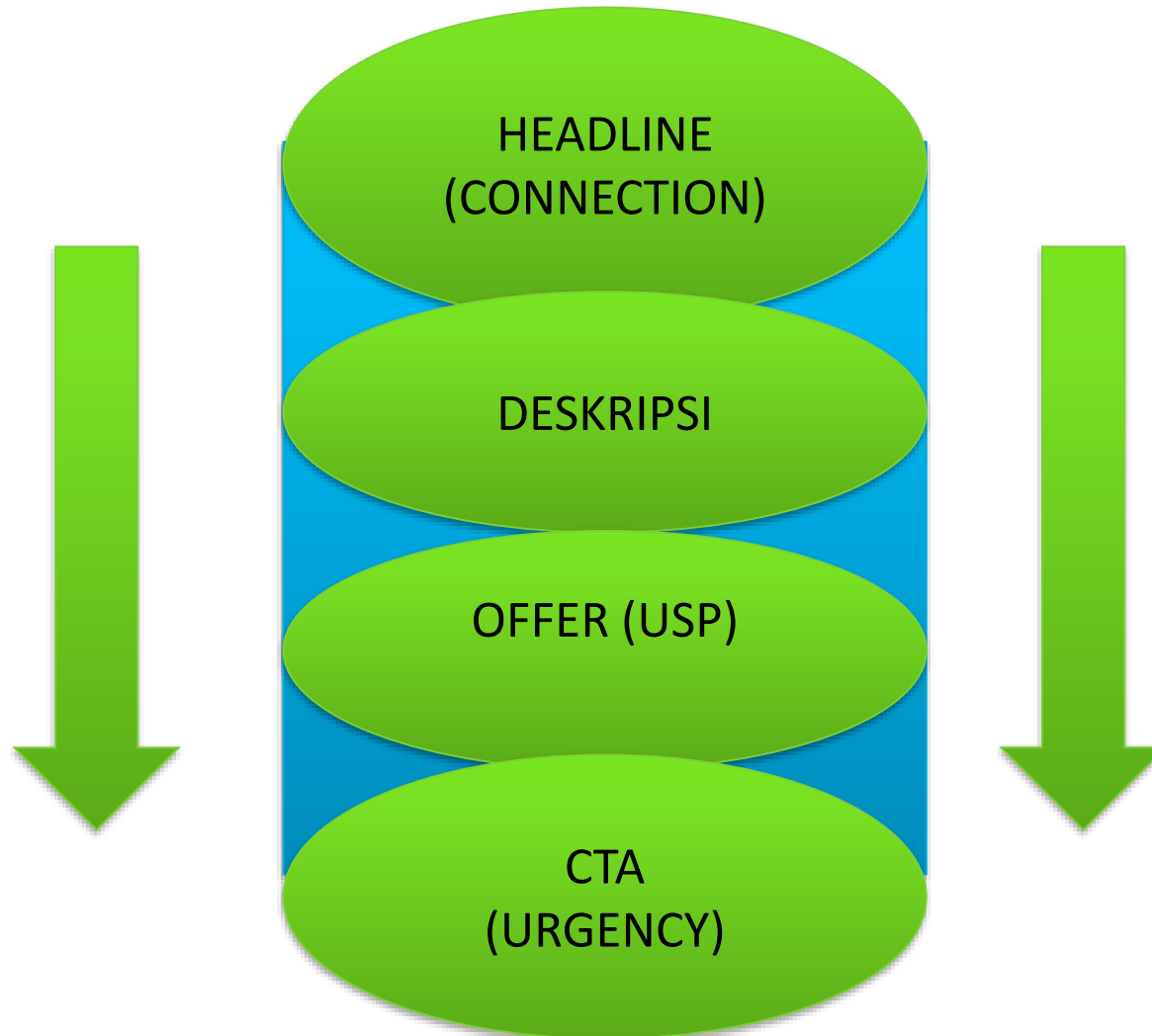


SEBELUM SELEPAS  
before after  
+5  
+2

# ***STRUKTUR COPYWRITING***



***AWARENESS, INTEREST, DESIRE , ACTION (AIDA)***



- Alangkah indahnya jika ....

[www.wasap.my/60199885800](http://www.wasap.my/60199885800)

# CUSTOMER AVATAR

- - jantina sasaran
- - range umur sasaran
- - demografi (kalau produk mahal)
- - interest sasaran (kecenderungan sasaran)
- - masalah sasaran
- - kelebihan produk kita yang mampu bantu sasaran selesaikan masalah
- - jaminan kita
- - bonus yang kita tawarkan



# MENGHASILKAN COPYWRITING YANG EFEKTIF

## 4 U's Formula:

### COPYWRITING

- ✓ 1. Urgent
- ✓ 2. Unique
- ✓ 3. Useful
- ✓ 4. Ultra-Specific



Hasilkan Contoh Copywriting (Teaser, Soft Sell & Hard Sell)



1. SERVER / HOSTING – RUMAH
2. DOMAIN – ALAMAT RUMAH
3. Sub-domain
4. kedaisaya.blogspot.com

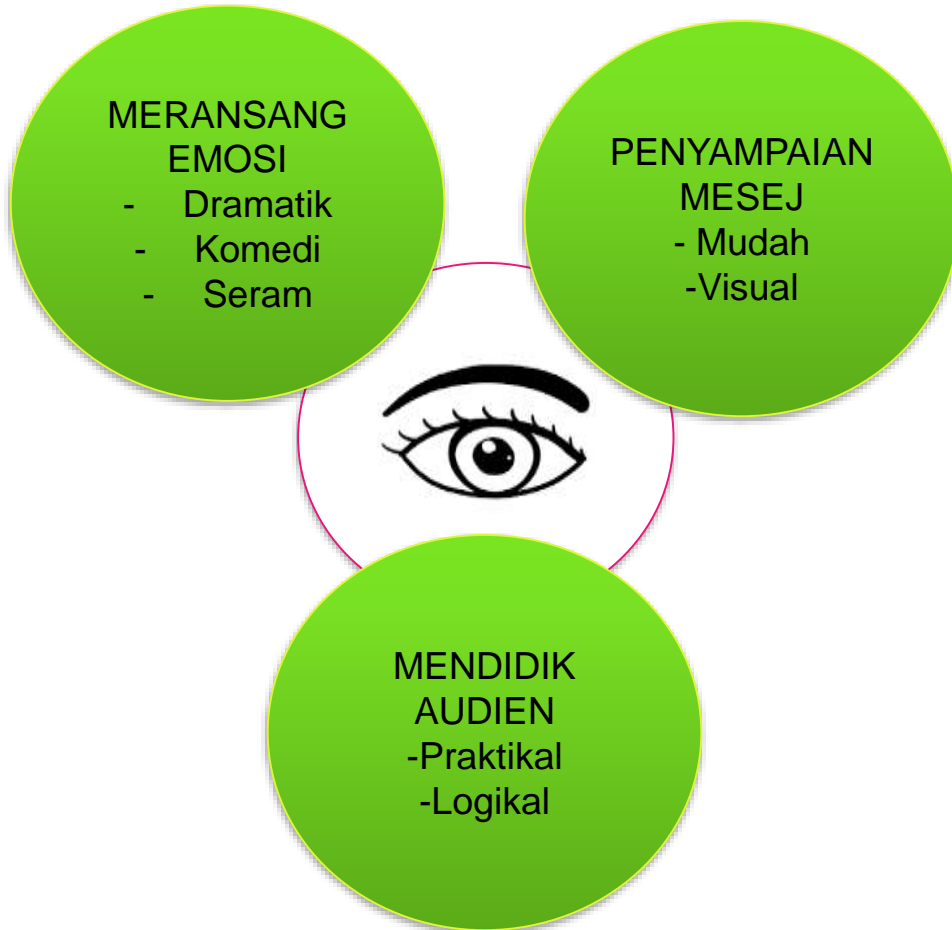
[Kedaisaya.Blogspot.com](http://Kedaisaya.Blogspot.com)

[Kedaisaya.Weebly.com](http://Kedaisaya.Weebly.com)

[Kedaisaya.Wix.com](http://Kedaisaya.Wix.com)

[Kedaisaya.Wordpress.com](http://Kedaisaya.Wordpress.com)

# CONTOH COPYWRITING

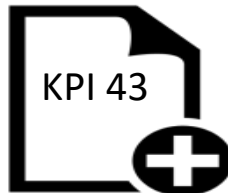
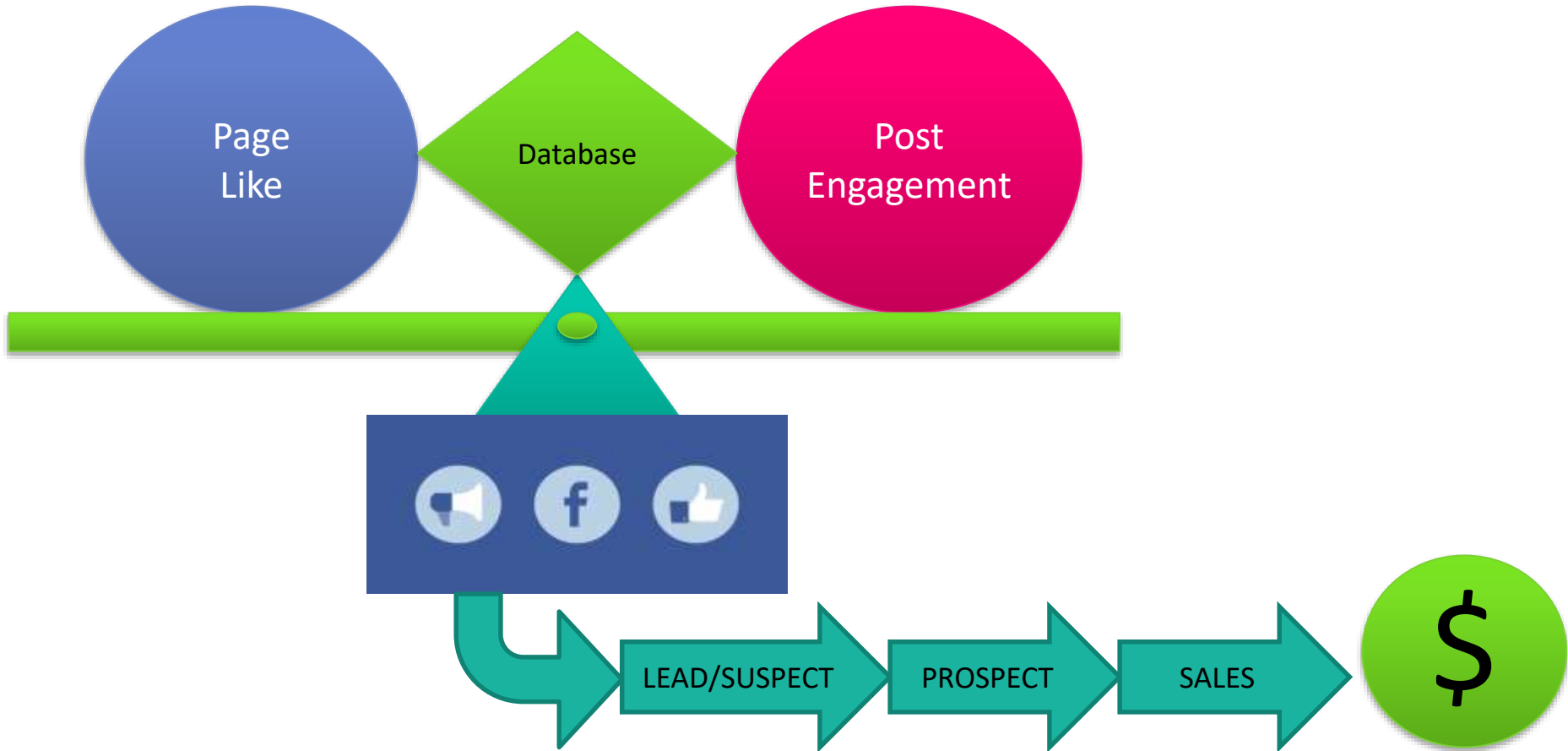


## TETAPI PERLU DIAMBIL KIRA FB SENTIASA AKAN MEBUAT PERUBAHAN POLISI IKLAN DARI SEMASA KE SEMASA

Antara perkara-perkara yang tidak dibenarkan dalam pengiklanan adalah:

- Penggunaan simbol-simbol
- Produk-produk “Adult”
- Penulisan yang berbentuk “Streotype” yang disasarkan kepada golongan tertentu
- Kandungan yang mengelirukan atau menipu
- Penggunaan bahasa yang kasar dan lucah

# APAKAH OBJEKTIF POST ?



## CONTOH FB AD BERBAYAR:

# Promote Page

**Promote Page**

TEXT AND IMAGES [Edit](#)

AUDIENCE

- People you choose through targeting [Edit](#)
- Location - Living in: Malaysia [More](#)
- Audience 1
- MY - 21-45
- Wan Nong Muzafar
- Wan Nong Muzafar

[See All \(10\)](#) [Create New Audience](#)

BUDGET AND DURATION

By clicking Promote, you agree to Facebook's Terms & Conditions | [Help Center](#)

[Cancel](#) [Promote](#)

# Vs

# Boost Post

**Boost Post**

AUDIENCE

- People you choose through targeting [Edit](#)
- Location: Malaysia
- Age: 18 - 65+
- People who like your Page
- People who like your Page and their friends
- Audience 1
- MY - 21-45

[See All \(12\)](#) [Create New Audience](#)

BUDGET AND DURATION

Total budget

By clicking Boost, you agree to Facebook's Terms & Conditions | [Help Center](#)

[Cancel](#) [Boost](#)

# ***KAEDAH MENGHASILKAN FB ADS***

1. Butang Boost Post di Page
  - Simple Audience Targeting
  - Mudah & Cepat Untuk Setup
2. Ads Manager
  - Detail Audience Targeting
  - Lebih Advance Berbanding Boost Post
3. Power Editor
  - Mudah Untuk Buat Split Testing

# KAEDAH AUDIENCE TARGETING

## Bahagian 1



### Audience

Define who you want to see your ads. [Learn more.](#)

NEW AUDIENCE ▾

Custom Audiences ⓘ    
[Create New](#) ▾

Locations ⓘ  ▾

📍 **Malaysia**

📍 Include ▾

[Add Bulk Locations...](#)

Age ⓘ  ▾ -  ▾

Gender ⓘ  All  Men  Women

Languages ⓘ

### Audience Definition

Your audience selection is fairly broad.

The gauge shows a needle pointing towards the 'Broad' end of a scale from 'Specific' to 'Broad'. The needle is positioned approximately 75% of the way from Specific to Broad.

### Audience Details:

- Location:
  - Malaysia
- Age:
  - 18 - 65+
- Placements:
  - on pages: News Feed on desktop computers, News Feed on mobile devices, Right column on desktop

Potential Reach: 18,000,000 people

### Estimated Daily Reach

**4,400 - 12,000 people on Facebook**  
0 of 12,000,000 ⓘ

**5,600 - 15,000 people on Instagram**  
0 of 2,200,000 ⓘ





# KAEDAH AUDIENCE TARGETING

## Bahagian 2

**Detailed Targeting** ⓘ INCLUDE people who match at least ONE of the following ⓘ

Demographics > Relationship > Relationship Status

**Married**

Add demographics, interests or behaviors | Suggestions | Browse

and MUST ALSO match at least ONE of the following ⓘ

Demographics > Parents > All Parents

**Parents (All)**

Add demographics, interests or behaviors | Suggestions | Browse

and MUST ALSO match at least ONE of the following ⓘ

Add demographics, interests or behaviors | Suggestions | Browse

- Demographics ⓘ
- Interests ⓘ
- Behaviors ⓘ
- More Categories ⓘ

**Connections** ⓘ

Save this audience

### Audience Definition

Your audience selection is fairly broad.

Specific Broad

#### Audience Details:

- Location:
  - Malaysia
- Age:
  - 18 - 65+
- Placements:
  - on pages: News Feed on desktop computers, News Feed on mobile devices, Right column on desktop computers or Instagram Feed

Potential Reach: 2,800,000 people

#### Estimated Daily Reach

**f** 3,200 - 8,600 people on Facebook

0 of 2,300,000 ⓘ

**g** 4,200 - 11,000 people on Instagram

0 of 310,000 ⓘ

This is only an estimate. Numbers shown are based on the average performance of ads targeted to your selected audience.

# PLACEMENT AD



## Placements

Define where you'd like your ads to appear. [Learn more.](#)

### Placements ⓘ

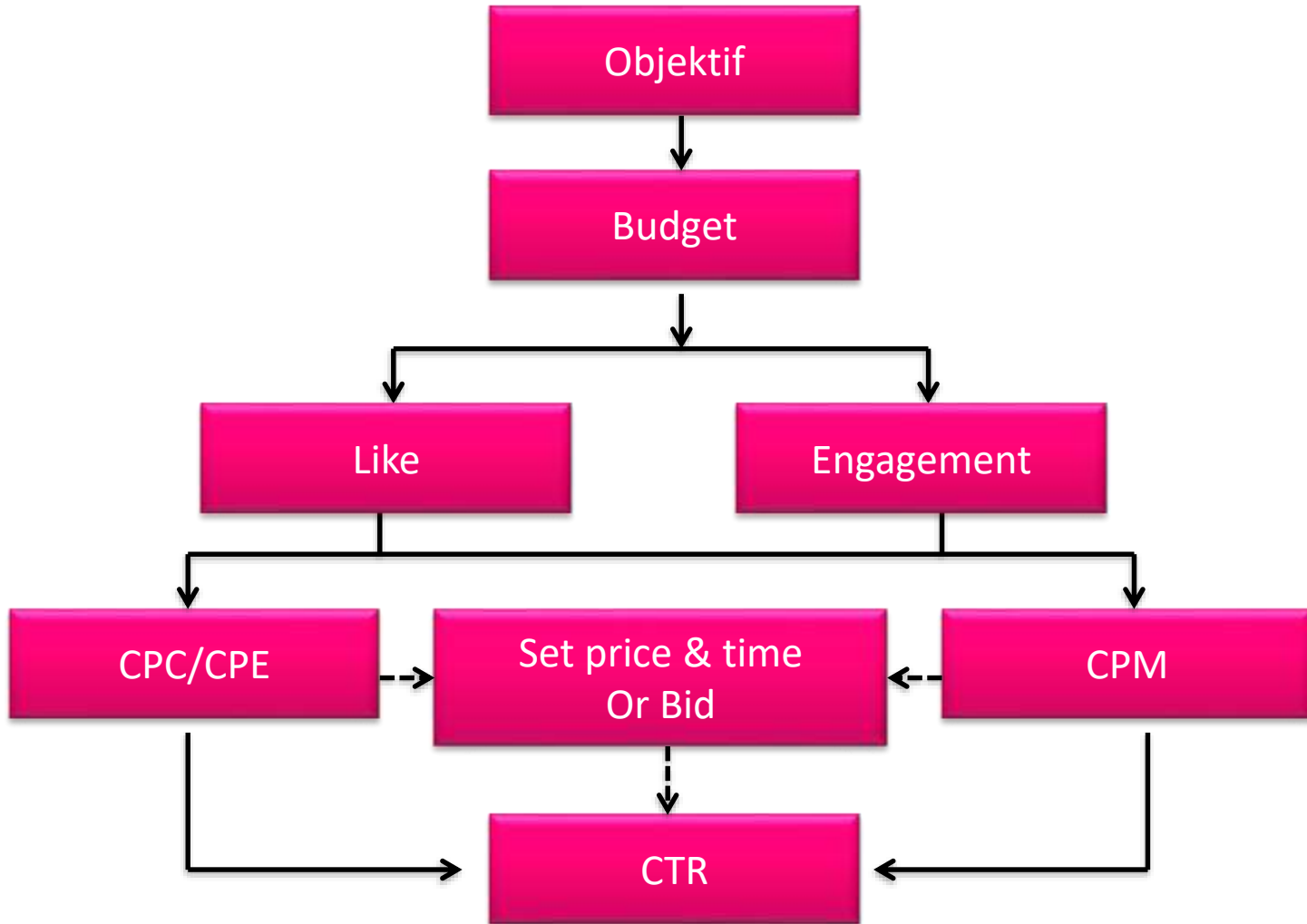
	Mobile News Feed ⓘ	
	Instagram	
	Desktop News Feed ⓘ	
	Desktop Right Column	

### Mobile Devices

All Mobile Devices ▼

Only devices connected to Wi-Fi

# PROSES PENGHASILAN FB AD





# ROI



$$CTR = \frac{\text{Clicks}}{\text{Impressions}}$$



	Global Facebook Trends					
	CPM		CPC		CTR	
	Q4 2014	Q1 2015	Q4 2014	Q1 2015	Q4 2014	Q1 2015
Global	\$3.70	\$3.30	\$0.44	\$0.39	0.85%	0.84%
United States	\$4.13	\$3.72	\$0.53	\$0.43	0.79%	0.86%
Canada	\$3.02	\$2.21	\$0.96	\$1.08	0.31%	0.20%
Brazil	R\$3.78	R\$4.34	R\$0.37	R\$0.41	1.03%	1.06%
France	€1.52	€1.41	€0.36	€0.36	0.43%	0.39%
Germany	€2.99	€2.48	€0.27	€0.24	1.11%	1.02%
United Kingdom	£2.63	£2.76	£0.23	£0.24	1.14%	1.15%
Australia	\$5.11	\$5.59	\$0.52	\$0.50	0.98%	1.11%
New Zealand	\$2.87	\$2.08	\$0.85	\$0.41	0.34%	0.51%
Japan	¥744	¥619	¥81	¥74	0.92%	0.84%

Salesforce Marketing Cloud, Social.com Advertising Benchmark, Q1 2015

\* each country denominated in local currency

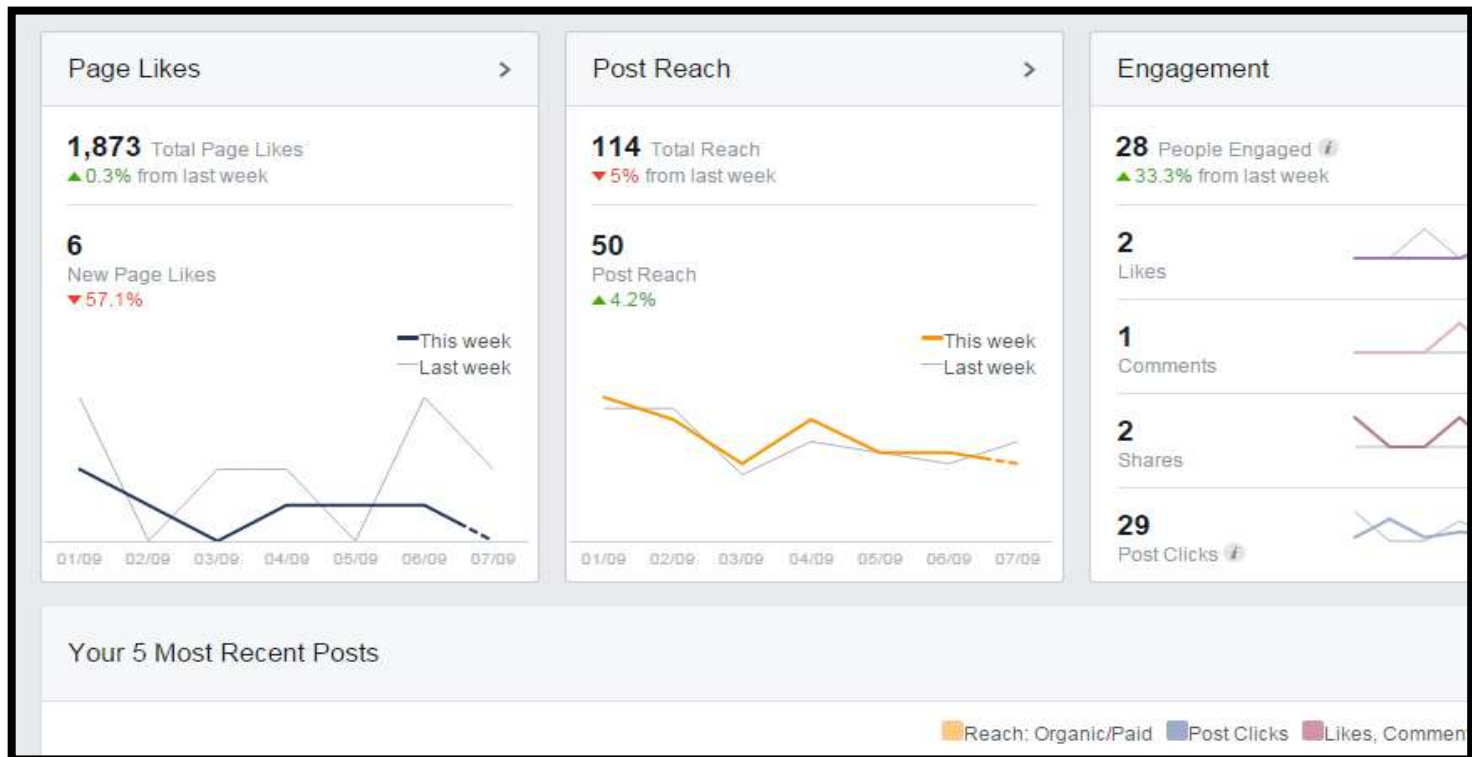
Columns: Performance and Clicks ▾				
Breakdown ▾				
Export ▾				
Clicks ⓘ	CTR (... ⓘ)	CPC (C... ⓘ)	Impressi... ⓘ	CPM (C... ⓘ)
15,800	5.00%	RM0.10	315,773	RM5.23

Optimal CTR: 11%-16%  
 Above Avg CTR: 7%-9%  
 Average CTR: 4%-5%  
 Below Avg CTR: 2%-3%  
 Poor CTR: 1%  
 Spruce Media: 2015

# KEGUNAAN ANALYTICS

## ANALISA FB GUNA FACEBOOK INSIGHTS

Facebook Insights merupakan satu alat tracking yang disediakan oleh Facebook untuk anda analisa interaksi pengguna dalam kalangan audiens di FB page anda.

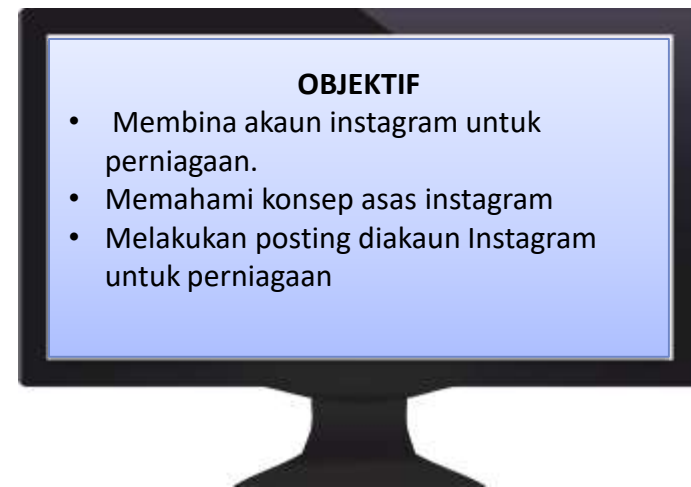


# mendalami

# Instagram



# sebagai medium perniagaan



## INSTANT + TELEGRAM

KONSEP: Taking photos in instant & sharing them like telegram

### PRODUK

Efektif, keyakinan

### OFFER

Promosi, diskaun,  
dll



### CONTEST

Voucher, Coupon

### NEWS

Artikel berkaitan

### EVENTS

Update, kerja  
belakang tabir

# KONSEP ASAS INSTAGRAM

▶ Filter Gambar

▶ Hashtag

▶ Following (I follow You) & Follower (You follow Me)



# **FILTER GAMBAR**



## **GUIDES UNTUK PILIH GAMBAR DAN FILTER**

# PENCAHAYAAN



GELAP



CERAH

# BACKGROUND



HIGH AMOUNT of  
BACKGROUND SPACE



LOW AMOUNT of  
BACKGROUND SPACE

# WARNA DOMINAN



SATU WARNA  
DOMINAN



BANYAK WARNA  
DOMINAN



# SATURATION



HIGH SATURATION



LOW SATURATION

# TEKSTUR



TEXTURED IMAGE



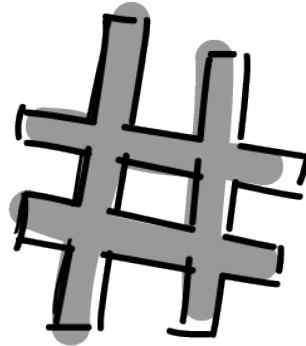
SMOOTH IMAGE

# HASHTAG



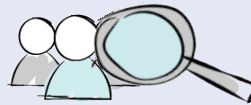
## KATA KUNCI

Pengguna instagram cari post berdasarkan hashtag



## BINA KOMUNITI

Bina komuniti dgn mencipta hashtag sendiri



## SCAN FOLLOWER

Target bakal follower guna hashtag berkaitan produk



# TIPS & TRICKS:

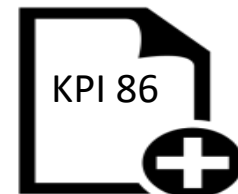
Guna **11 – 20 hashtags**. Jangan lebih 30 hashtags kerana gambar anda tidak akan keluar.

Pastikan setiap post ada semua jenis hashtags di bawah;

- ▶ Hashtags **unik** yang dicipta khas untuk produk dan jenama
- ▶ Hashtags **trending** yang berkaitan dengan produk anda
- ▶ Hashtags **general** untuk tujuan kategori

Jika tak mahu kelihatan seperti spam hashtags, letak 4-5 hashtags untuk satu post dan tukar kepada yang baru selepas 30 minit

Anda juga boleh **letak hashtag di ruangan komen** untuk tak ganggu caption post anda





Aldo guna 12 hashtags – jenama, unik, trending, & general



**aldo\_shoes** Follow  
4 days ago  
DARING, DASHING AND DAPPER And that's why there's only one @onedapperstreet. #manicmonday #aldo #aldoshoes #aldogram #igers #fashion #style #blogger #ootd #swag #oxfords #obsessed

shadielachkar susmitamisra, miniprix and 1,591 others like this.

**mrmartinurda**  
👍👍👍

**fmkhan213**  
instant love...

**caleb\_saladbar**  
I have those babies...

**zahraa179**  
@aldo\_shoes beautiful shoes

**eijuly500**  
Like it 👍👍👍

**dulcek\_b**  
These are nice for you @ochosesis

**tehillador**  
@dj\_guzman so you! Haha

**scaravid**

Leave a comment...

Avantstyle guna 30 hashtags – jenama, target follower, aksesori tambahan, lokasi, trending, & general



1,712 likes

**avantstyle** #avantstyle #homenscombarba #modaparahomens #gentleman #classymen #styleformen #modamasculina #carry #thisisground #homensnamoda #gentlemanstyle #homme #gentslounge #menswear #everydaycarry #modafashion #gentlemen #moda #mensfashion #sprezabox #mode #menstyle #organise #gentlemensclub #fashionblog #huckberry #blakescott #ties #fashion #nederland

View all 5 comments

**dreamentrepreneur** Niiice!!!

**perksocial**

Love this.

**firstlightofevening**

Indeed!

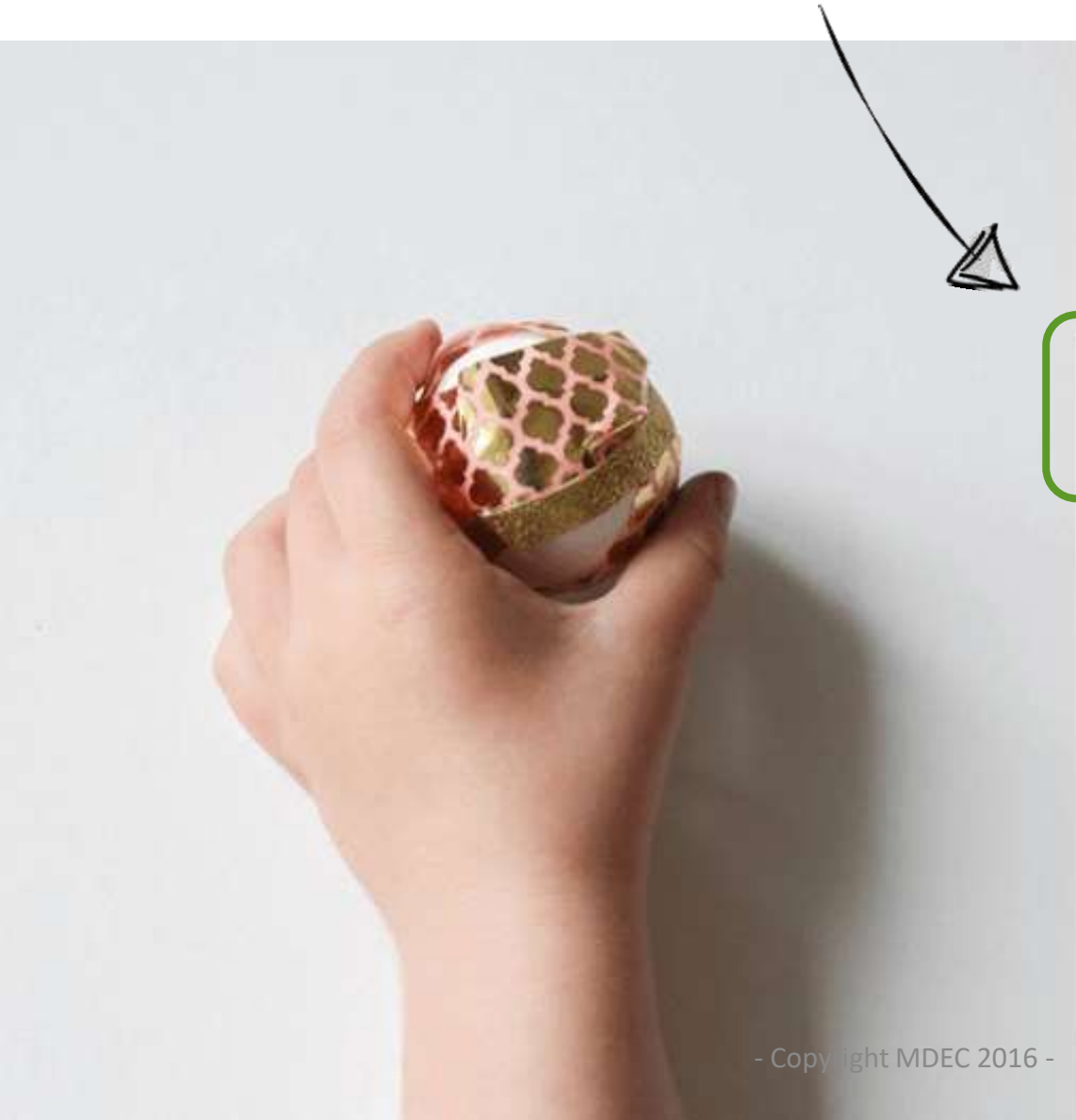
**iteratosocial**



Leave a comment...



# Contoh hashtag di ruangan komen supaya tak ganggu caption



**iteratesocial** 3 weeks ago  
One last Easter egg pic because being a business woman and a mom is badass. [Follow](#)

♥ [cramer\\_design](#), [ruby\\_and\\_ivy](#), [torybites](#) and 80 others like this.

**iteratesocial**  
#aprillove2015 #thatsdarling #sparkleandshine #vscomom #vsco #vscocam #motherhood #smallbusiness #entrepreneur #gold

**iteratesocial**  
#handinframe

**ledgelovespace**  
Cute ☀️

**chelsealeighhoney**

**insquiredesign**  
@iteratesocial 🍷

**perksocial**  
Love this.

**firstlightofevening**  
Indeed!

**iteratesocial**

Leave a comment...



# FOLLOWING (I FOLLOW YOU)

# &

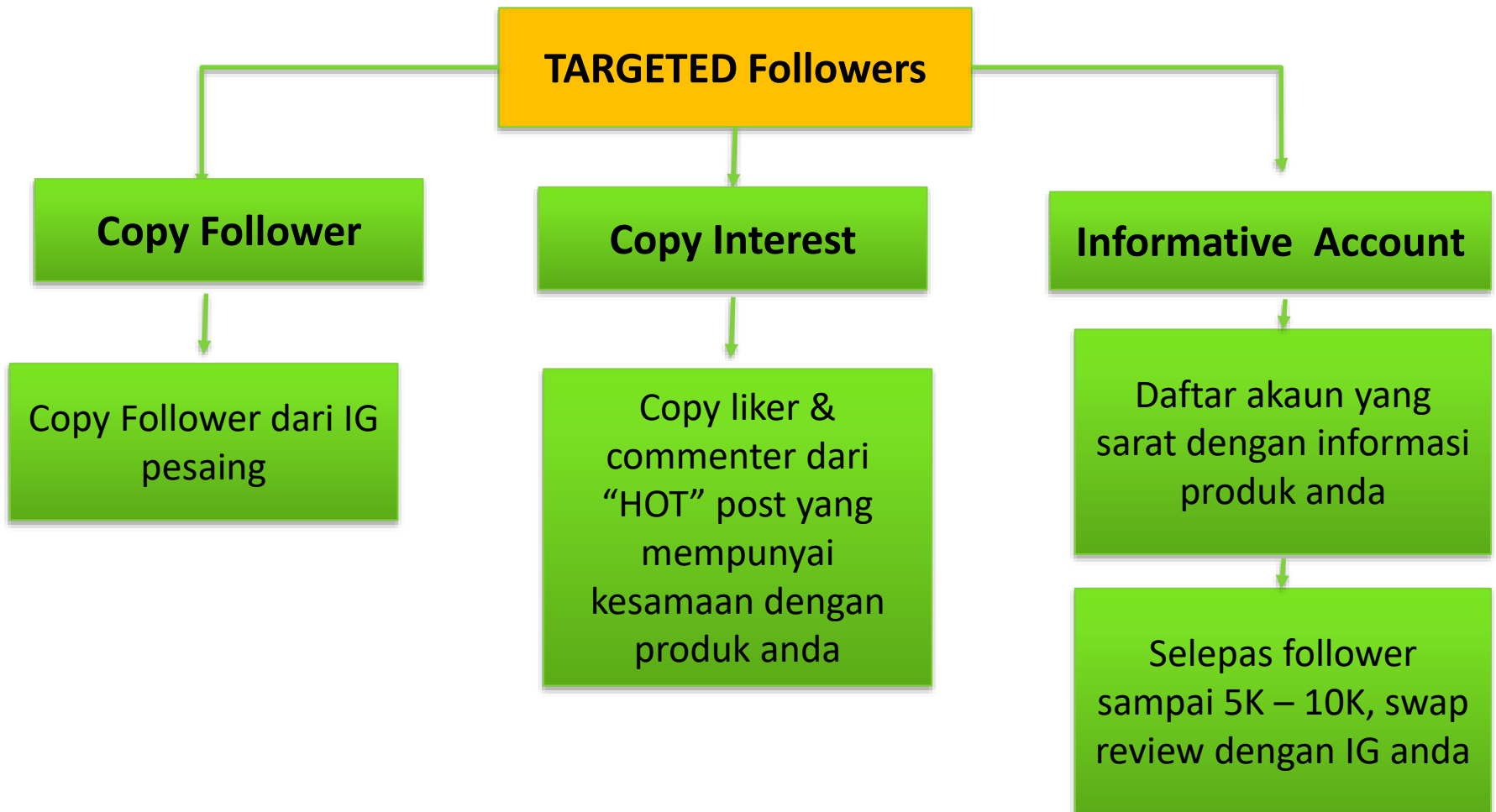
# FOLLOWERS (YOU FOLLOW I)

Cari **target follower** dengan menggunakan **kaedah hashtag** yang berkaitan dengan produk anda

**Jangan tinggalkan komen general.** Luangkan sedikit masa untuk memahami gambar yang dipos sebelum komen

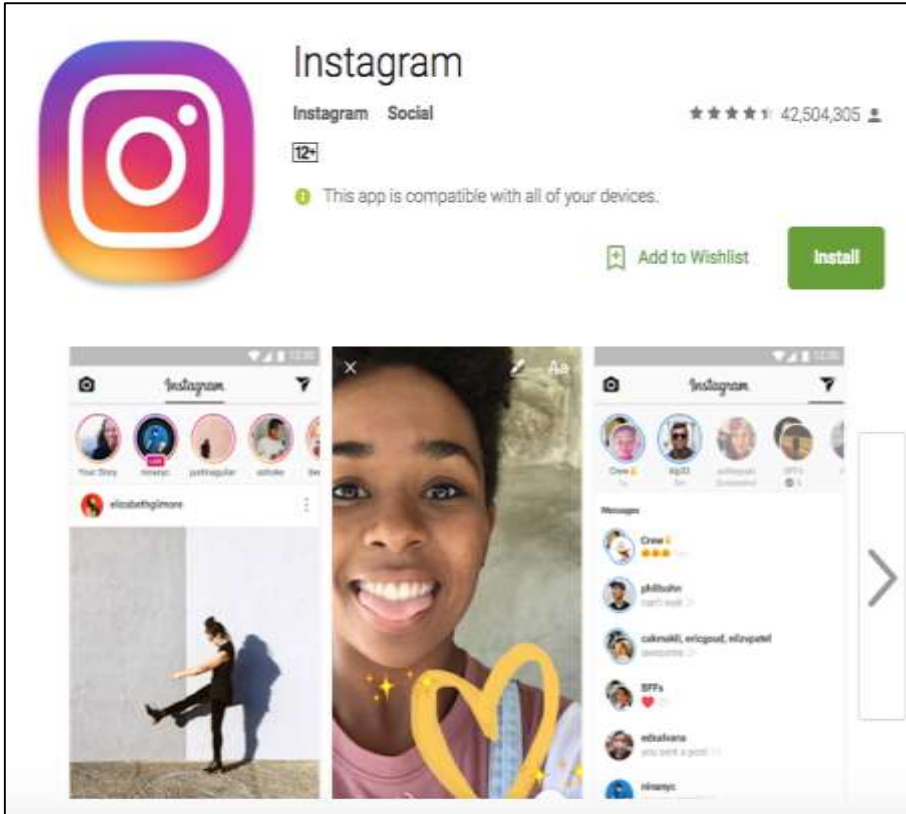


# STRATEGI DAPATKAN “TARGETED FOLLOWER”

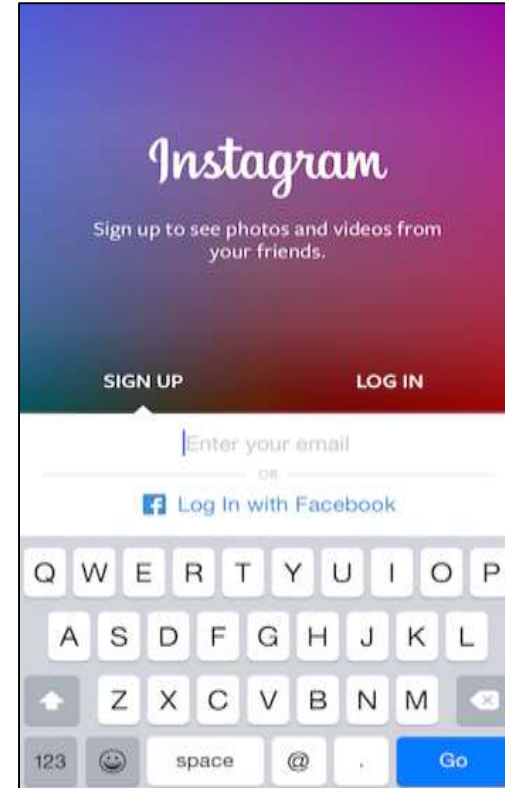


Perundangan Instagram: Max 7500 following

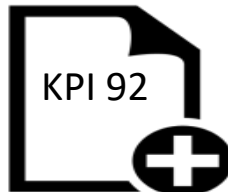
Tips Instagram: Follow dan unfollow (Target 50 – 100 dalam masa satu jam)

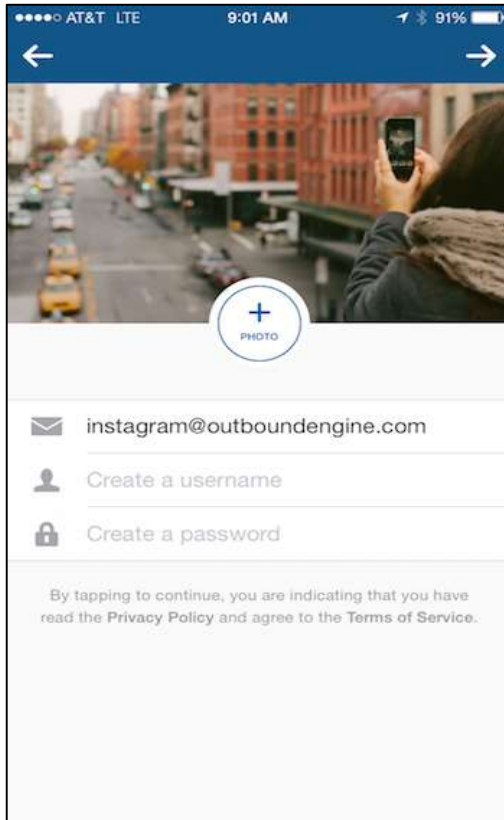


1. MUAT TURUN APLIKASI

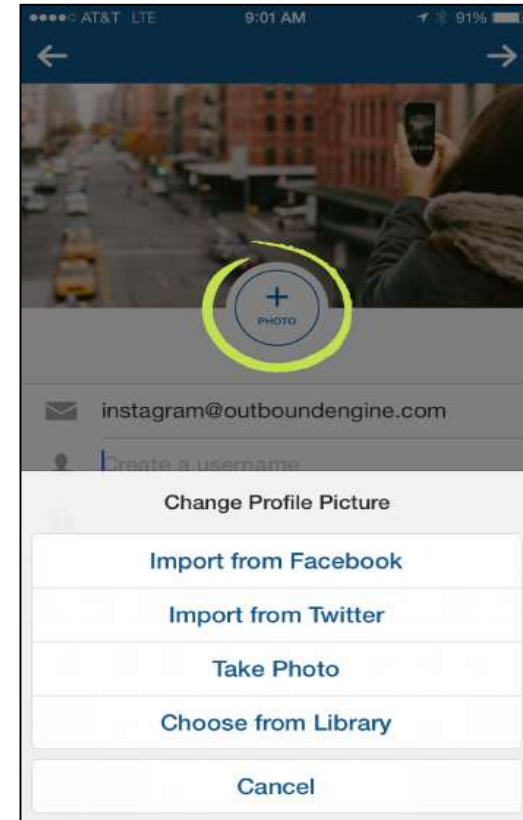


2. BUAT AKAUN GUNA EMEL

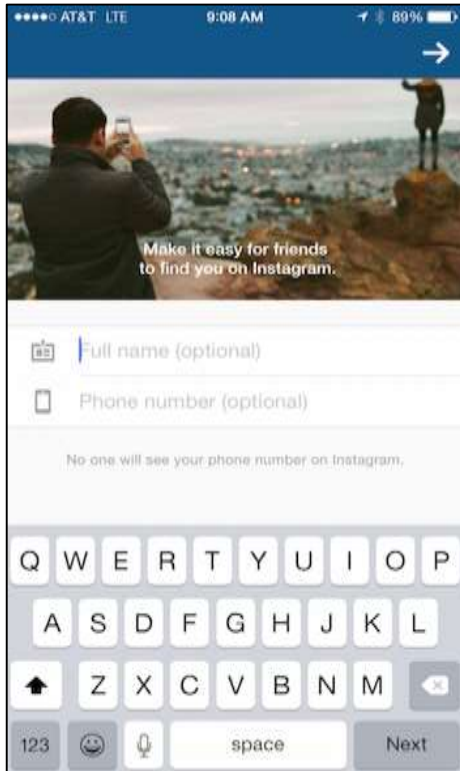




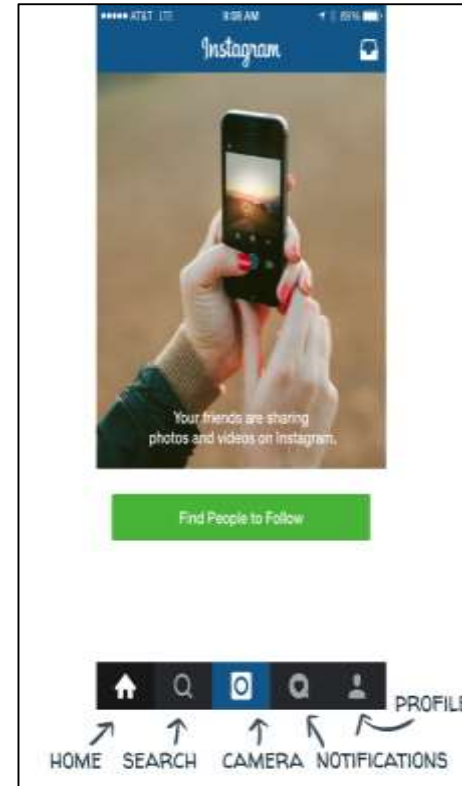
3. PILIH USERNAME YANG DIKENALI



4. PILIH GAMBAR PROFIL YANG BETUL

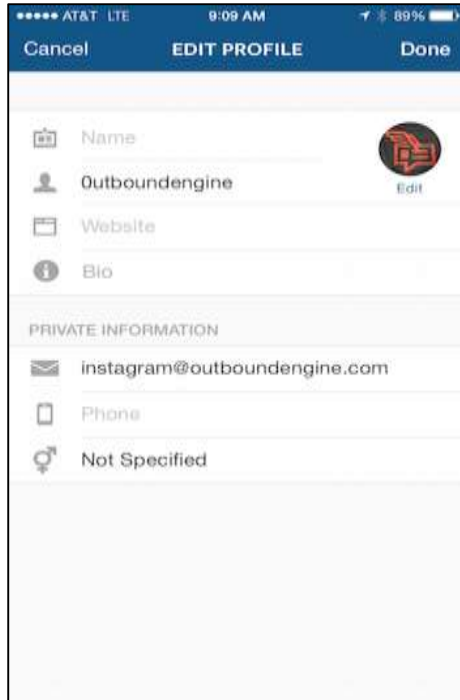


## 5. BINA PROFIL ASAS

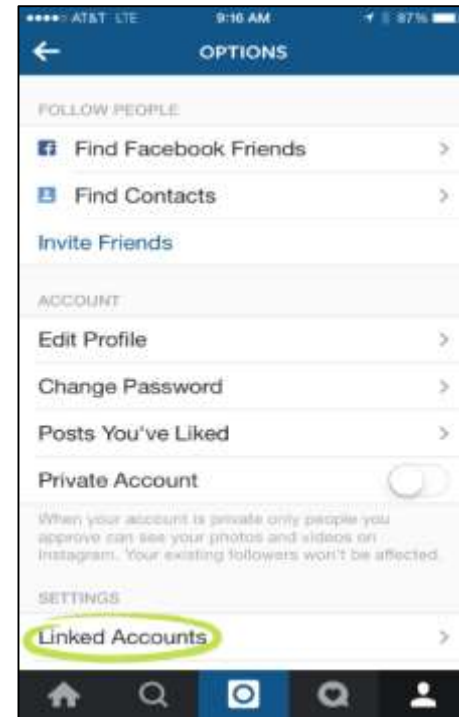


## 6. MEMULAKAN 'PAGE'

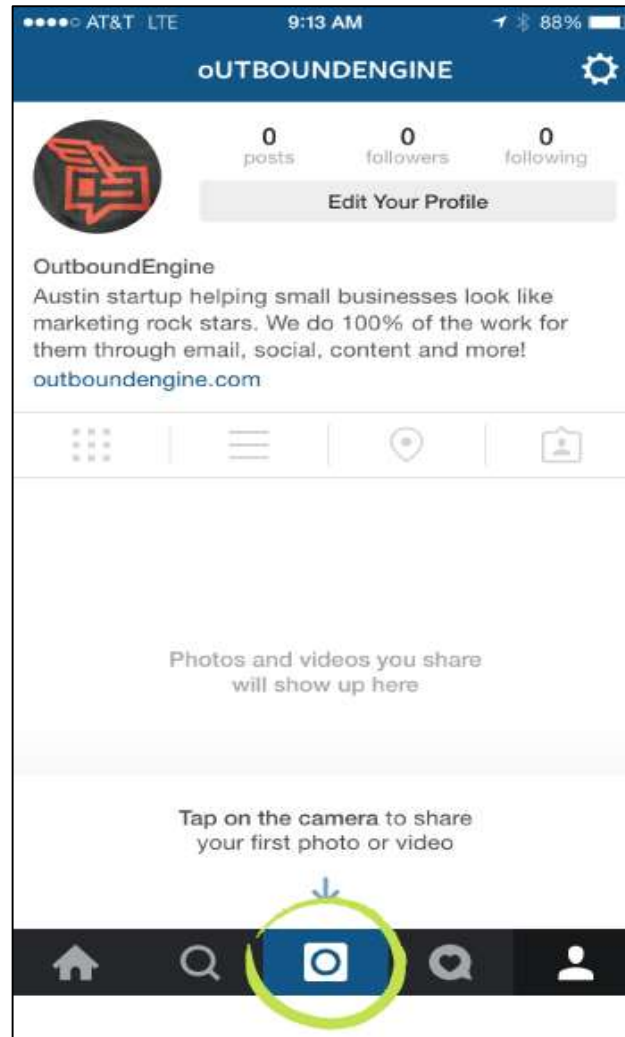




7.KEMASKINI PROFIL



8.SET UP YOUR SOCIAL SHARING

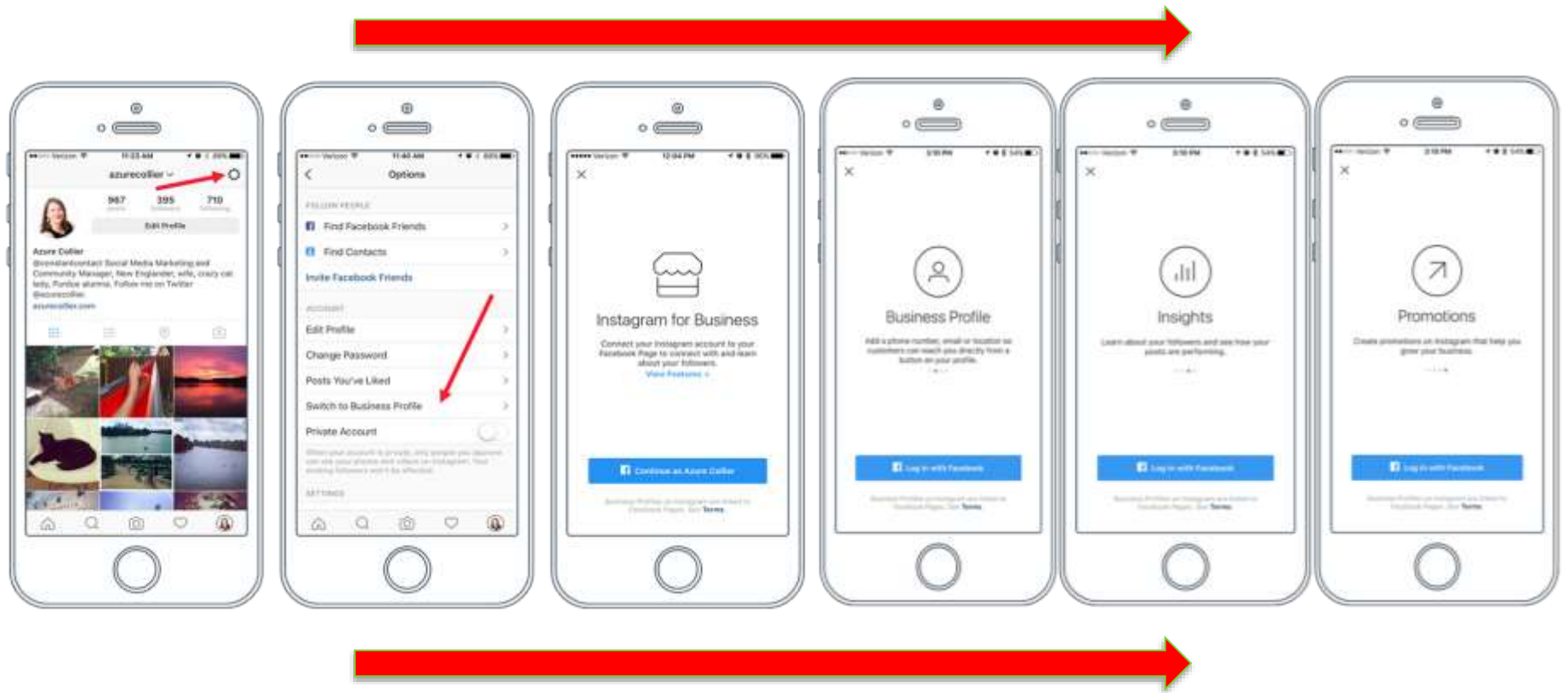


## 9. MULAKAN POSTING ANDA

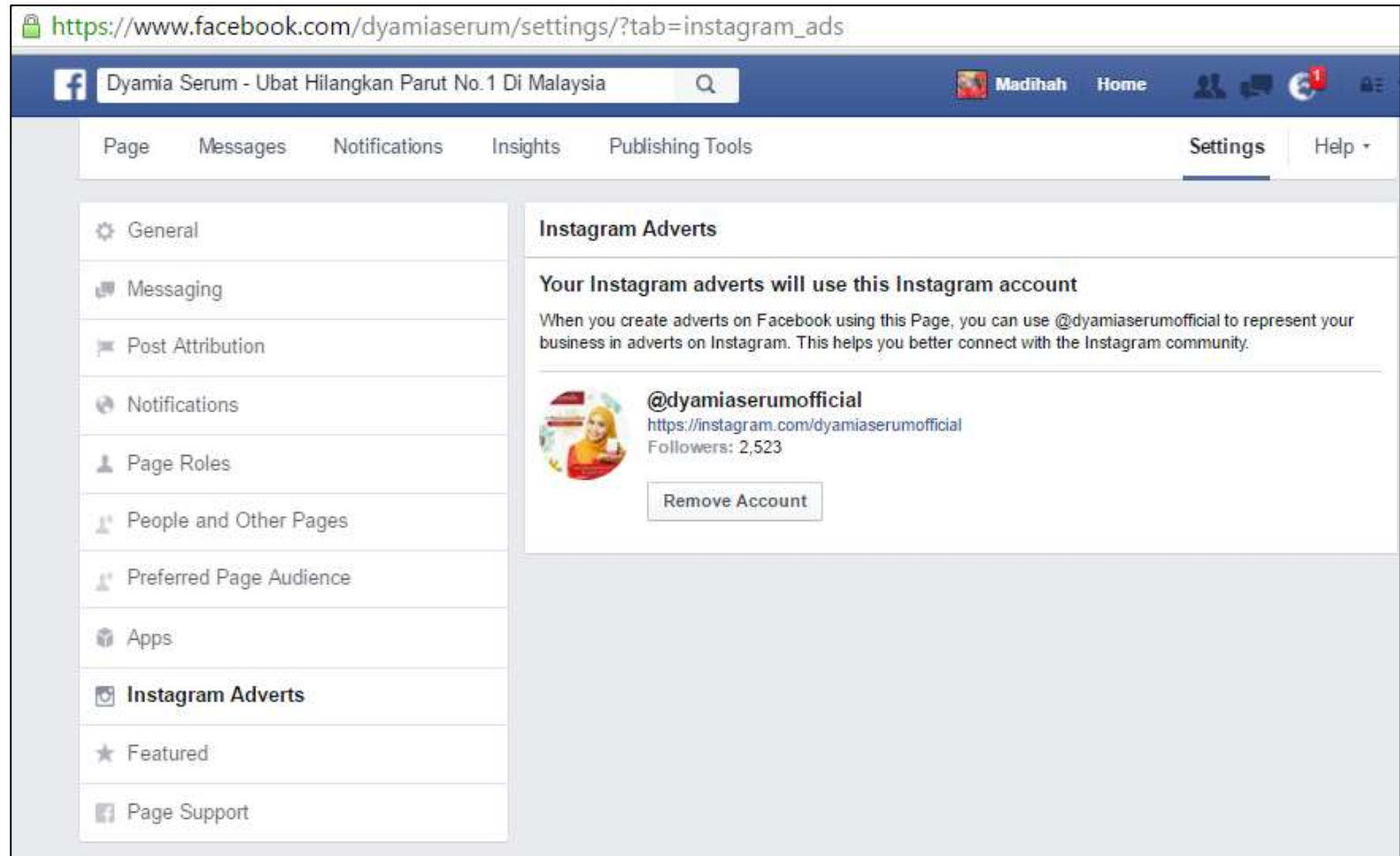
Hasilkan Contoh Copywriting (Teaser, Soft Sell & Hard Sell)



# INSTAGRAM UNTUK BISNES



# PROSES MENGIKLAN MELALUI INSTGRAM



The screenshot shows the Facebook settings page for a page named "Dyamia Serum - Ubat Hilangkan Parut No.1 Di Malaysia". The "Instagram Adverts" section is active, displaying the following information:

- Instagram Adverts**
- Your Instagram adverts will use this Instagram account**
- When you create adverts on Facebook using this Page, you can use @dyamiaserumofficial to represent your business in adverts on Instagram. This helps you better connect with the Instagram community.
- Account: @dyamiaserumofficial
- URL: <https://instagram.com/dyamiaserumofficial>
- Followers: 2,523
- Remove Account button

The left sidebar contains the following settings categories: General, Messaging, Post Attribution, Notifications, Page Roles, People and Other Pages, Preferred Page Audience, Apps, Instagram Adverts (highlighted), Featured, and Page Support.


**CAMPAIGN:** Choose your objective

**Choose the objective for your campaign**

[Help: Choosing an Objective](#)

 Boost your posts Use the Page Post Engagement objective to boost your post.

**New** Create adverts for Instagram


 Promote your Page

 Send people to your website


 Increase conversions on your website

 Get installs of your app

 Increase engagement in your app

 Reach people near your business

 Raise attendance at your event

 Get people to claim your offer

Choose the objective for your campaign

- Boost your posts
- Promote your Page
- Send people to your website
- Increase conversions on your website
- Get installs of your app
- Increase engagement in your app
- Reach people near your business
- Raise attendance at your event
- Get people to claim your offer
- Get video views
- Collect leads for your business NEW

+ Create new Page post

Only show posts that can be used with Instagram adverts



NAK CANTIK TOP TO TOE DGN KOS SERENDAH RM 2 ???KHAS Utk ANDA Ada Yg Ada Masalah Ini :-> Jeragat-> Jerawat &...

2 likes · 6 shares  
449759185221813



"WOW 2BULAN JE PIGMENTASI/JERAGAT YANG TEBAL DAH PUDAR ! " Pigmentasi Ni Da Menepek Kat Pipi Tu Selama 7 Ta...

17 shares  
449746538558411

Timeline Photos - NAK CANTIK TO... ▾



Campaign name

Dyamia Serum - Ubat Hilangk... - Post Engagement

# mendalami



## website

RUJUKAN

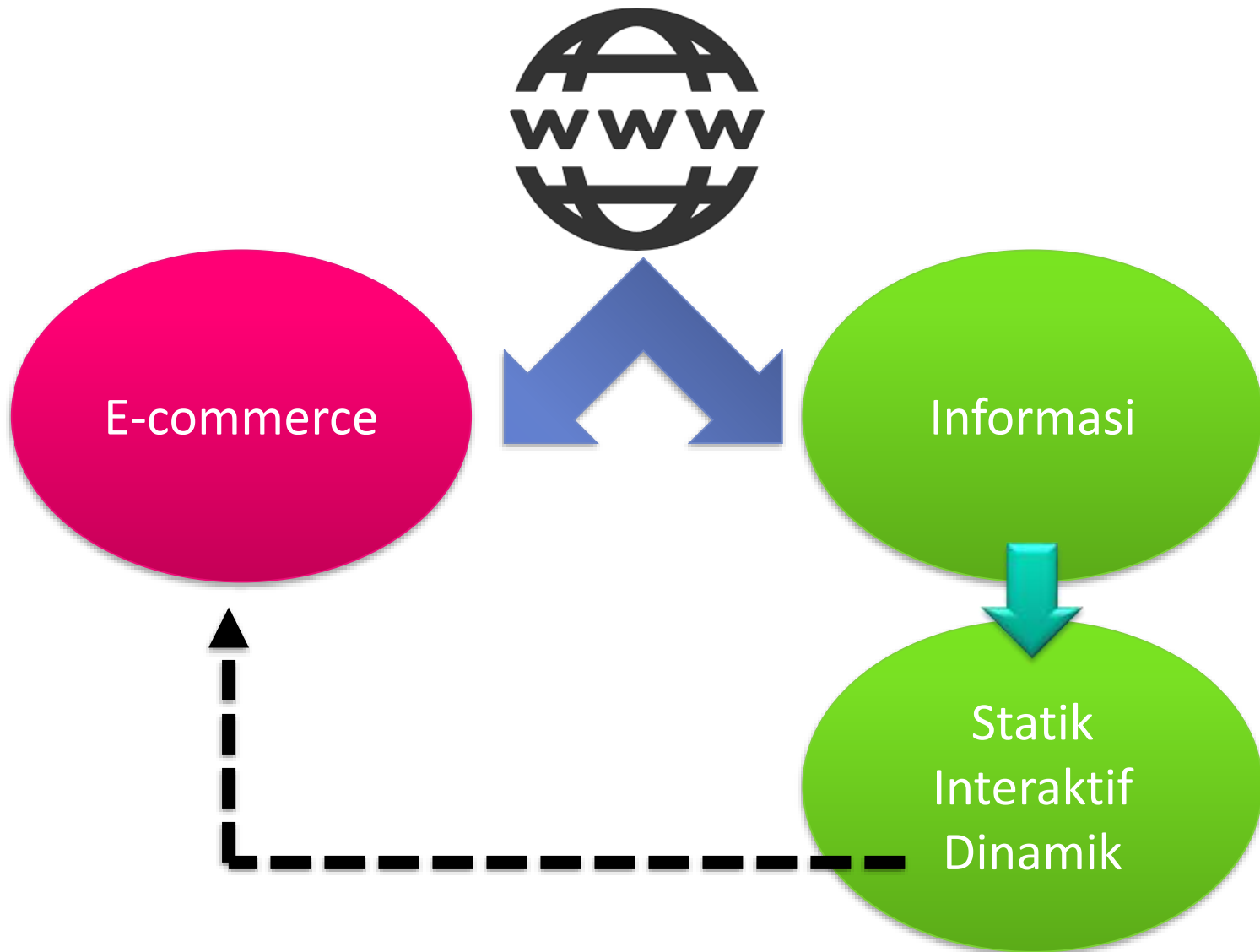


MS 153

### OBJEKTIF PEMBELAJARAN

- Memahami jenis-jenis website
- Membina website perniagaan menggunakan weebly.com

# KATEGORI LAMAN WEB





# CONTOH LAMAN WEB INFORMASI

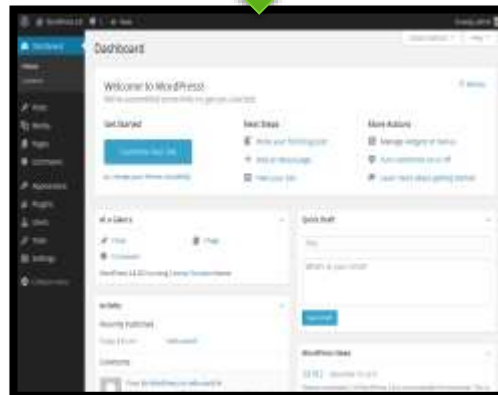
Statik



Dinamik

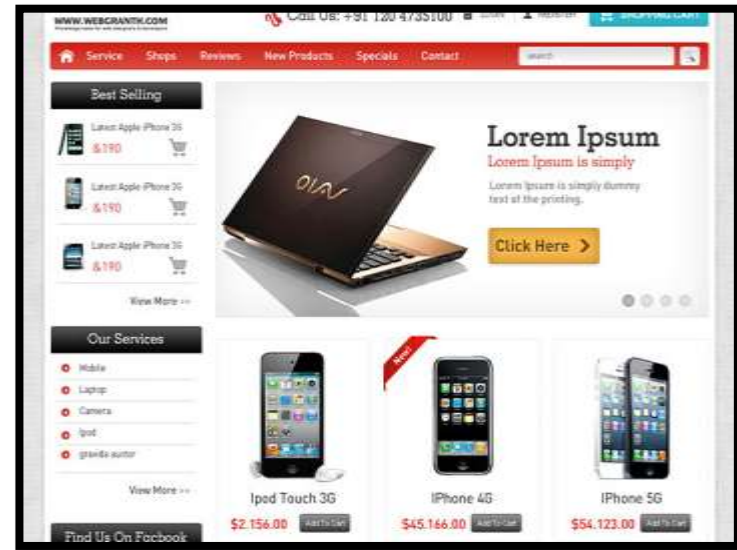
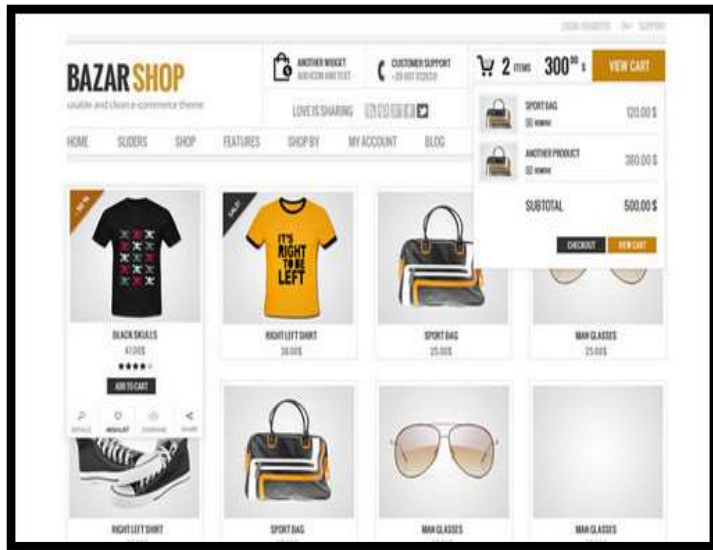


Interaktif



- + murah
- + cepat load
- + secure
- kemaskini
- upgrade

# E-commerce



## KENAPA E-COMMERCE DIMINATI OLEH PELANGGAN

- + Jimatkan masa pelanggan untuk membeli (tak Perlu keluar rumah atau beratur)
- + Memudahkan browsing
- + Kedai online' dibuka 24 jam. Pelanggan boleh beli bila-bila masa
- + Transaksi berlaku serta merta

# MENGAPA PEMILIK PERNIAGAAN MEMERLUKAN E-COMMERCE



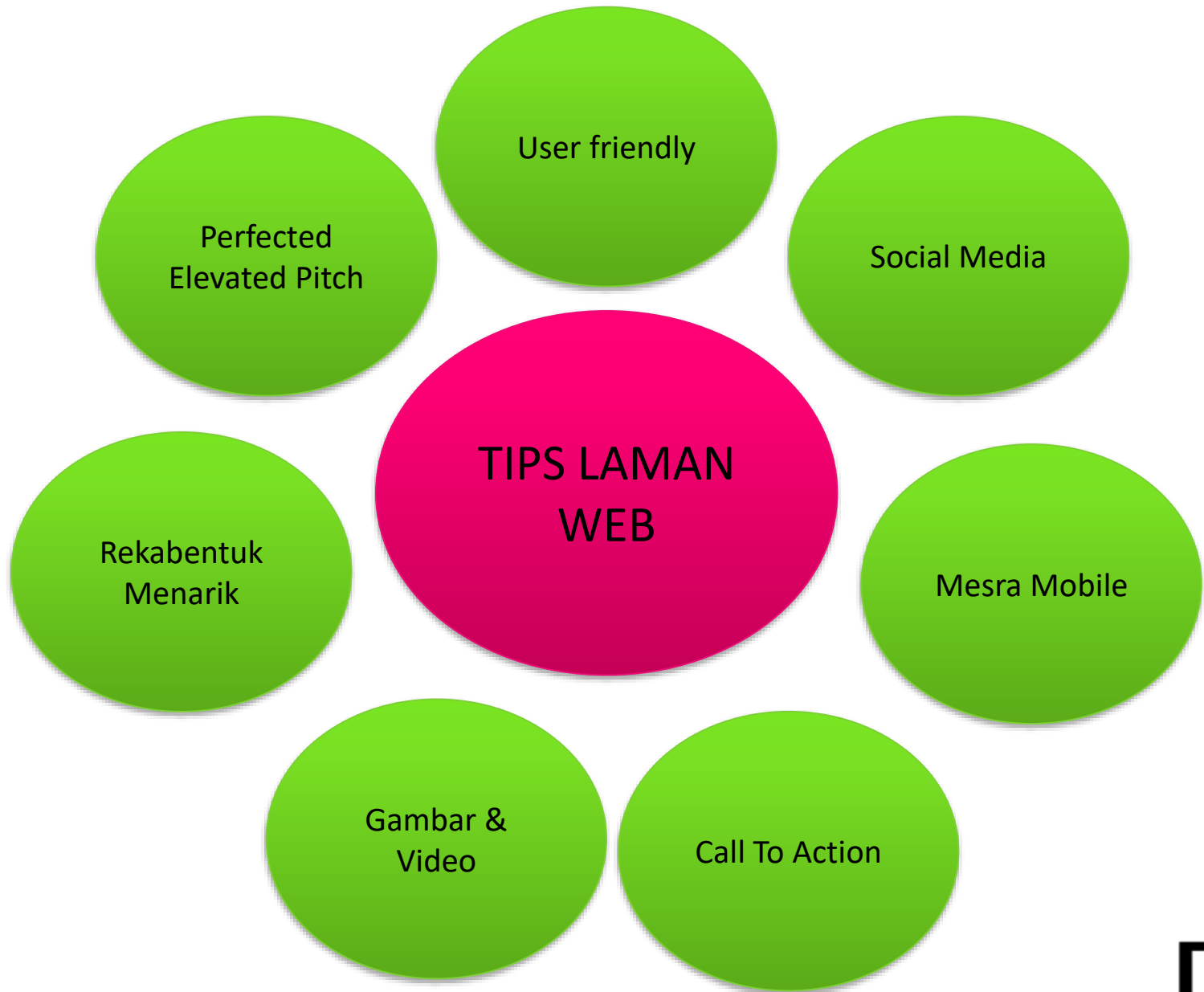
# JANA PENDAPATAN MELALUI WEBSITE



A) Website Link (Affiliate)



B) Website Ad Placement



# PLATFORM BINA LAMAN WEB

Website Jualan  
(E-commerce)  
AVANA

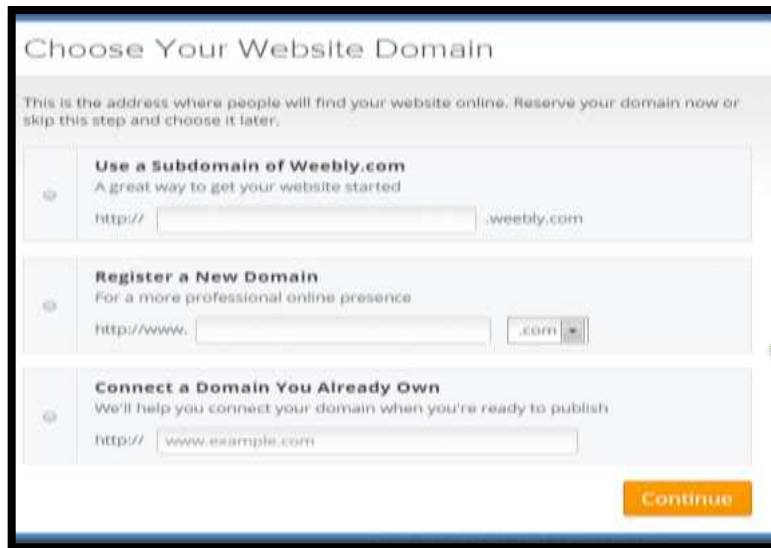
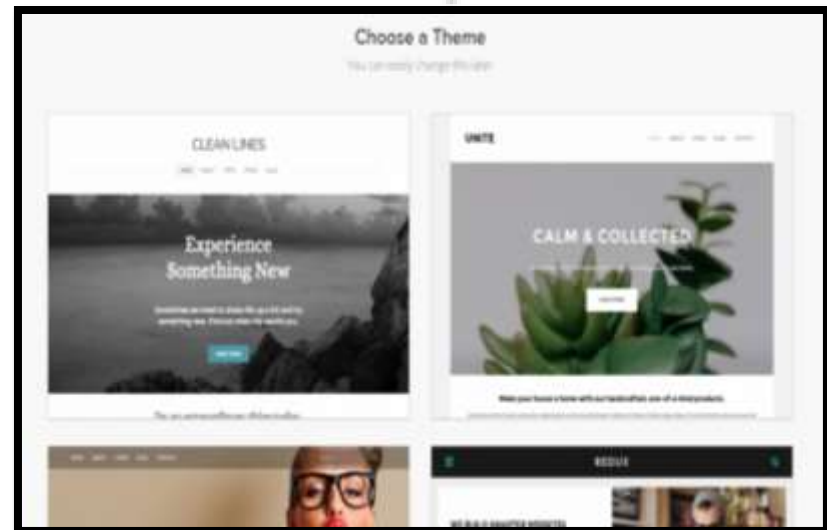
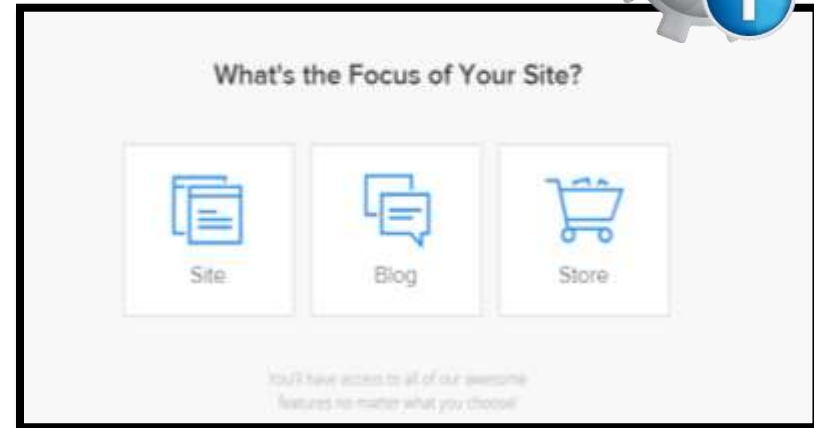
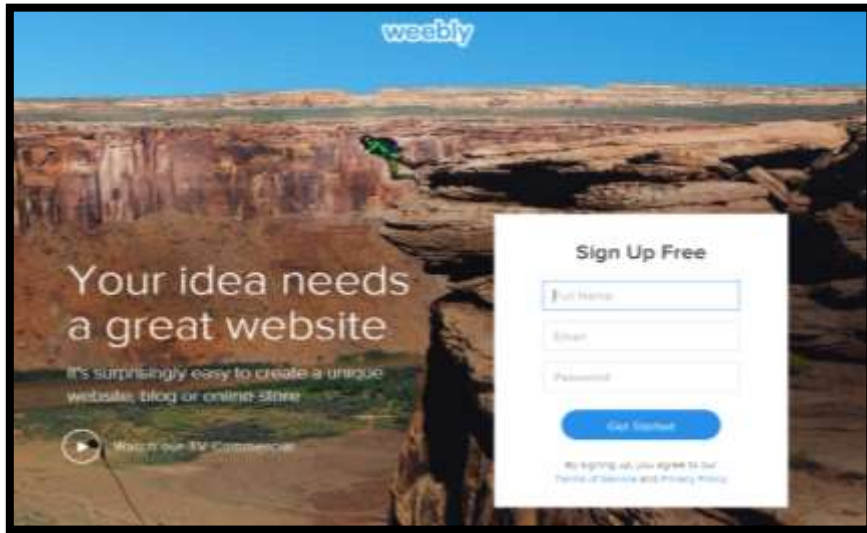
Content  
Management  
System  
Wordpress

Website Builder  
Weebly

Bina Dari  
Kosong  
HTML, CSS, PHP

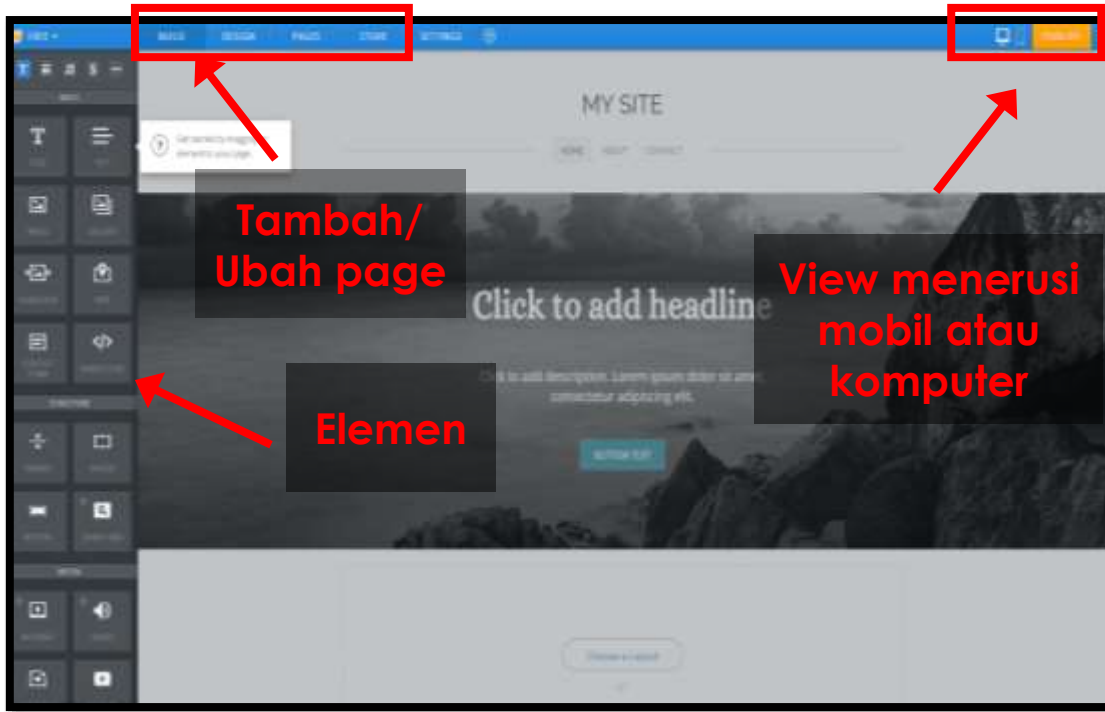


# MEMBINA LAMAN WEB MENGGUNAKAN WEEBLY.COM





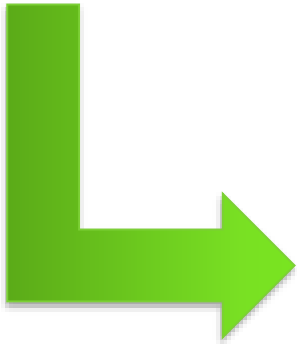
# MENU EDITOR WEEBLY



Tambah/  
Ubah page

View menerusi  
mobil atau  
komputer

Elemen



 TITLE	 TEKS	 IMAGE
TITLE Untuk masukkan tajuk / bersaiz besar..	TEKS Untuk masukkan teks Saiz biasa / kecil..	IMAGE Untuk dimuatkan gambar.
 GALLERY	 SLIDESHOW	 MAP
GALLERY Dimuatkan galeri gambar.	SLIDESHOW Dimuatkan galeri gambar bergerak (slider).	MAP Masukkan peta dari Googlemaps.
 CONTACT FORM	 EMBED CODE	
CONTACT FORM Masukkan borang berkaitan.	EMBED CODE Masukkan kod HTML yang berkaitan.	



# MASUKKAN CONTENT

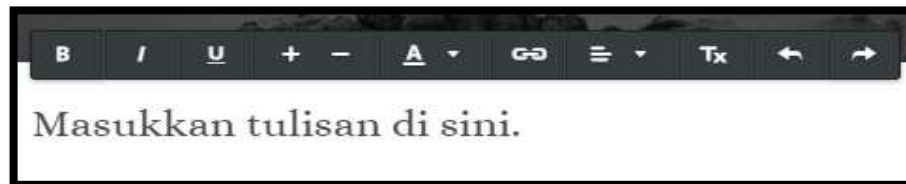


## 1) PENULISAN



Bold	Italic	Underline	Besar/kecilkan saiz tulisan	Tukar warna tulisan

Letak link pada tulisan	Tukar kedudukan tulisan	Buang format tulisan	Undo & redo



## 2) STRUKTUR BINAAN WEBSITE



 DIVIDER	 SPACER	 BUTTON	 SEARCH BOX
<b>DIVIDER</b> Bahagikan seksyen dengan garisan divider	<b>SPACER</b> Letak ruangan kosong diruang yang berkaitan	<b>BUTTON</b> Letak butang untuk link ke page / website lain	<b>SEARCH BOX</b> Muatkan kotak carian

## 3) MEDIA DALAM WEBSITE

 HD VIDEO	 DOCUMENT	 YOUTUBE
<b>HD VIDEO</b> Muatkan video berkualiti/definasi tinggi.	<b>DOCUMENT</b> Muatkan dokumen dalam website.	<b>YOUTUBE</b> Muatkan video dari YouTube.
 FLASH	 FILE	 PRODUCT
<b>FLASH</b> Muatkan file flash dalam website	<b>FILE</b> Muatkan file dalam website.	<b>DOCUMENT</b> Muatkan file dalam website.



## 4) WEB JUALAN

	
<b>BOOKINGS</b> Muatkan system tempahan dalam website.	<b>FORUM</b> Muatkan forum ke dalam website.

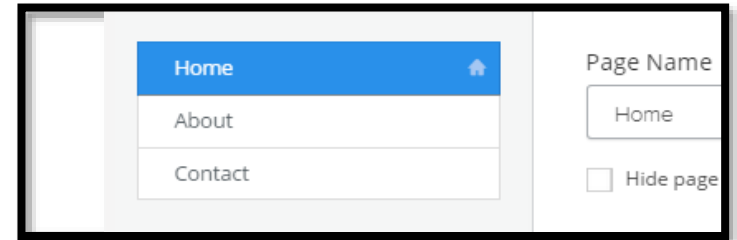
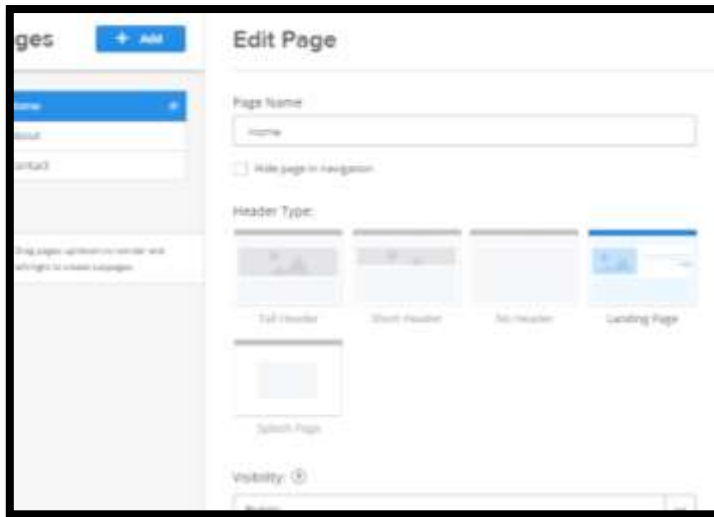
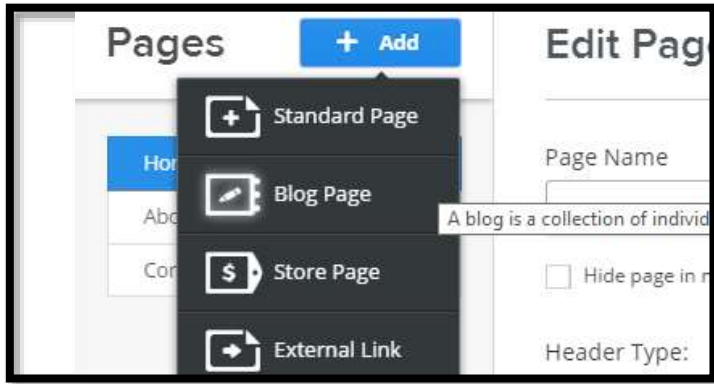
## 5) LAIN-LAIN

		
<b>BLOCK QUOTE</b> Masukkan simbol quote untuk letak petikan kata-kata dalam bentuk yang cantik.	<b>POLL</b> Muatkan poll untuk buat aktiviti undian.	<b>SOCIAL ICONS</b> Letakkan butang share ke platform media sosial yang lain

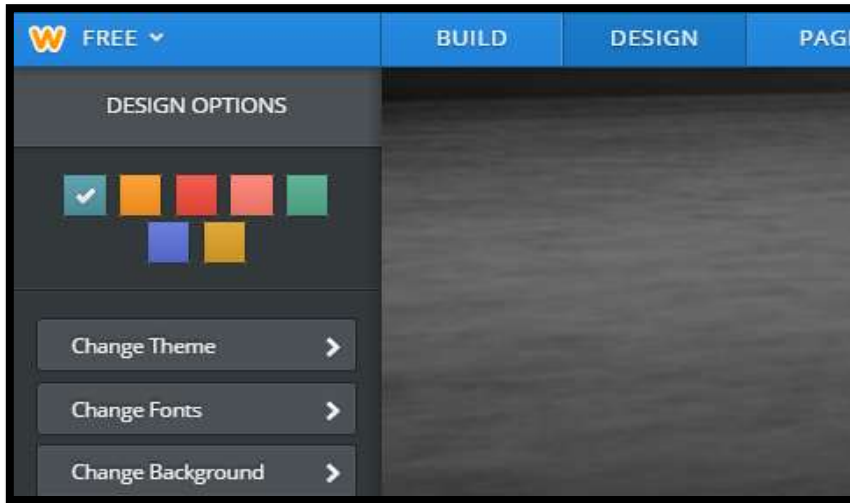
		
<b>RSVP</b> Muatkan borang RSVP.	<b>SURVEY</b> Muatkan survey agar dapat melakukan survey.	<b>FEED READER</b> Muatkan feed reader.

	
<b>BOOKINGS</b> Muatkan system tempahan dalam website.	<b>FORUM</b> Muatkan forum ke dalam website.

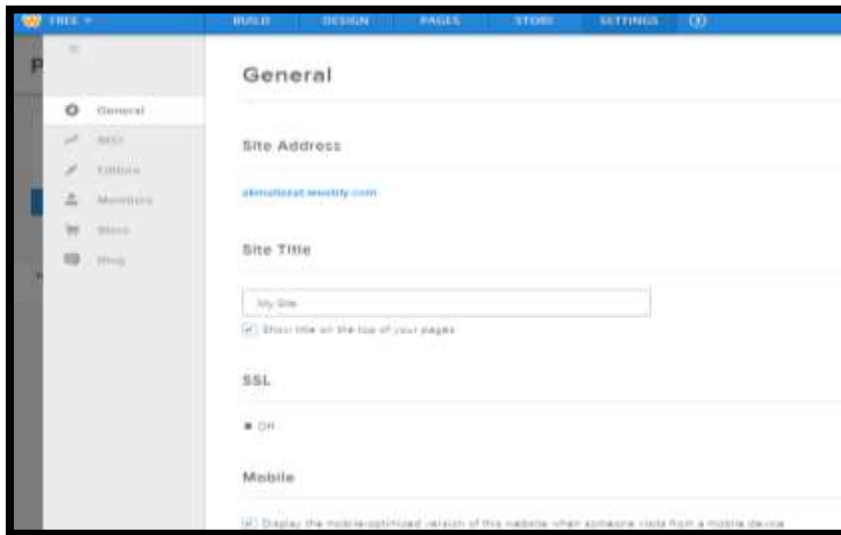
# TAMBAH PAGES BARU



# TUKAR TEMA



# TUKAT SETTINGS



# PUBLISH



# RUJUKAN



Boleh juga didapati di:



ILM Legacy: 0122095272

Mall Karang kraf: Belian online di [mall.karangkraf.com](http://mall.karangkraf.com)