

 **SIRI**
KEUSAHAWANAN
DIGITAL

PEMASARAN MEDIA SOSIAL

SALMIANTI BINTI MUTALIB



PEMASARAN MEDIA SOSIAL

HAK CIPTA TERPELIHARA

Diterbitkan Oleh:

Kolej Komuniti Bandar Penawar
Jalan Ungku Abdul Aziz,
81930 Bandar Penawar, Johor
Tel: 07-8225800

Perpustakaan Negara Malaysia
eISBN : 978-967-16495-9-6

Hak Cipta Terpelihara @ 2024
Kolej Komuniti Bandar Penawar

Hak cipta buku ini adalah kepunyaan Kolej Komuniti Bandar Penawar, penerbit dan penulis.

Sebarang bahagian dalam buku ini tidak boleh diterbitkan semula, disimpan dalam cara yang boleh dipergunakan lagi atau dipindahkan dalam sebarang bentuk atau dengan sebarang cara elektronik, mekanikal, penggambaran semula, rakaman atau sebagainya sebelum mendapat izin daripada penerbit.

Edisi 2024



PRAKATA

Setinggi-tinggi syukur ke hadrat Allah SWT di atas rahmat dan hidayahNya, *e-book* Siri Keusahawanan Digital: Pemasaran Media Sosial ini berjaya diterbitkan.

Besar harapan saya agar *e-book* ini dapat digunapakai oleh pensyarah, pelajar atau mana-mana individu yang ingin mempelajari pemasaran media sosial.

Saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada keluarga dan rakan seperjuangan yang sentiasa menyokong serta memberi inspirasi dalam menyiapkan *e-book* ini.

Akhir kata, semoga *e-book* ini dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh semua dalam bidang keusahawanan digital .

Salmianti binti Mutalib
Kolej Komuniti Bandar Penawar
Kementerian Pendidikan Tinggi

Januari 2024



ISI

KANDUNGAN

01 **PENGENALAN**

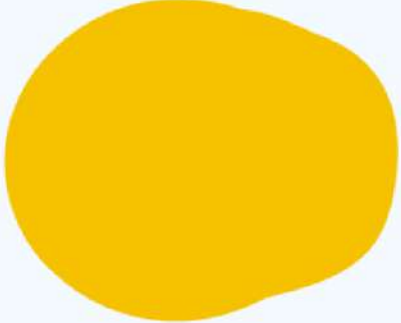
16 **SEO &
KEYWORD
STRATEGY**

35 **FACEBOOK
FOR BUSINESS**

92 **INSTAGRAM
FOR BUSINESS**

112 **CLOSE
SALES**





PENGENALAN





APA ITU PEMASARAN MEDIA SOSIAL?



Aktiviti mempromosikan sebuah jenama / produk / perkhidmatan dengan menggunakan **MEDIA SOSIAL** untuk disampaikan kepada pelanggan



FAKTA TENTANG

MEDIA SOSIAL

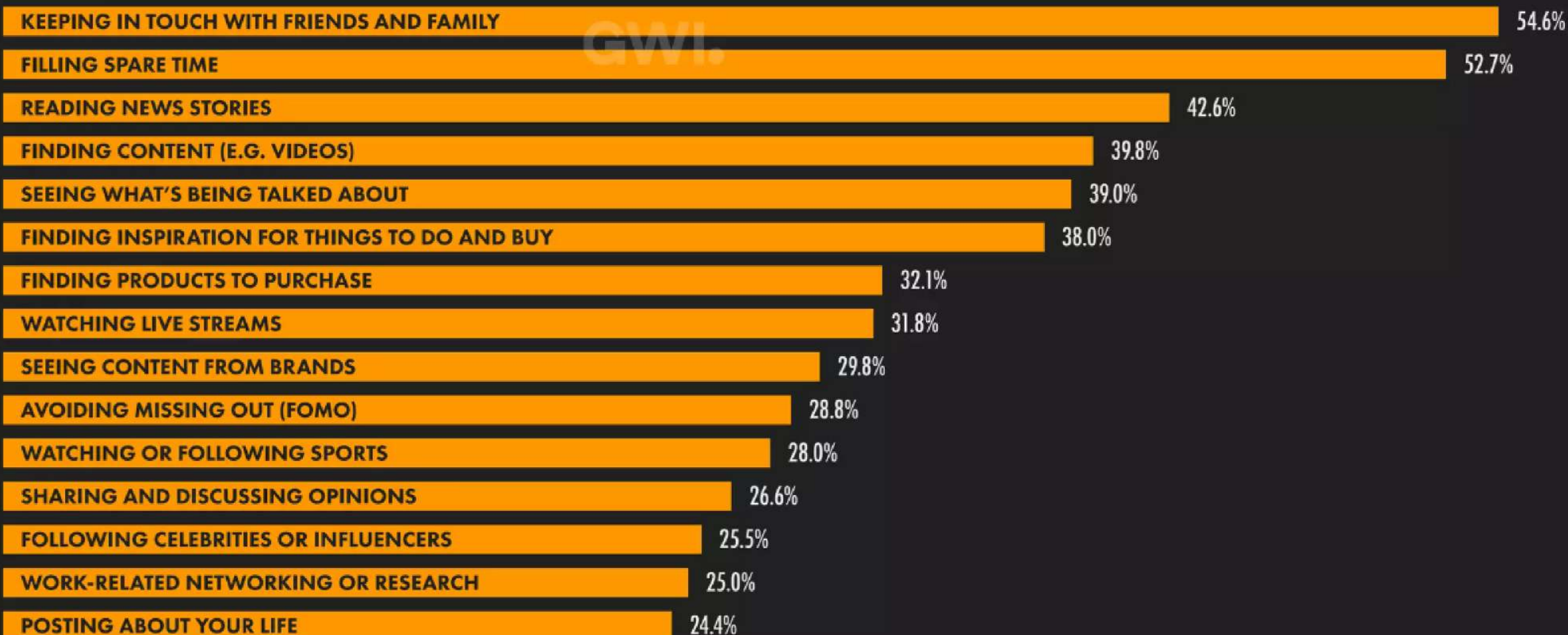
DI MALAYSIA



JAN
2023

MAIN REASONS FOR USING SOCIAL MEDIA

PRIMARY REASONS WHY SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 USE SOCIAL MEDIA PLATFORMS



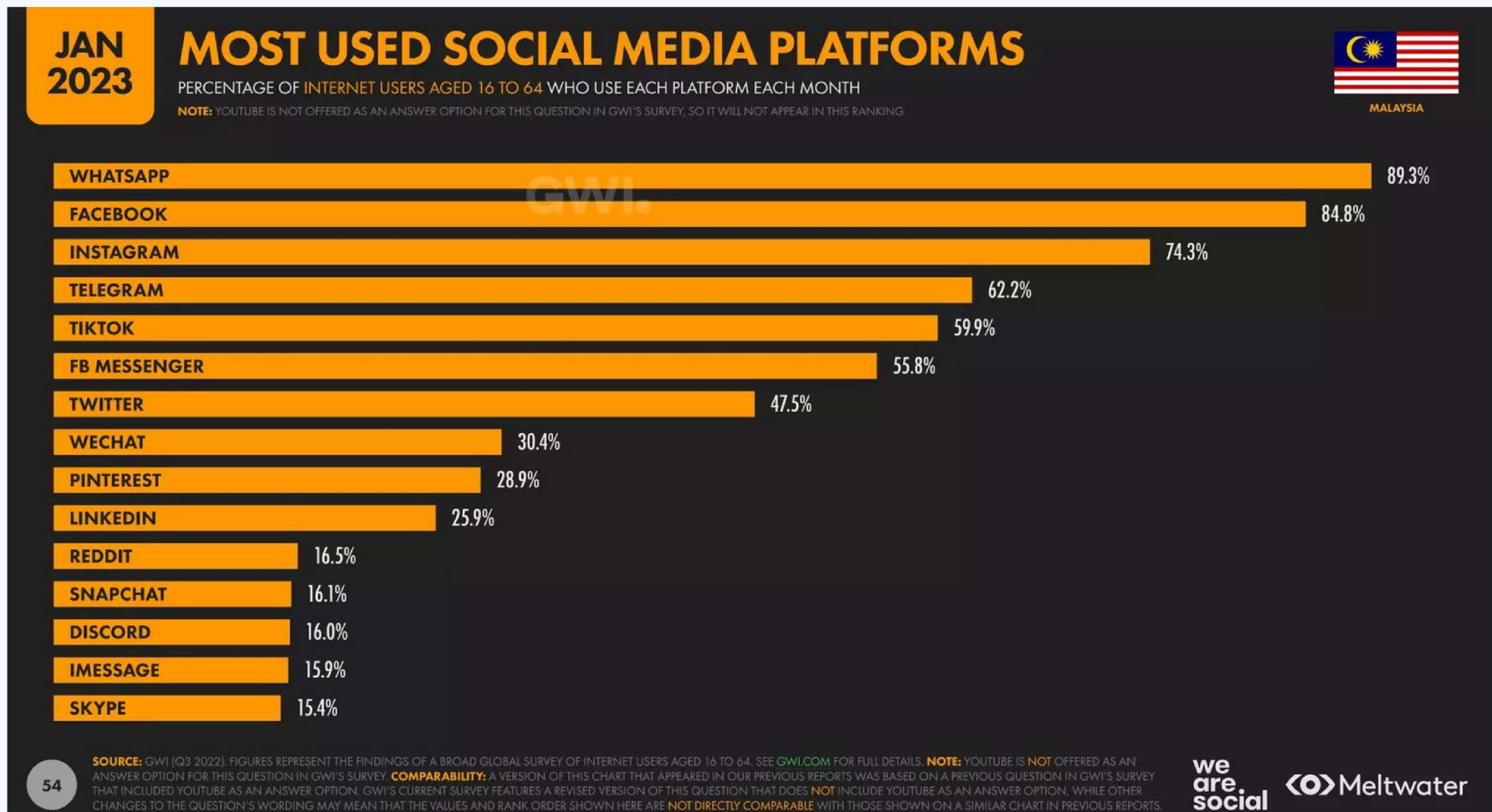
53

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTE:** FIGURES REPRESENT THE SHARE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING AT LEAST ONE SOCIAL MEDIA OR MESSENGER PLATFORM IN THE PAST MONTH.

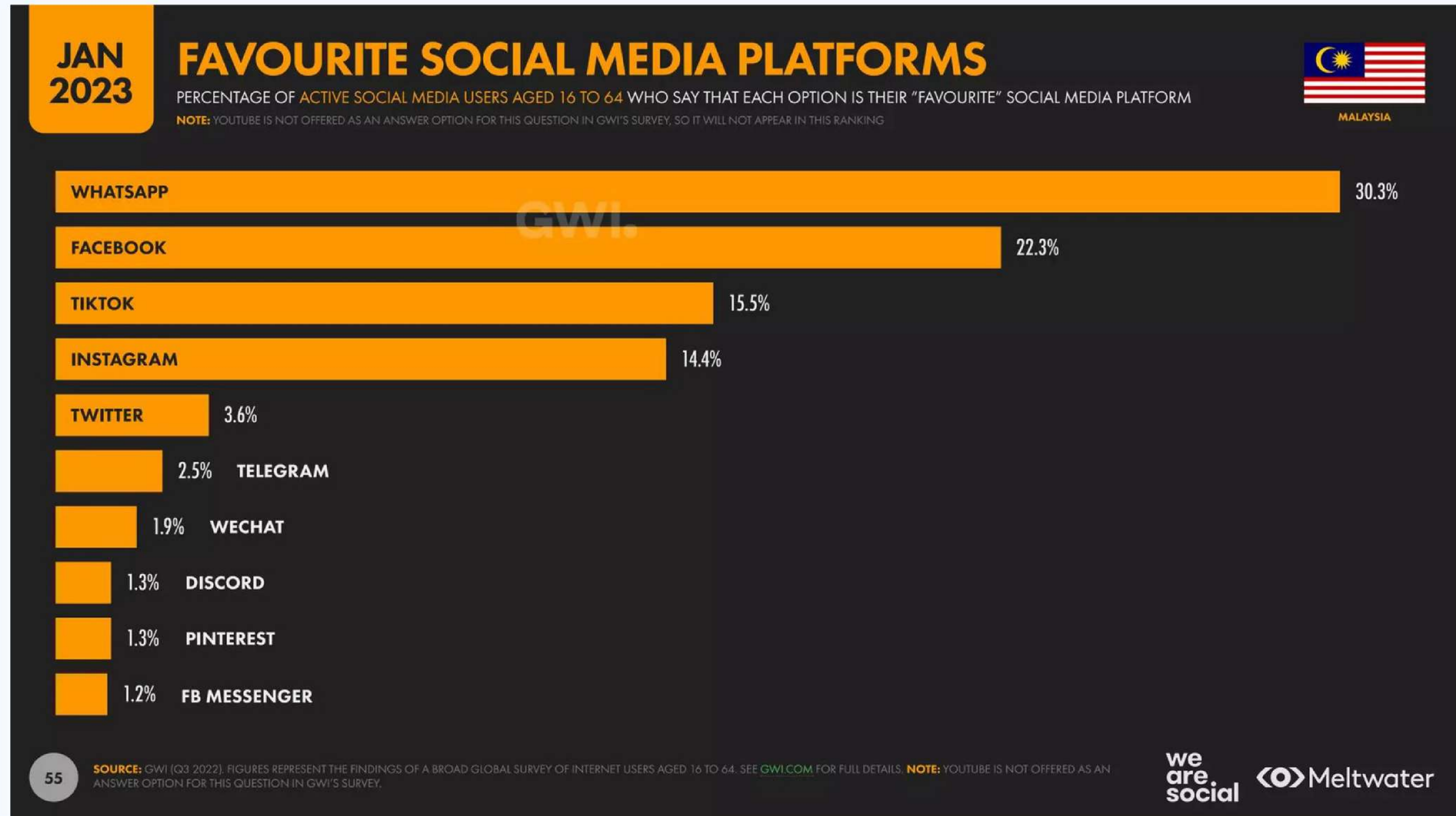
we
are
social

Meltwater

Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2023-malaysia>



Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2023-malaysia>



Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2023-malaysia>

PROMOSI

Buat orang nampak



Buat orang tanya



Buat orang dengar
dan rasa



Buat orang nak

PROMOSI
Jemput duit masuk

VS

JUALAN
Layan duit masuk

Berniaga buat ikut
Marketing buat ikut
Sales pun datang ikut

MOOD

MOOD

MOOD



Social Network



SEO



VDO



Website

KENAPA PERLU KONSISTEN BUAT PROMOSI?



UNTUK TUKAR STRANGERS ATAU
FOLLOWERS JADI KUMPULAN YANG TERUJA
CUBA PRODUK KITA



PELANGGAN TAK BUAT KEPUTUSAN SERTA
MERTA. KONSISTEN PENTING SUPAYA DAPAT
TINGKATKAN PERATUSAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP KITA



UNTUK MEMBERI PERSEPSI KEPADA
PELANGGAN BAHAWA KITA SENTIASA
RELEVAN



Social Network



SEO



VDO



Website

PRE VS POST DIGITAL

Cara kita berkomunikasi untuk menjual dan membeli telah berubah



PERNIAGAAN DULU

PROMOSI = BELIAN



PERNIAGAAN SEKARANG

INFORMASI PERCUMA + FEEDBACK = BELIAN



KELEBIHAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL

Meningkatkan
trafik laman
web

Kesedaran
mengenai produk /
jenama

Meningkatkan
komunikasi dan
interaksi dengan
prospek utama

Mewujudkan
identiti jenama

Building
conversion

TIPS 4 M

Strategi asas pemasaran
digital

01 MEDIUM

- Nak buat promosi dimana?
- Platform yang digunakan

02 MESSAGE

- Apa nak tulis masa buat promosi?
- Ayat-ayat iklan

03 MARKET

- Iklan kepada siapa?
- Jelas siapa pelanggan yang kita nak

04 MEDIA

- Gambar/video dalam posting iklan



BUSINESS ONLINE *VS* BUSINESS OFFLINE





LIHAT VIDEO



15 ● ● ●

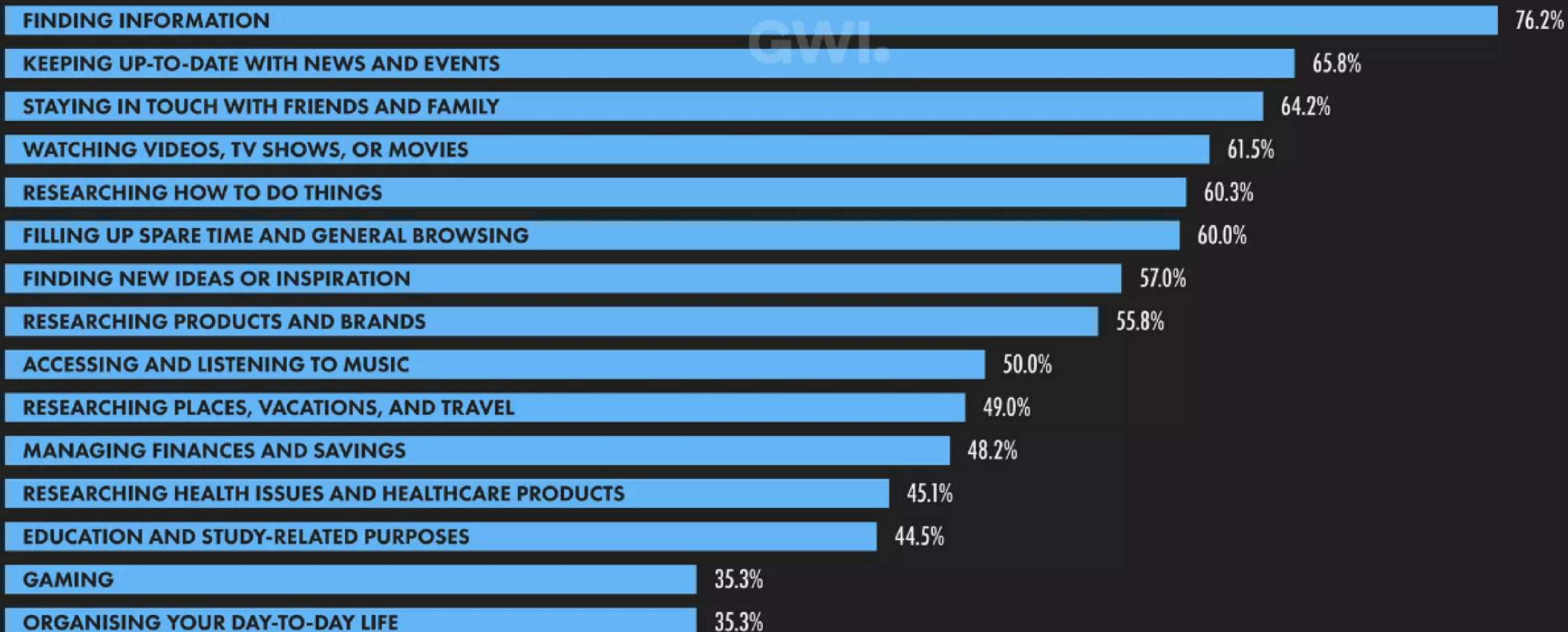
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) & KEYWORD STRATEGY



JAN
2023

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE THE INTERNET



JAN
2023

TOP WEBSITES: SIMILARWEB RANKING

SIMILARWEB'S RANKING OF THE MOST VISITED WEBSITES, BASED ON WEBSITE TRAFFIC BETWEEN DECEMBER 2021 AND NOVEMBER 2022



#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	589 M	24.0 M	10M 55S	9.3
02	YOUTUBE.COM	258 M	13.7 M	23M 47S	13.9
03	FACEBOOK.COM	148 M	13.9 M	8M 53S	8.3
04	WHATSAPP.COM	61.4 M	7.29 M	3M 17S	1.5
05	SHOPEE.COM.MY	46.4 M	8.65 M	9M 29S	10.4
06	INSTAGRAM.COM	40.8 M	6.44 M	9M 08S	13.4
07	TWITTER.COM	39.4 M	6.52 M	11M 12S	11.3
08	MAYBANK2U.COM.MY	31.4 M	5.35 M	5M 04S	3.6
09	WIKIPEDIA.ORG	23.2 M	6.30 M	6M 17S	8.2
10	MALAYSIAKINI.COM	22.3 M	2.56 M	3M 54S	3.2

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
11	GOOGLE.COM.MY	19.4 M	3.59 M	3M 32S	2.2
12	YAHOO.COM	18.9 M	3.04 M	2M 01S	2.0
13	HMETRO.COM.MY	15.9 M	3.43 M	3M 21S	2.4
14	TIKTOK.COM	14.4 M	5.04 M	2M 29S	2.3
15	NETFLIX.COM	14.4 M	1.44 M	6M 23S	5.4
16	THESTAR.COM.MY	13.9 M	2.61 M	7M 12S	21.2
17	BHARIAN.COM.MY	13.4 M	3.44 M	3M 04S	2.4
18	LAZADA.COM.MY	13.1 M	4.11 M	2M 24S	4.3
19	FREEMALAYSIATODAY.COM	12.6 M	2.64 M	5M 38S	14.8
10	ROBLOX.COM	12.3 M	493 K	2M 09S	2.3



Proses dan teknik bagi mendapatkan trafik SECARA PERCUMA (ORGANIK) menerusi laman carian yang berada di pasaran seperti Google, Yahoo dll



Google catering bandar penawar

[https://www.facebook.com > Zaniza...](https://www.facebook.com/Zanizam...) · [Translate this page](#)

Zanizam catering - Home | Facebook

Kami di Zanizam Restoran dan Catering akan membantu pihak anda menyelesaikan masalah penyediaan... no 13,jalan cengal 2,taman desaru utama,bandar penawar.

[https://www.facebook.com > ... > Videos](https://www.facebook.com/...>Videos)

Zanizam catering is at Bandar Penawar Desaru Pengerang.

 5 people like this. 00:28. Lawatan Tapak Katering.
Facebook · Zanizam catering · 26 Oct 2020

[https://m.facebook.com > posts](https://m.facebook.com/posts) · [Translate this page](#)

Zanizam catering - Posts | Facebook

Kami di Zanizam Restoran dan Catering akan membantu pihak anda menyelesaikan ...

[https://www.instagram.com > catering_mfs](https://www.instagram.com/catering_mfs)

mfs catering & party planner (@catering_mfs) • Instagram ...

mfs catering & party planner. Kitchen/cooking. Accept orders for catering. P.J/DU/SETIA ALAM/ PULAI INDAH/ JB/ KOTA TINGGI/ BANDAR PENAWAR

Mengoptimumkan platform digital supaya mendapat ranking dalam carian apabila ada seseorang mencari katakunci

93% ALL **ONLINE EXPERIENCES**
Begin with a Search Engine

75% USERS **NEVER SCROLL** TO
PAGE 2

70-80% Users **IGNORE THE PAID**
ADS, Focus on
ORGANIC SEARCH RESULTS



FAKTA SEO

KEPENTINGAN SEO



Mudah
dicari

Membina
jenama

Meningkatkan
kepercayaan
pelanggan

Meningkatkan
jumlah trafik

Trafik yang
berkualiti

Meningkatkan
pendapatan

DIMANA BOLEH

GUNAPAKAI

SEO & KEYWORD?



PLATFORM UNTUK MENGUNAKAN SEO

01

- Website / Blog

02

- Media Sosial

03

- Google my Business

04

- Marketplace



Social Network



SEO



VDO



Website

STRATEGI KATAKUNCI

RELEVANCE

Gunakan yang berkaitan dengan
perniagaan

INTENTION

Gunakan yang trending

TIPS SKOP KATAKUNCI (30 KATAKUNCI)



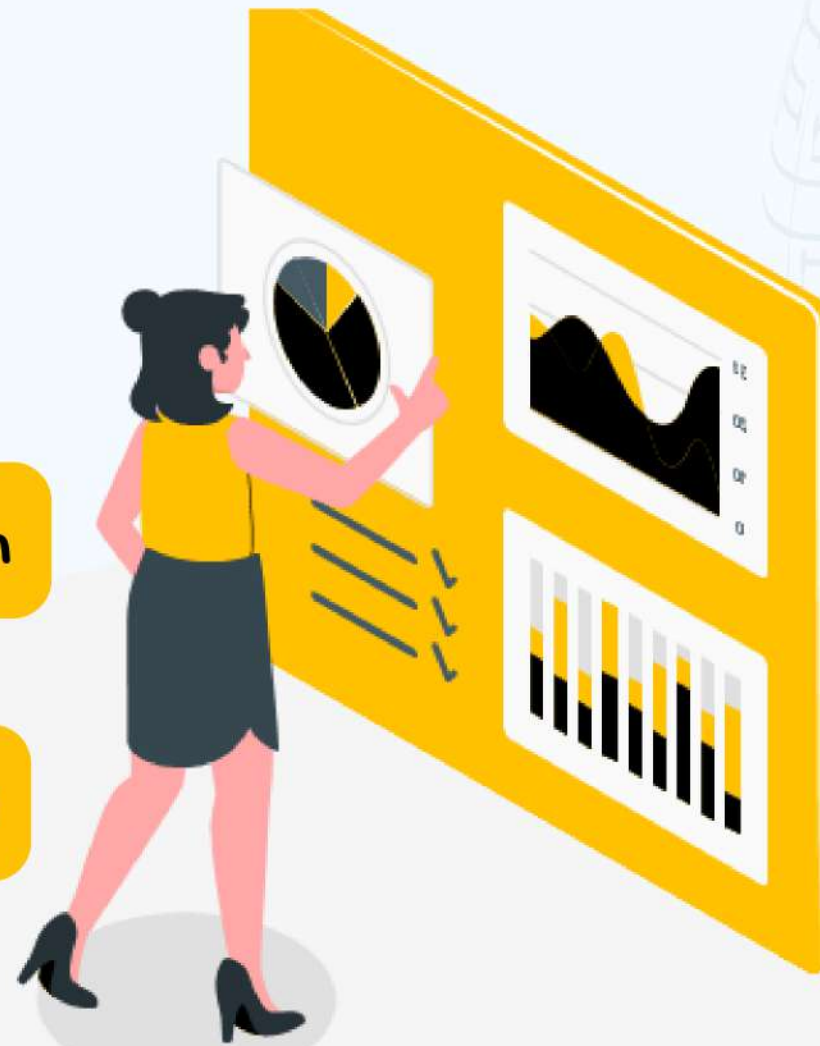
- Perniagaan
- Produk
- Keunikan

Gunapakai untuk
membina deskripsi
perniagaan

JENIS & KATEGORI KATAKUNCI

JENIS KATAKUNCI

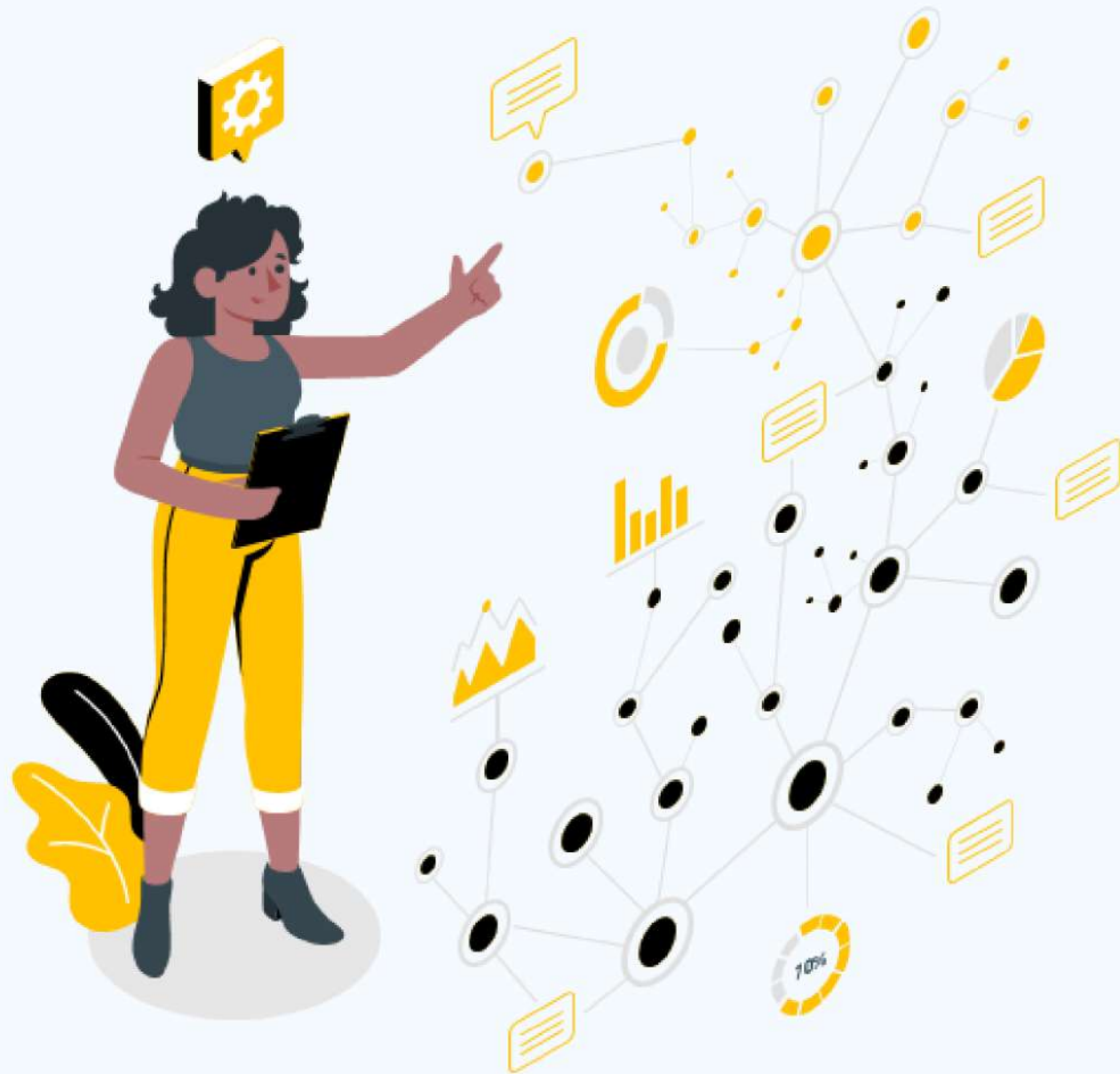
1. **Short Tail** - 2 patah perkataan
2. **Medium Tail** - 3 patah perkataan
3. **Long Tail** - 4 hingga 5 patah perkataan



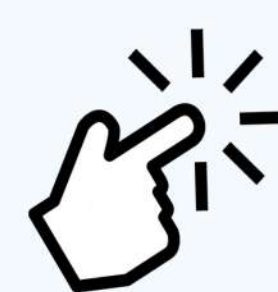
KATEGORI KATAKUNCI

1. Informational (maklumat)
2. Navigational (arah / tempat)
3. Transactional (urusniaga)
4. Brand (jenama)

CONTOH



1. Kambing perap **sedap** (I)
2. Kambing perap sedap dan **murah** (T)
3. Kambing perap sedap dan murah **Kota Tinggi** (N)
4. Kambing perap **Pak Mat Western** sedap dan murah Kota Tinggi (B)



PENTING!

KEYWORD = ITN = BUY

TIPS PENCARIAN KATAKUNCI

01

- Guna Google Trend

02

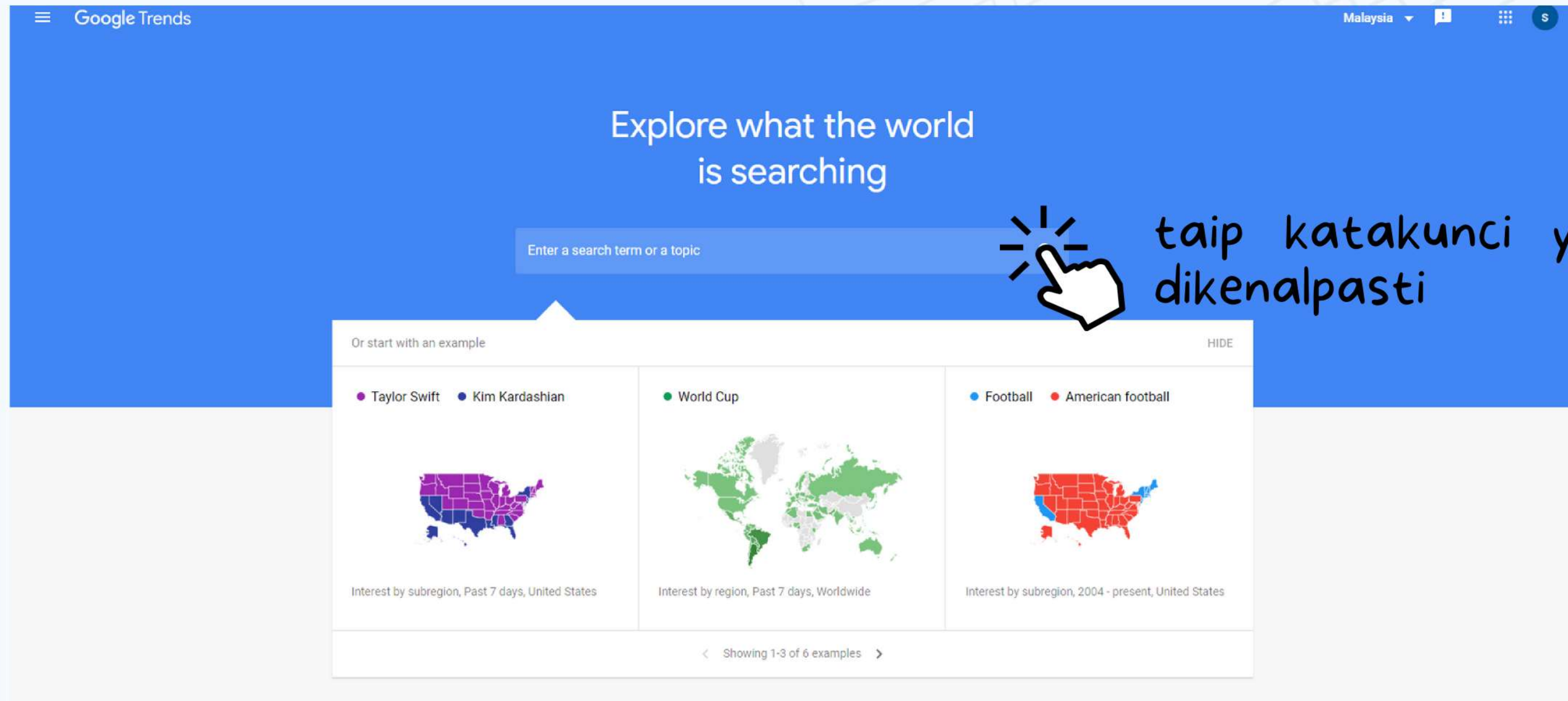
- Google suggested / related searches

03

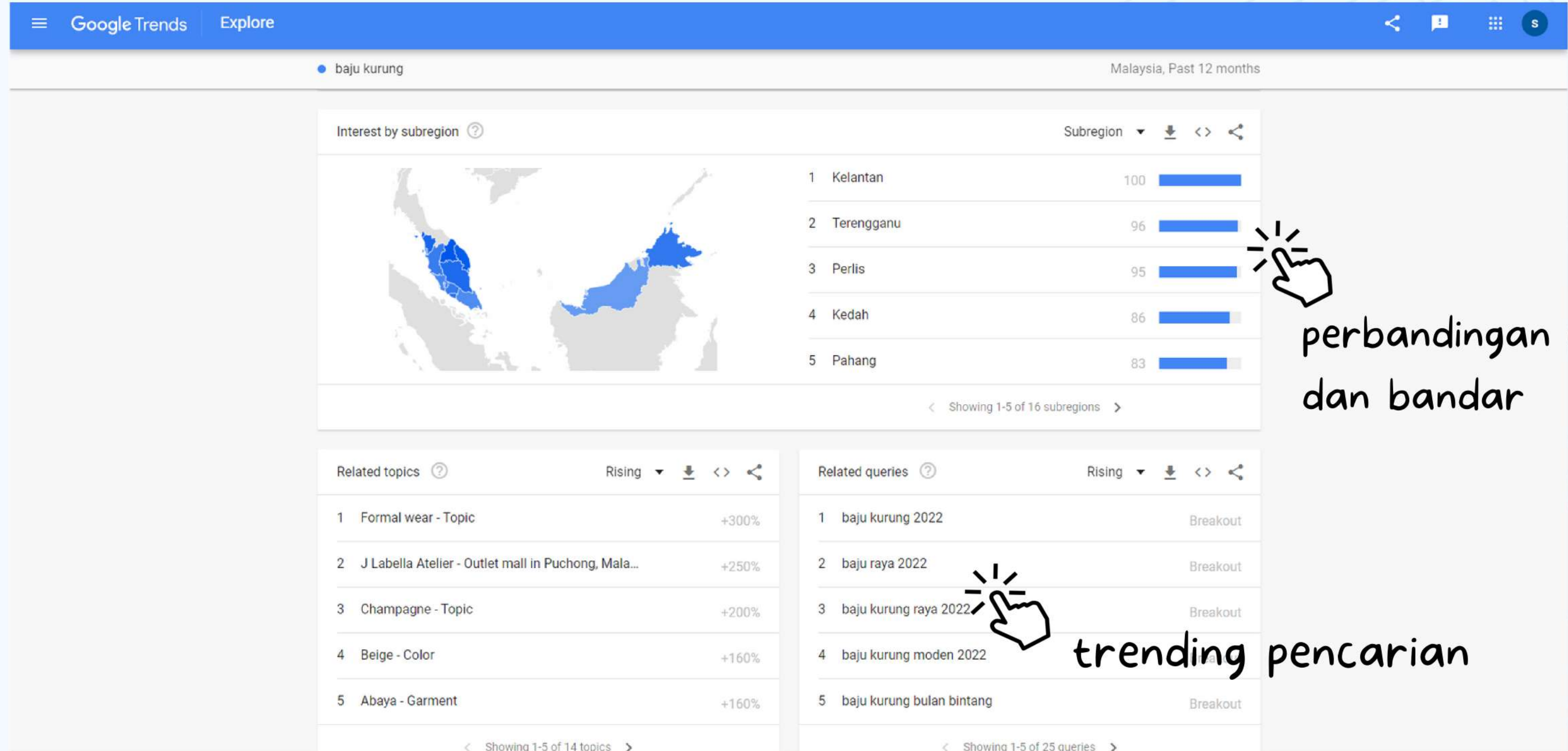
- Guna Answer The Public



Pergi ke website Google Trend







perbandingan negeri dan bandar

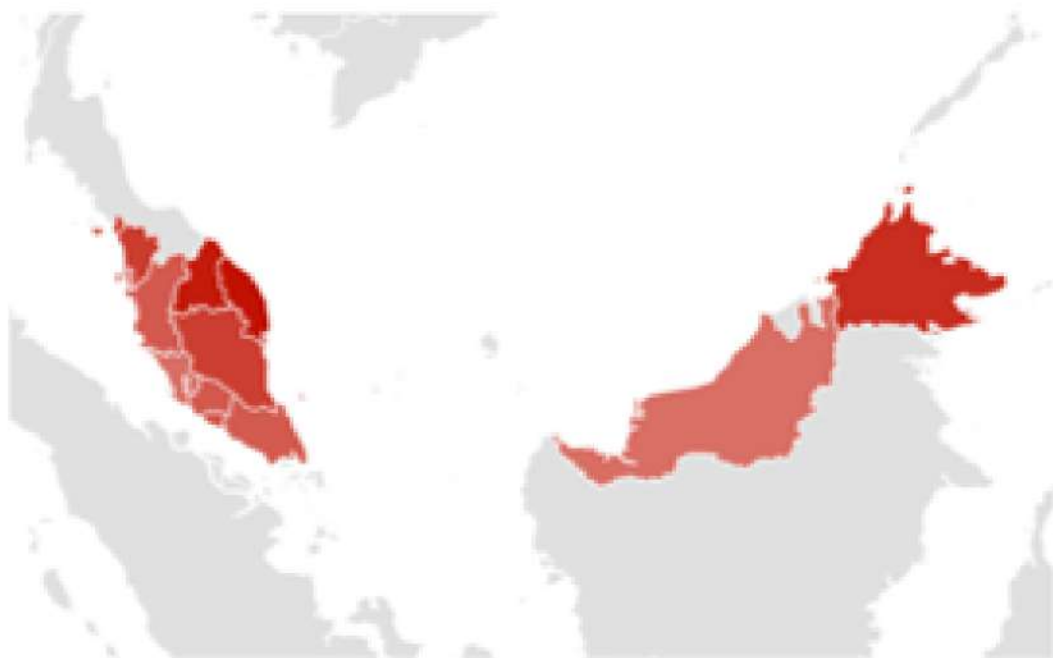


trending pencarian

baju

Interest by subregion ?

Subregion ▼



Related queries ?

Rising ▼



1 baju kurung 2022

Breakout

2 warna baju raya 2022

Breakout

3 baju raya 2022

Breakout

4 sa balik baju

Breakout

5 tema baju raya 2022

Breakout

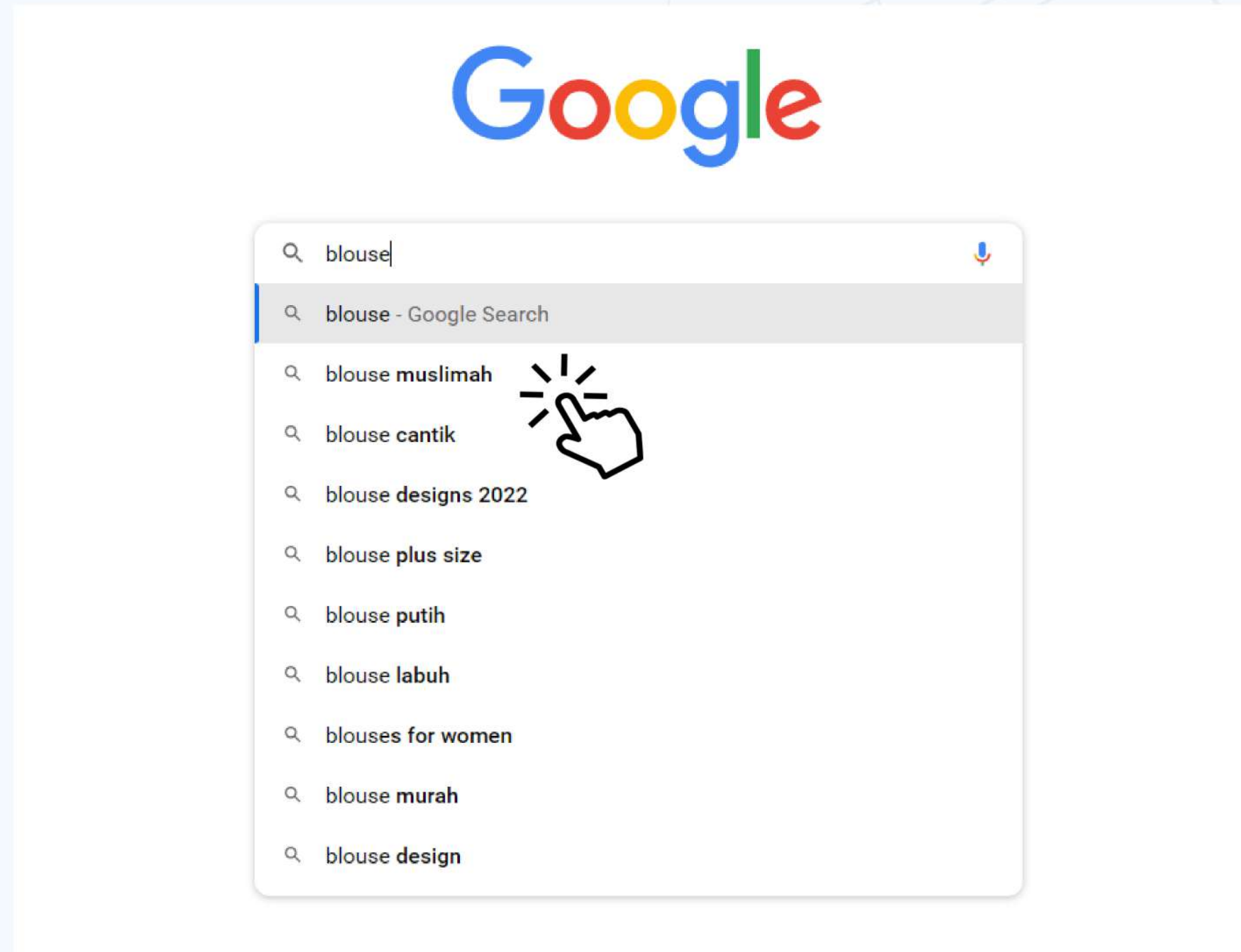


trending pencarian

< Showing 1-5 of 25 queries >

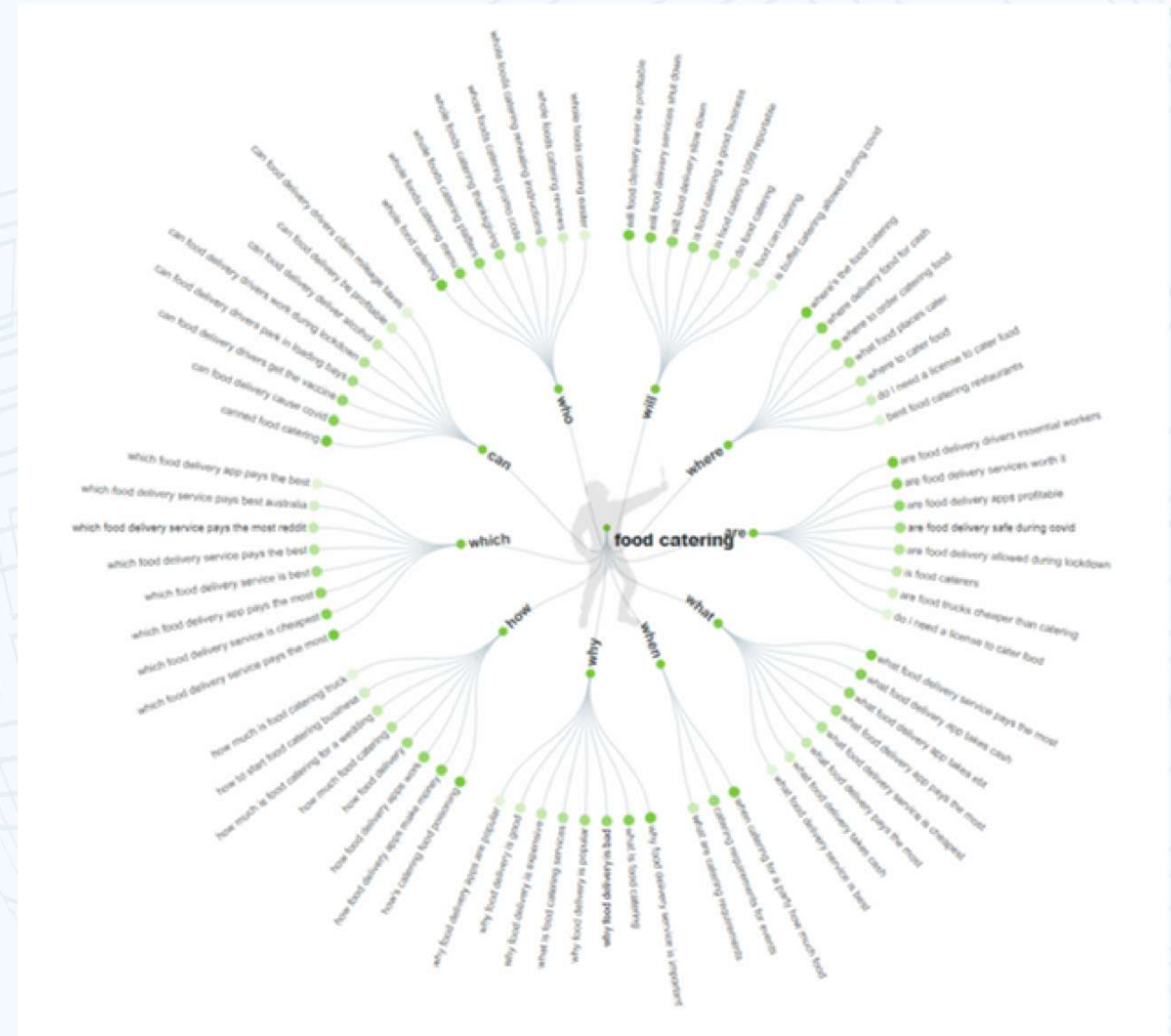
2

G SUGGESTED



Pergi ke website Answer The Public

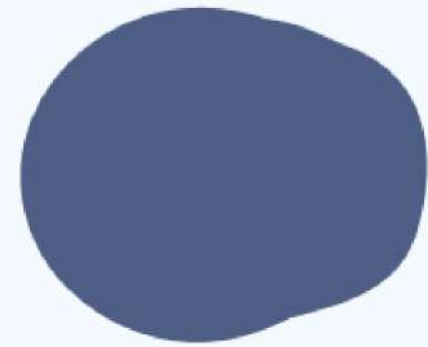
1. Contoh taip 'food catering'
2. Hasil dapatan ada 74 soalan
3. Berdasarkan kepada 5W
(who, what, where, when, how)



AKTIVITI 1

- ☒ Senaraikan 30 KEYWORD bagi perniagaan anda
- ☒ Gunakan kombinasi mana-mana platform bagi penentuan SEO & Keyword Strategy





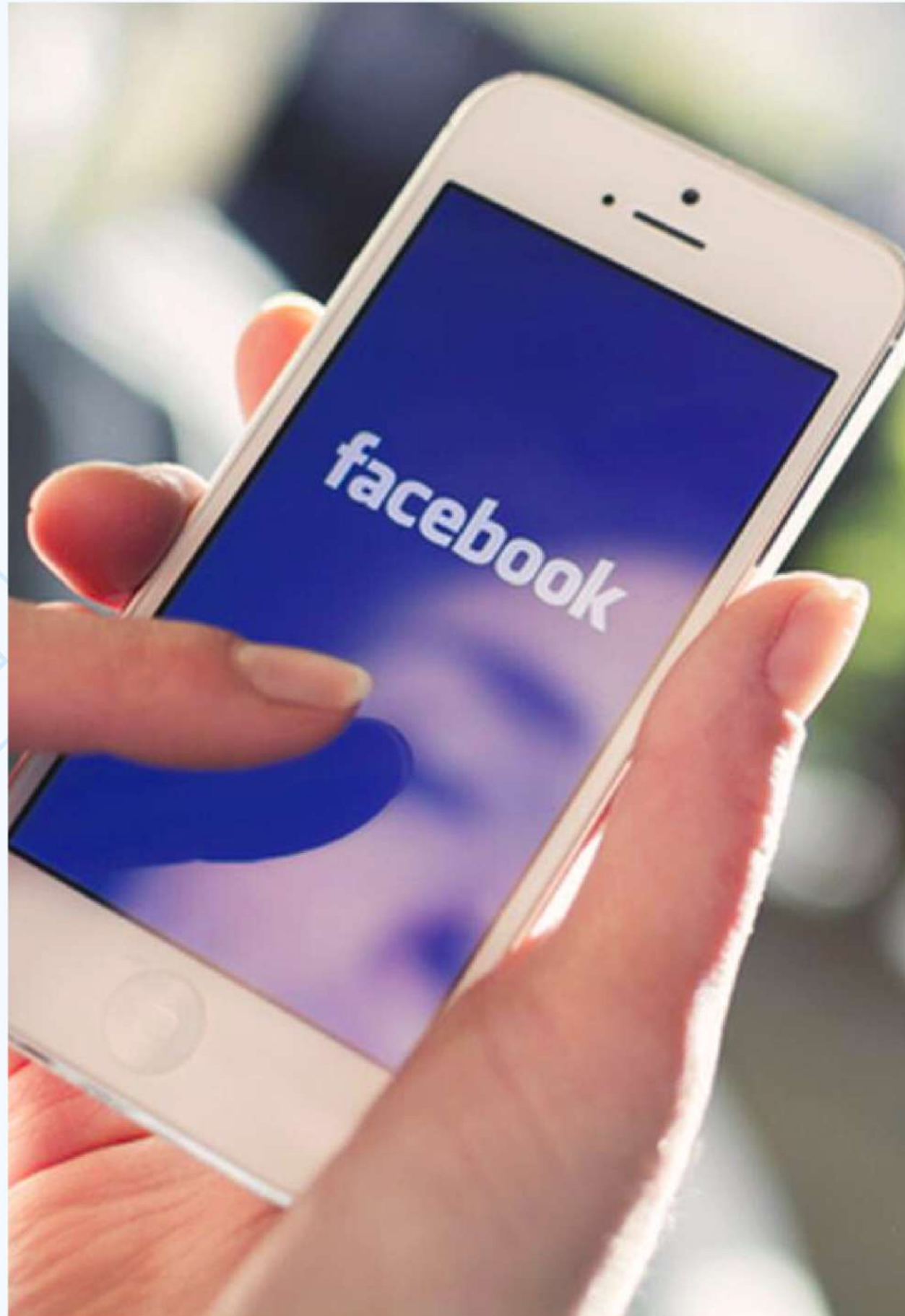
FACEBOOK FOR BUSINESS





FB FOR BUSINESS

1. Perbezaan jenis-jenis fb
2. Makeover fb profile
3. Setup fb page
4. Bonus pack



TEKNIK PEMASARAN FACEBOOK





TEKNIK PEMASARAN FACEBOOK



FB PROFILE



FB PAGE



FB GROUP

 Perbezaan FB Profile, FB Page & FB Business Manager 

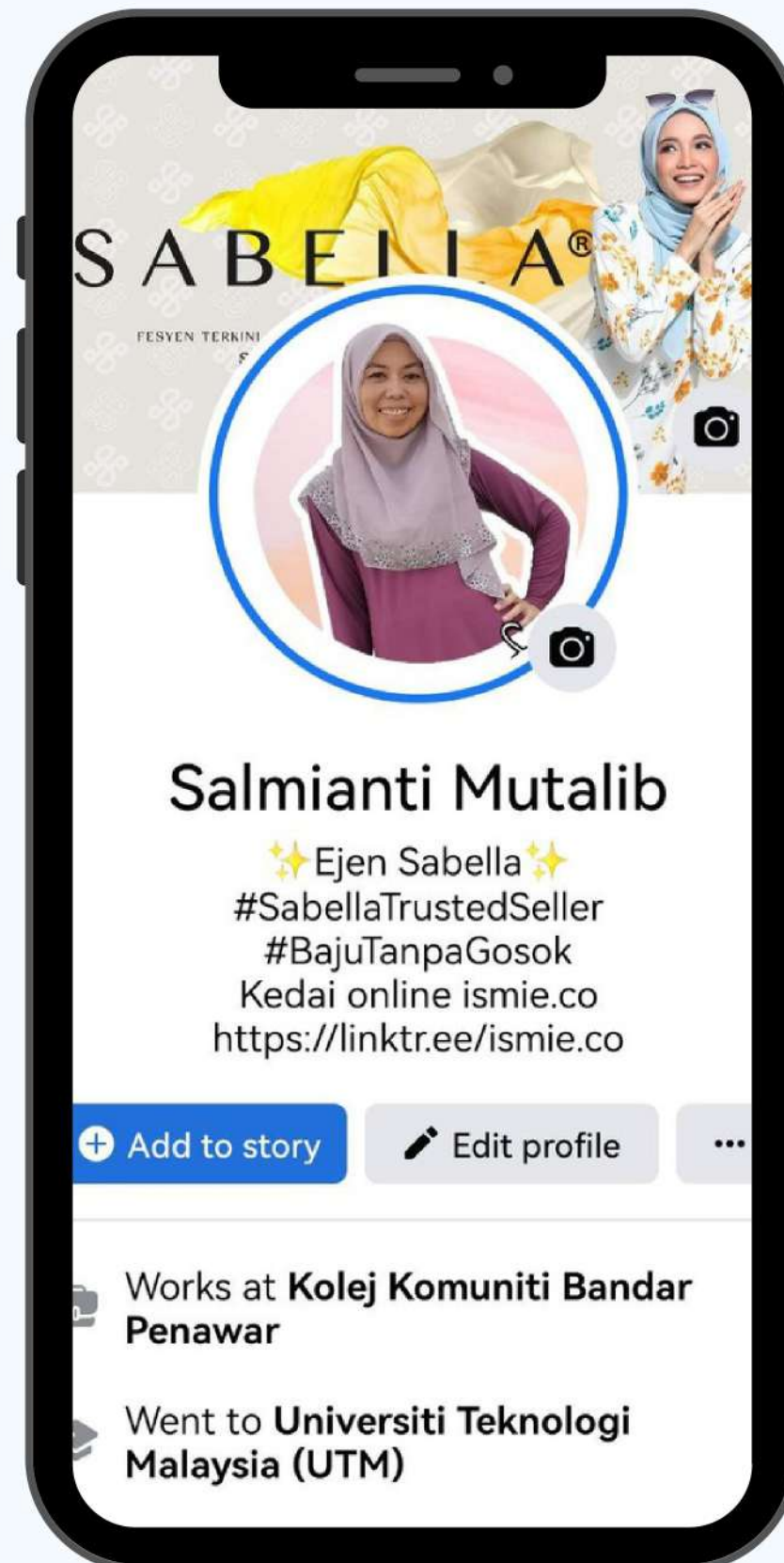
**PERBEZAAN
FB PROFILE,
FB PAGE &
FB BUSINESS MANAGER**

Watch on  YouTube

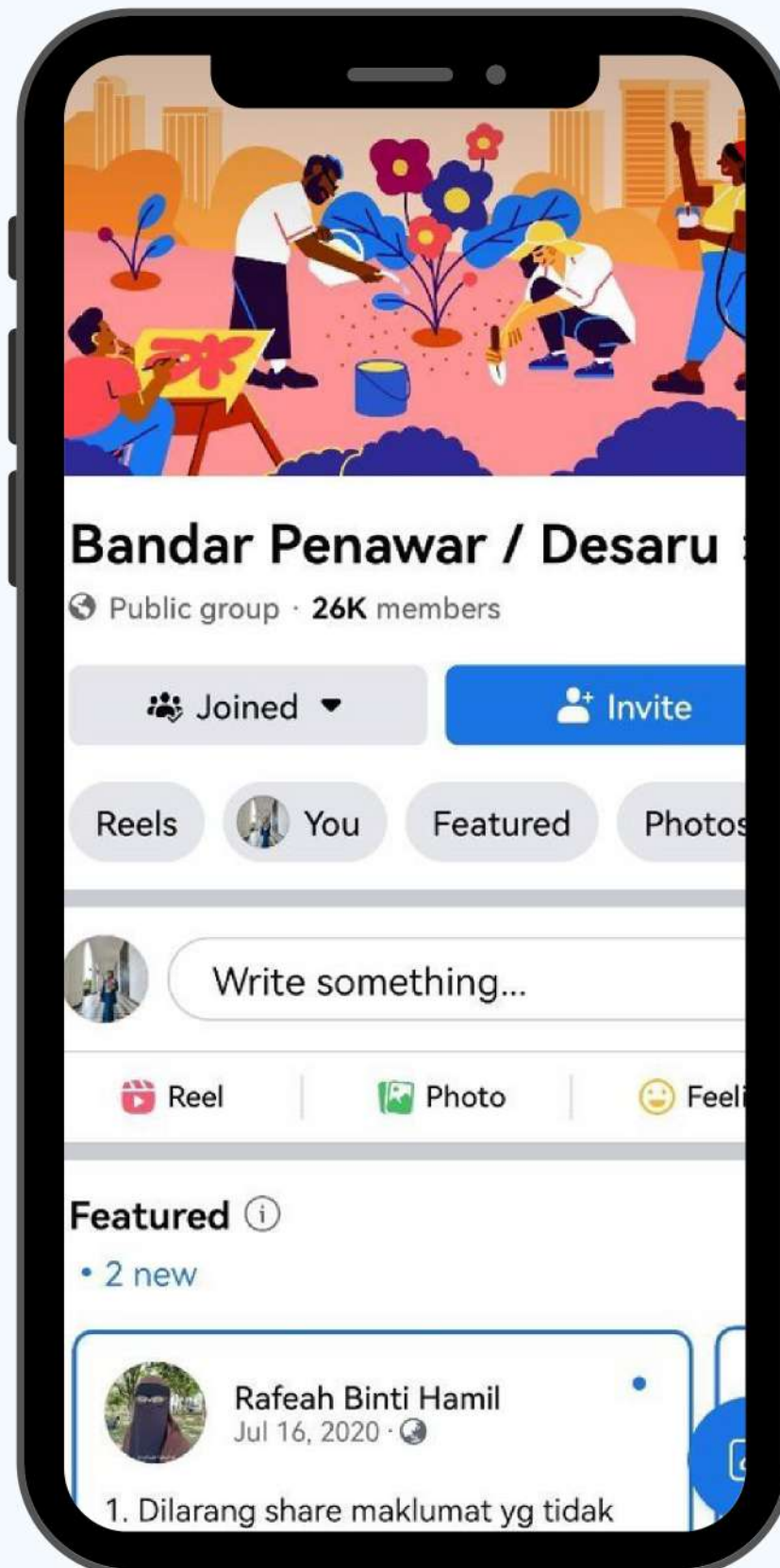
LIHAT VIDEO



FB PROFILE

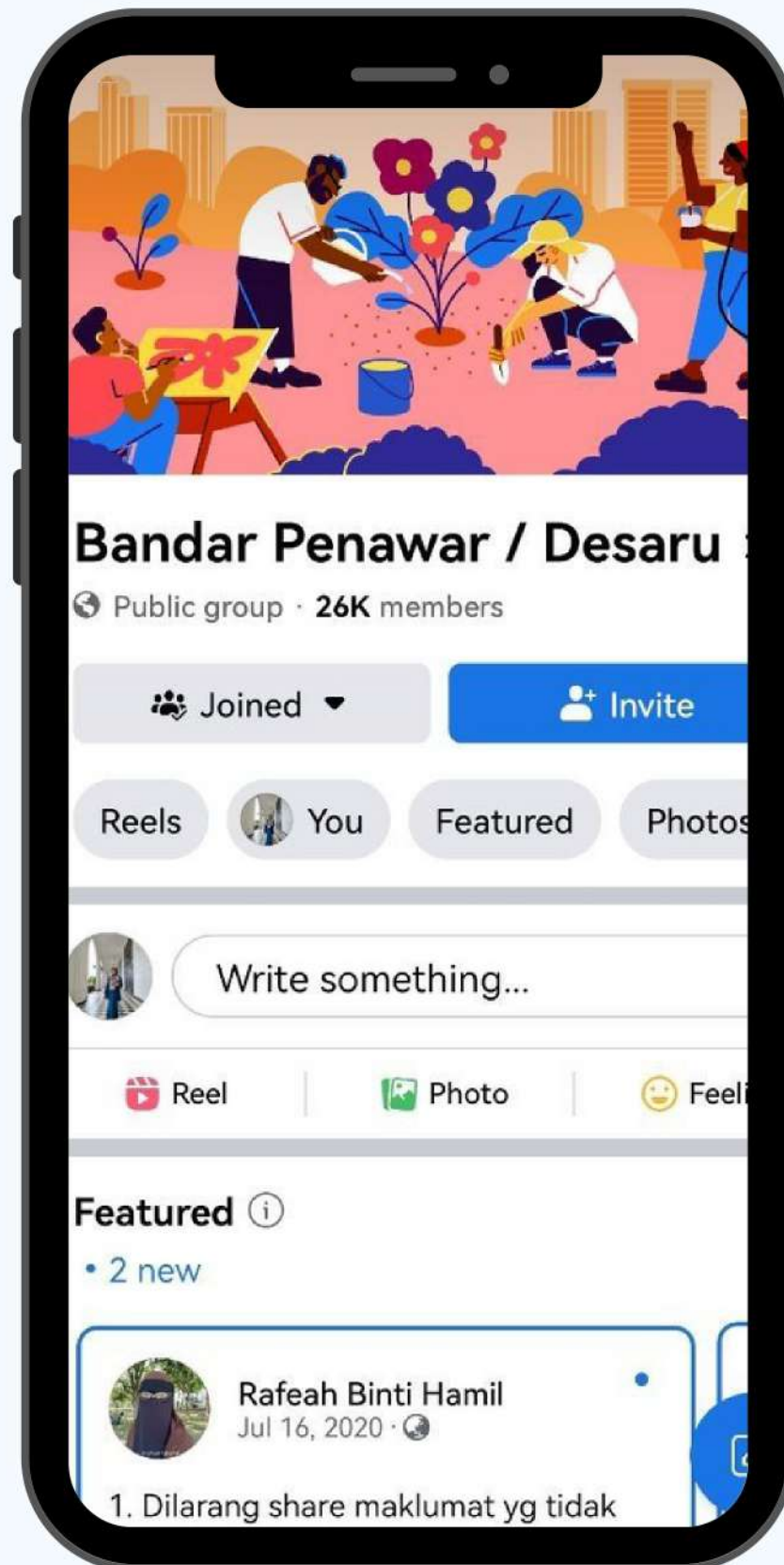


- Perlu satu emel persendirian
- Tidak perlu kos untuk daftar akaun
- Perlu nombor telefon untuk sahkan akaun
- Boleh hantar mesej kepada orang lain
- Terhad sehingga 5000 orang
- Boleh hasilkan group, pages dan event
- Boleh tulis status sendiri dan komen pada status orang lain
- Boleh ikuti mana-mana page yang disukai



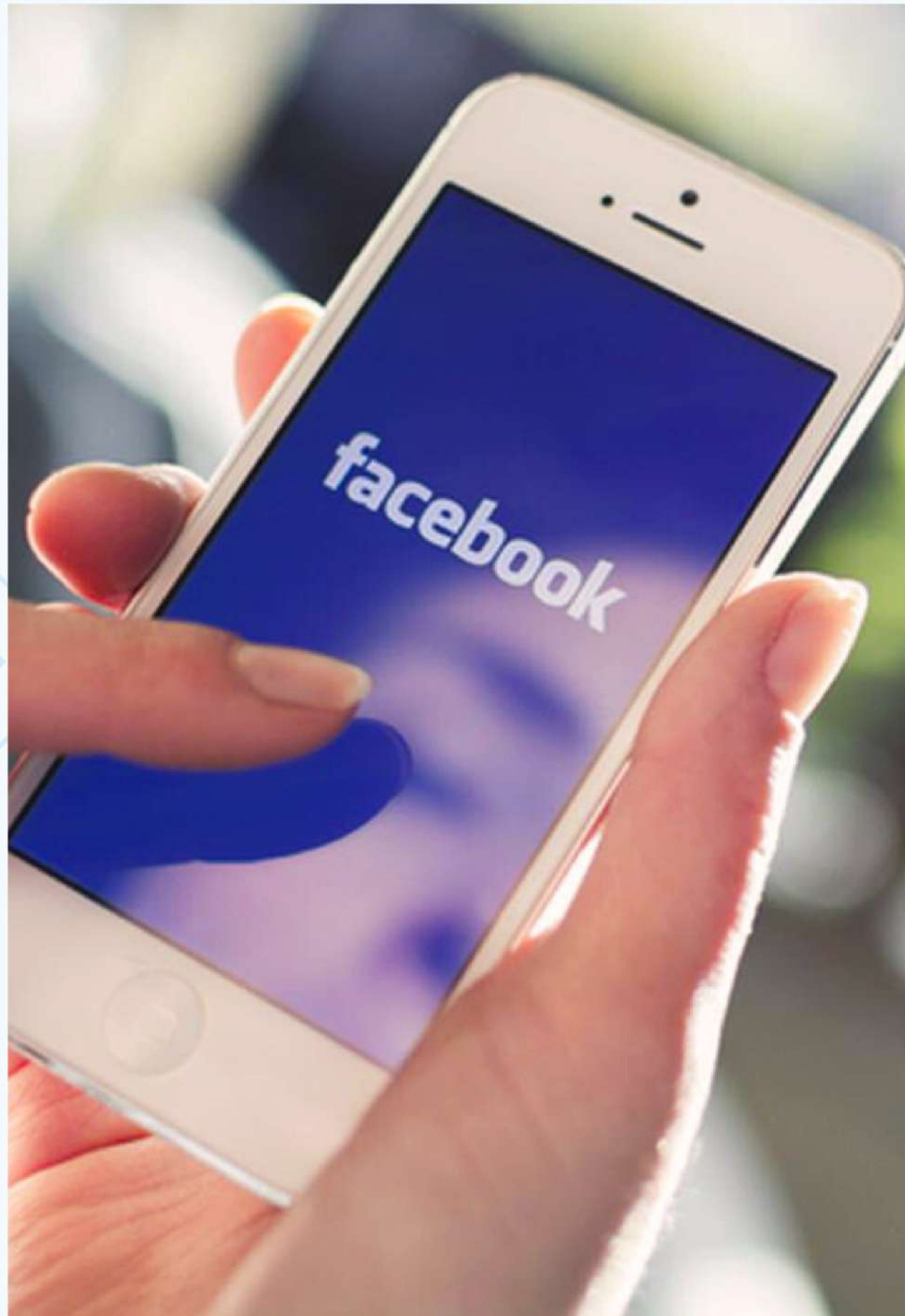
FB GROUP

- Untuk mengumpul rakan, peminat dan kelompok tertentu mengikut prospek
- Capaian boleh ditukar kepada umum, rahsia dan tertutup
- Kumpulan adalah terhad dan tidak meluas
- Posting terhad dalam kumpulan sahaja
- Mempunyai admin - terhad sekiranya admin group membuat tetapan kelulusan



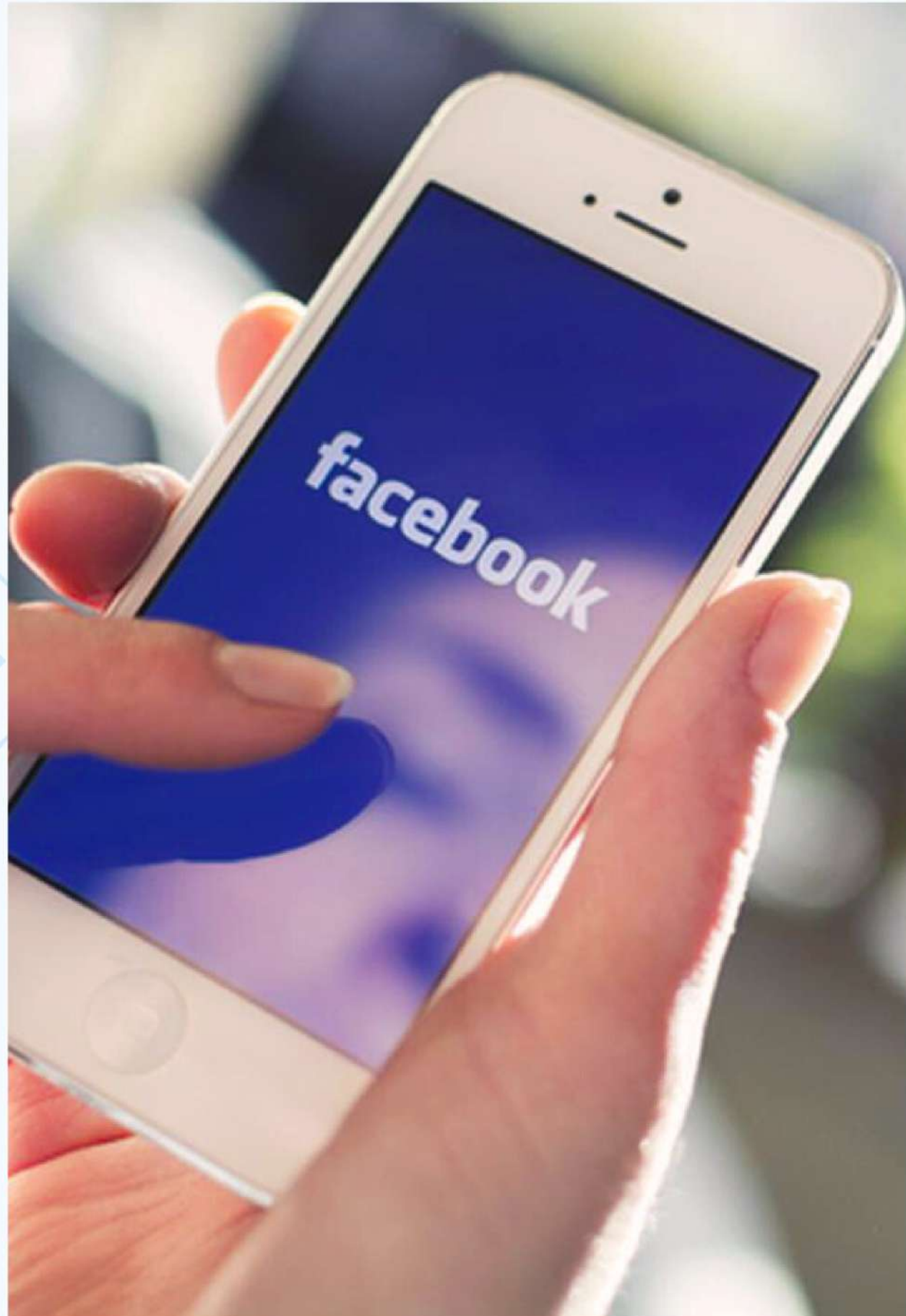
FB PAGE

- Perlukan satu akaun FB profile
- Boleh menghasilkan banyak page menggunakan satu akaun fb profile
- Tiada had bagi jumlah pengikut
- Posting terhad kepada admin page sahaja
- Sesuai untuk perniagaan atau sebaran maklumat
- Mempunyai fungsi Fb Ads

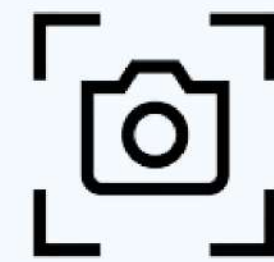


JOM MAKE OVER FB PROFILE

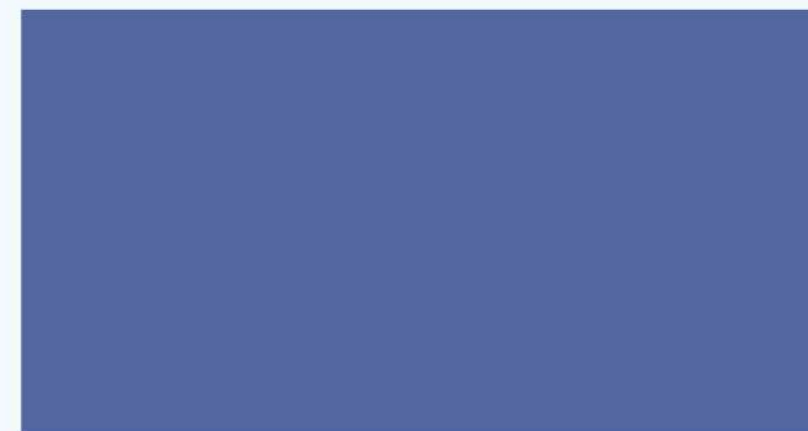


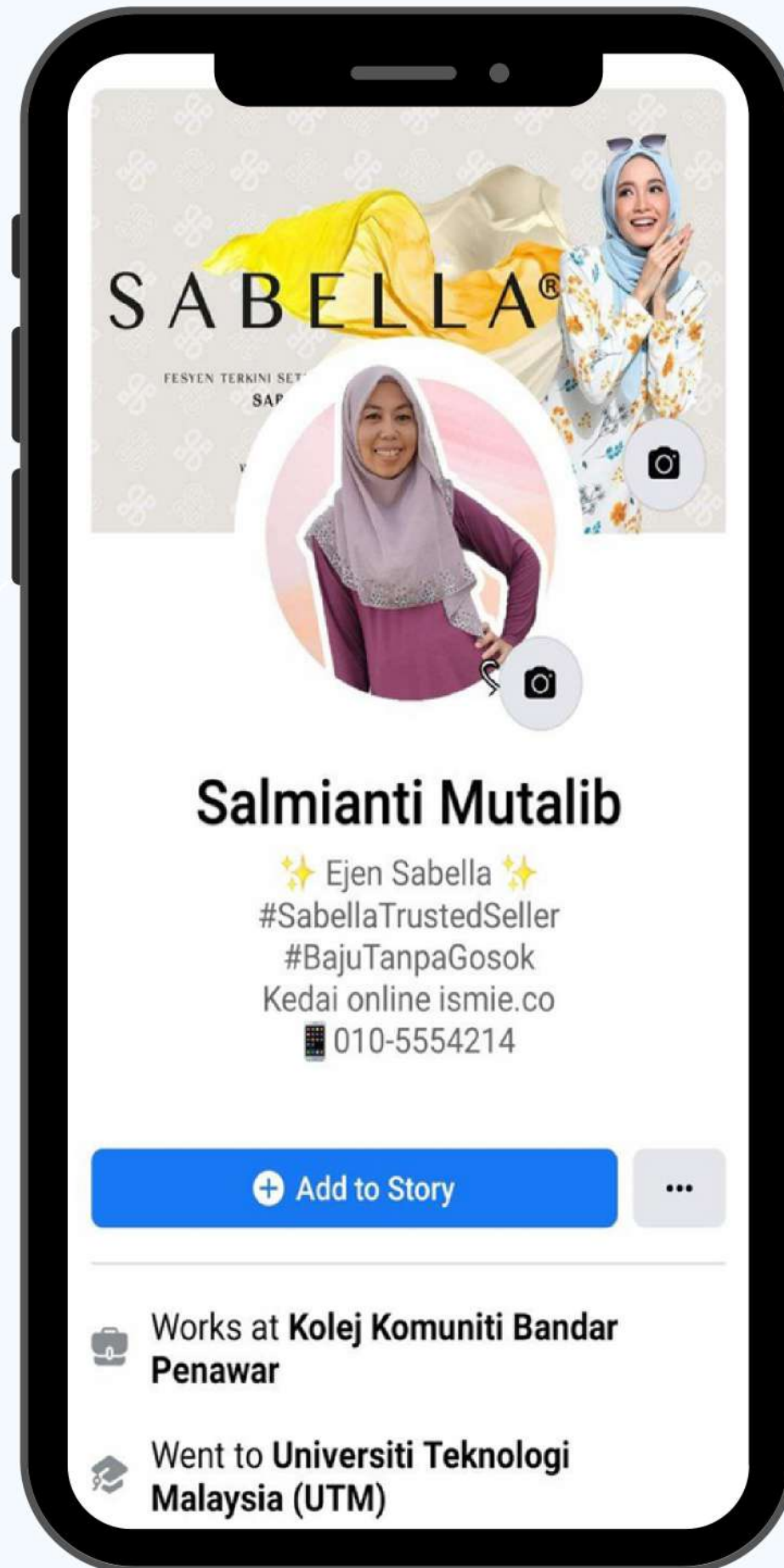


SEBELUM MULA



FB Profile semasa anda





1.USERNAME

- **SIMPLE** - nama sebenar/ringkas dan mudah disebut
- **KONSISTEN** - gunakan username yang sama untuk semua akaun media sosial
- **MUDAH DIINGATI** - elakkan penggunaan simbol. Contoh : \$@!m!anti
- **MUDAH DICARI** - ngeri bila fb dah cantik, tapi orang cari tak jumpa

2. GAMBAR PROFIL

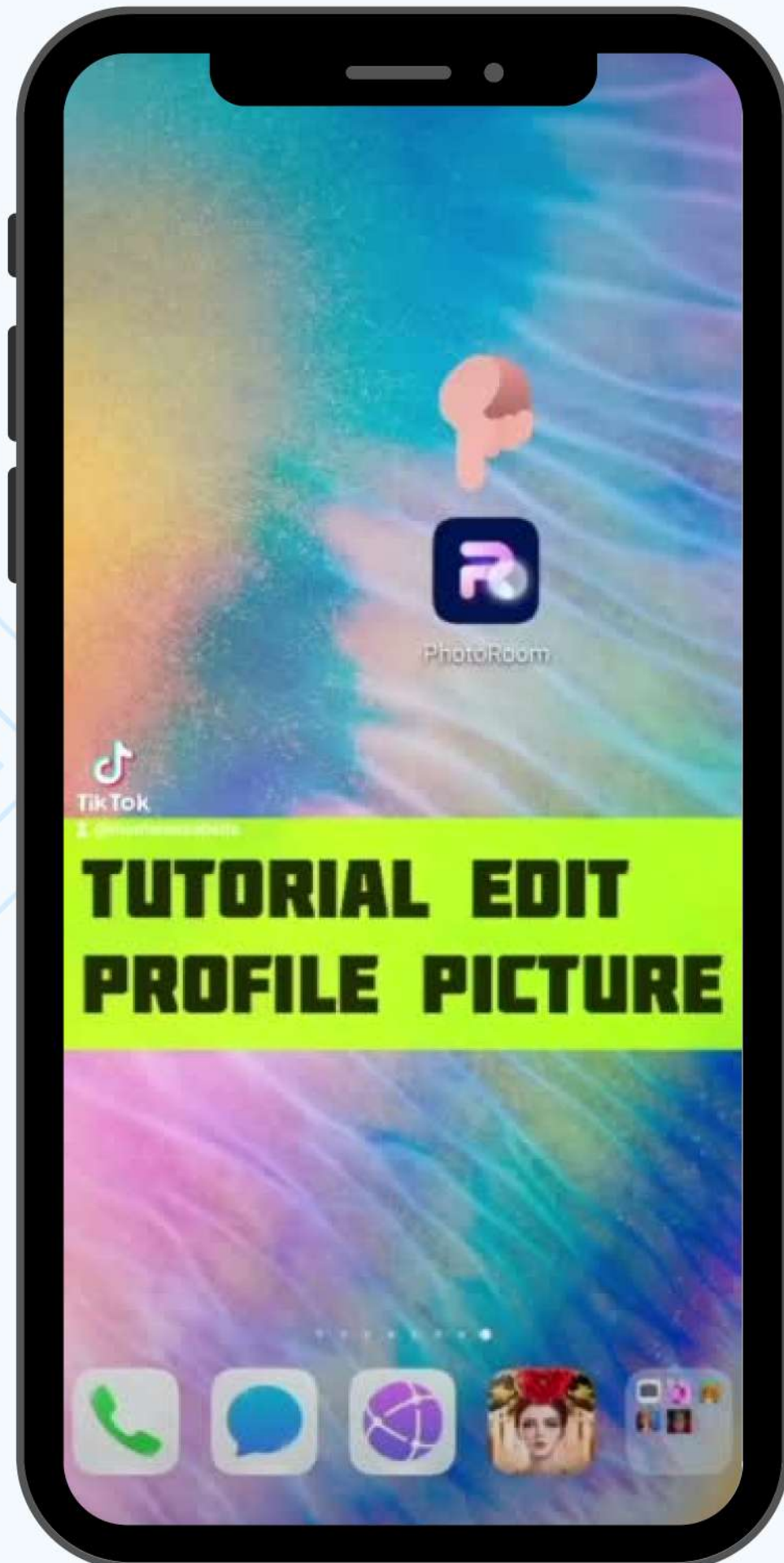


- Gambar yang jelas
- Latarbelakang yang 'clean'
- 'Eye catching' - warna yang menarik
- Wujud 'trust' dikalangan audience

- Terlalu berserabut
- Muka tak nampak sepenuhnya
- Ada orang lain
- Tak profesional



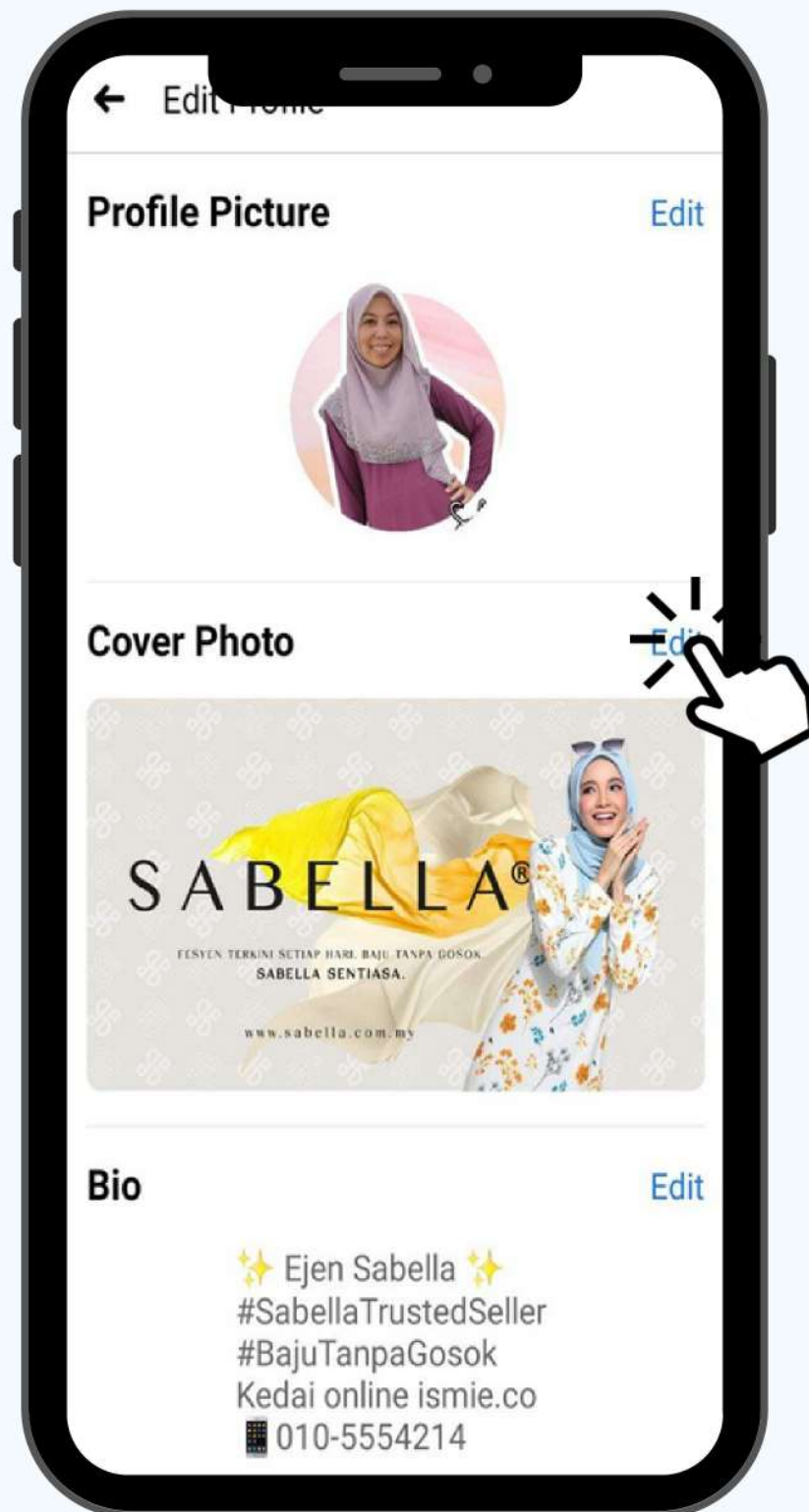
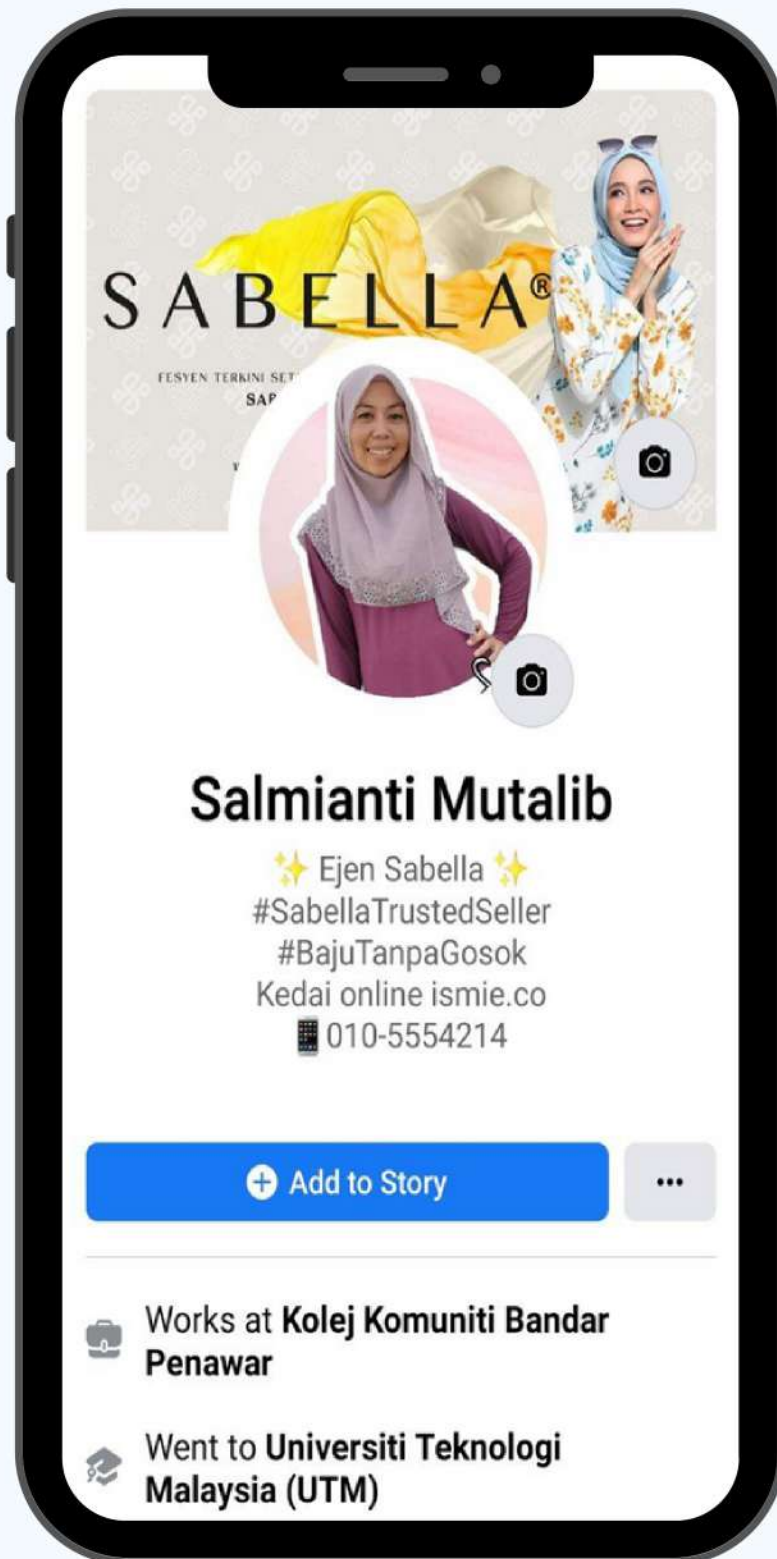
- Audience ingin membeli dengan "orang"
- Tidak sesuai untuk personal branding



EDIT GAMBAR PROFIL *menggunakan* **PhotoRoom**

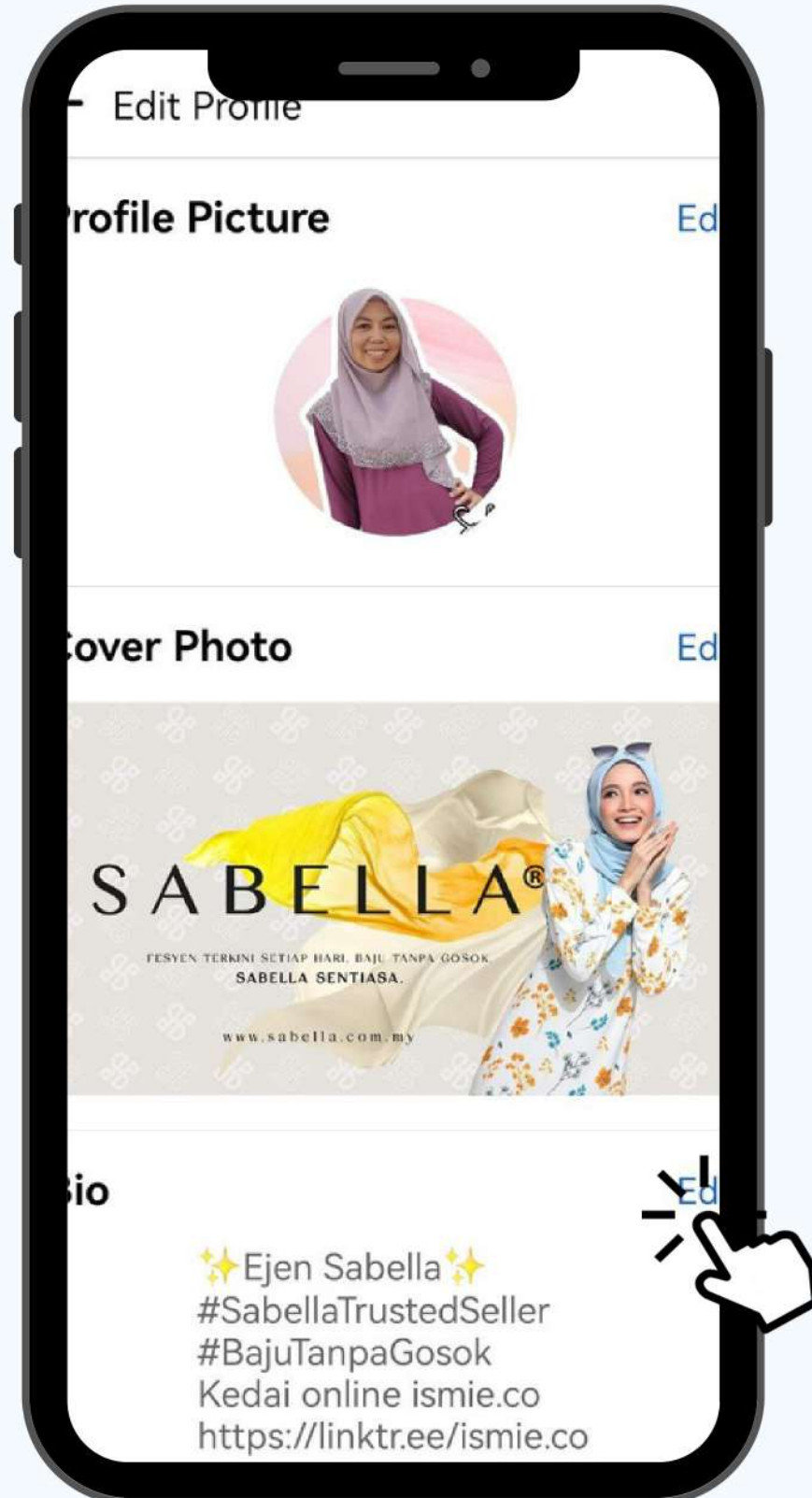
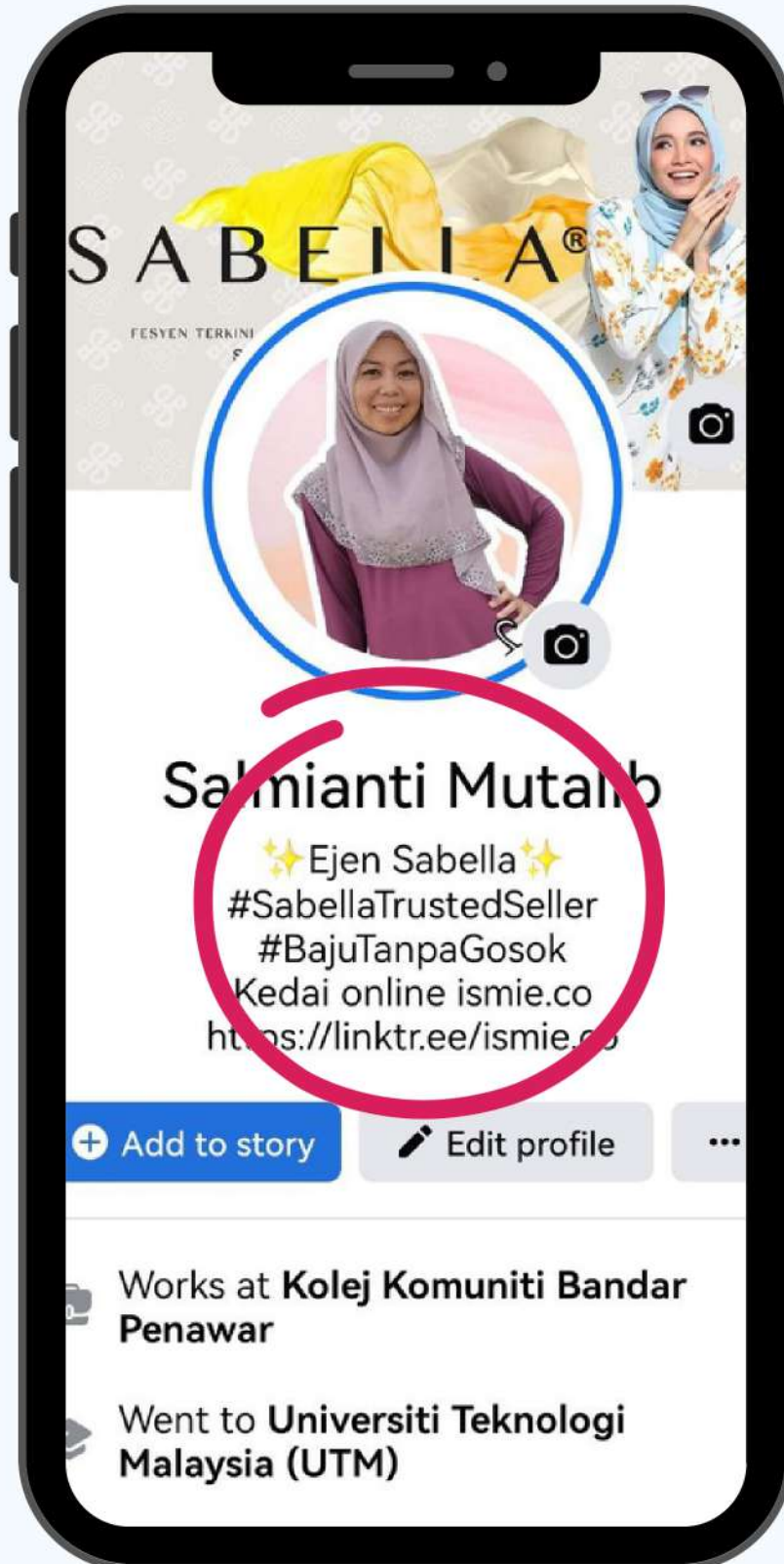


3. COVER PHOTO

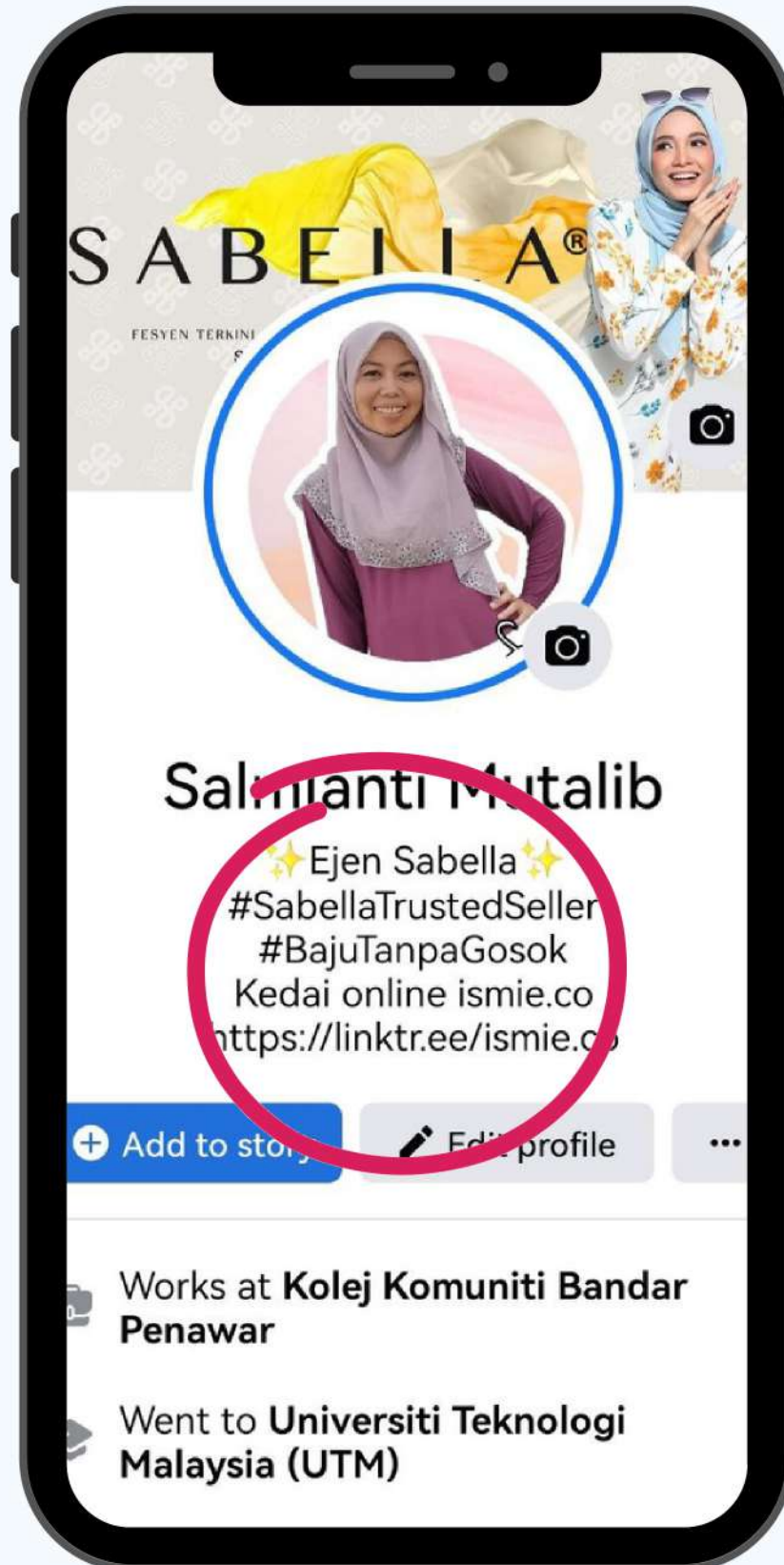


- Gunakan gambar yang jelas dengan apa jenis produk yang dijual
- Gambar yang menarik - warna terang
- Gambar produk yang paling hot
- Gambar team/aktiviti/manfaat/testimoni produk
- Laraskan saiz gambar sesuai untuk paparan fb desktop dan mobile

4. BIO PROFILE



- Tulis dalam point yang pendek
- **WHAT YOU DO** - apa masalah yang mampu diselesaikan dengan perniagaan / servis anda?
- **KONSISTEN** - apa faedah yang audience akan dapat bila follow akaun anda
- **STRONG CTA** - letakkan link untuk bawa audience menjadi pelanggan



CONTOH BIO PROFILE

- Penasihat fesyen terkini anda
- Pakar baju tanpa gosok pilihan wanita di Malaysia
- Pakar dalam membantu wanita berkerjaya tampil menawan dengan baju tanpa gosok
- Saya bantu surirumah buat duit dari rumah tanpa modal
- Bantu cikgu-cikgu bersiap pergi kerja dalam masa kurang 5 minit

CONTOH FB PROFILE



Rahidah Abas

PREMIER PARTNER WANYS JDTSG

#MademJdt

☎ 012 7390434

#wearekacangwarrior #buatsampaijadi



Marhana Omar

3.3K friends • 4 mutual

🌟 USAHAWAN ONLINE

🌟 MASTER TRAINER MAMASAB

Join Team 👉

[www.wasap.my/60102325650/
joinBizMamasab](http://www.wasap.my/60102325650/joinBizMamasab)



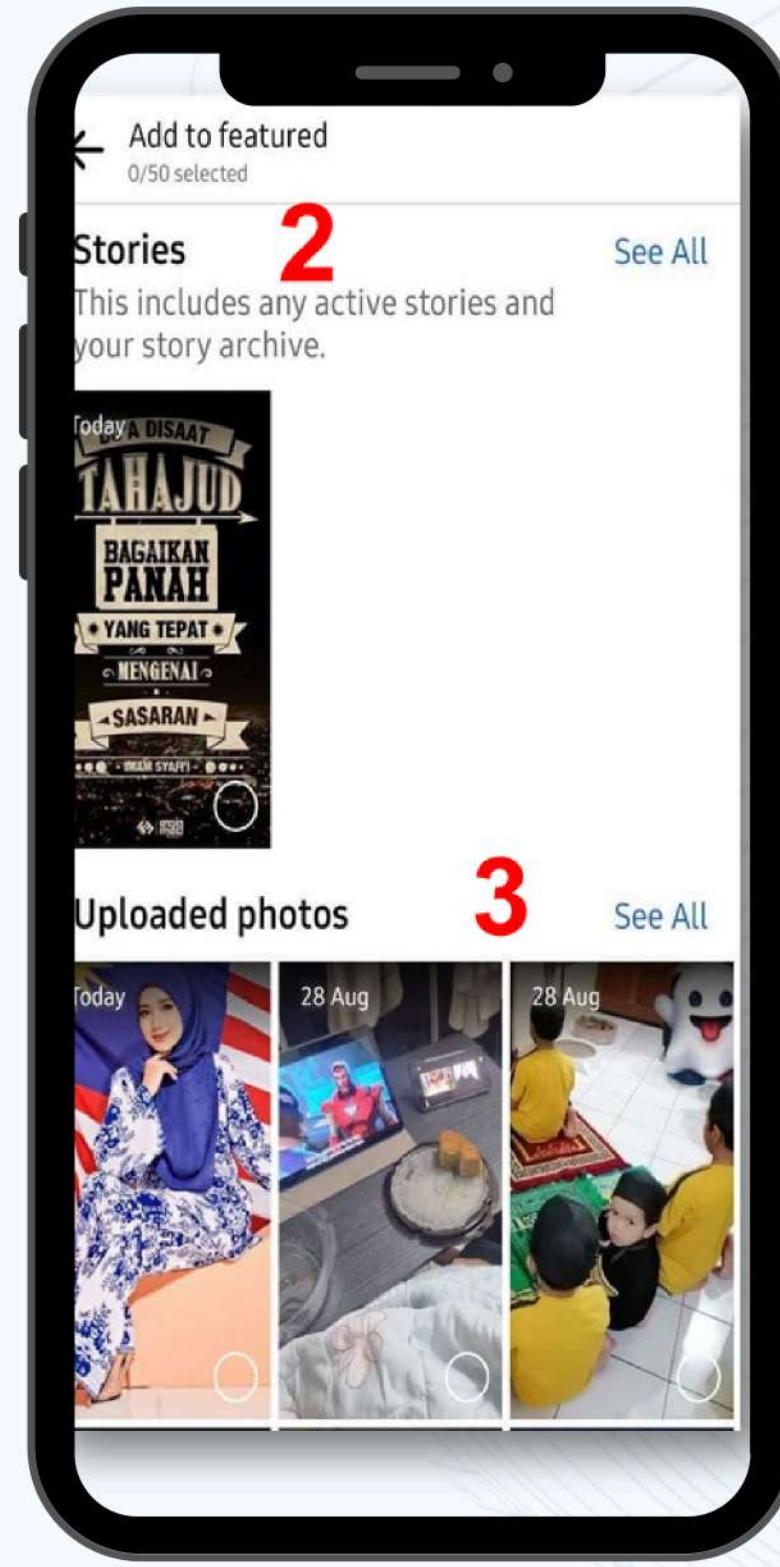
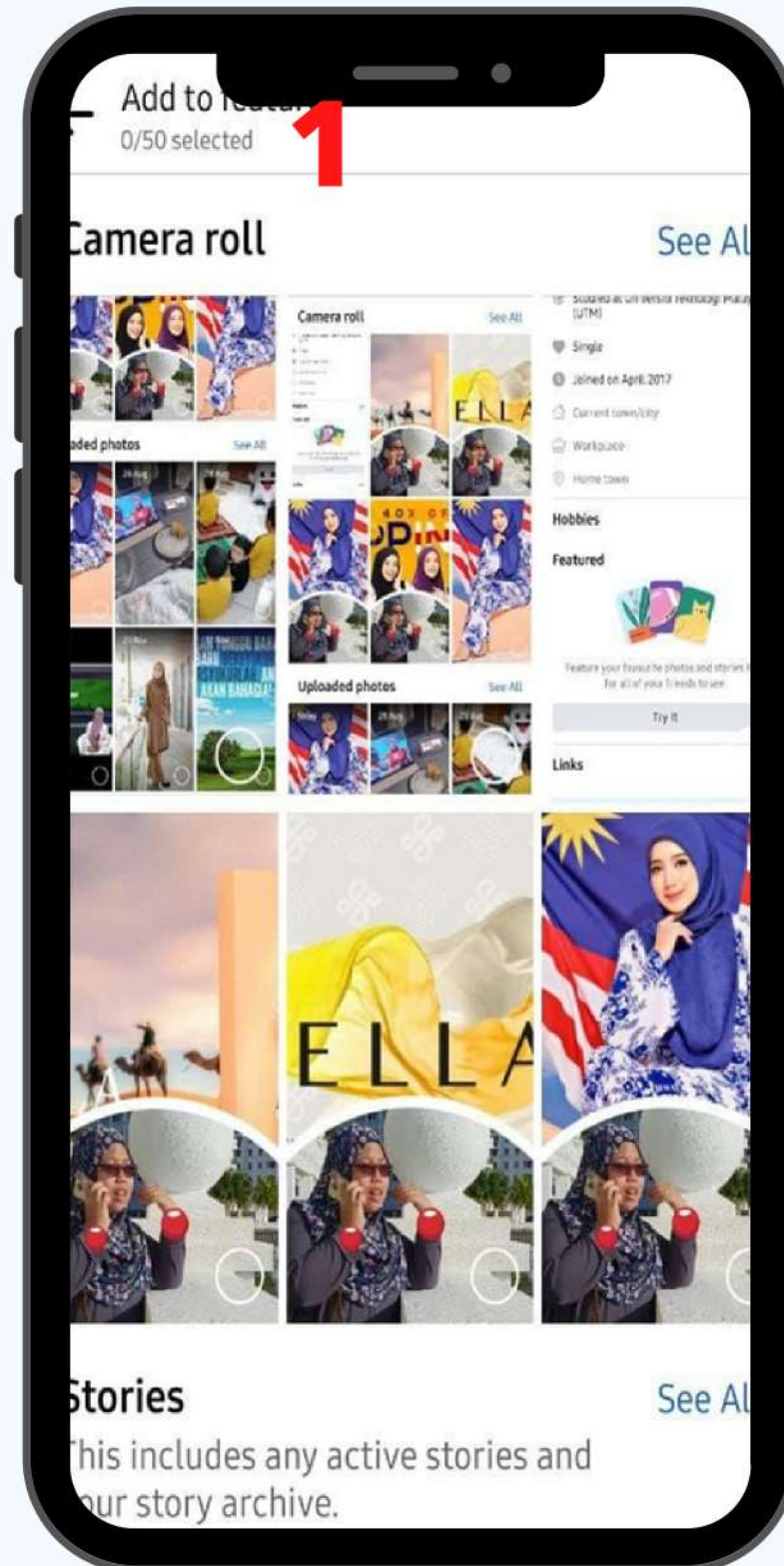
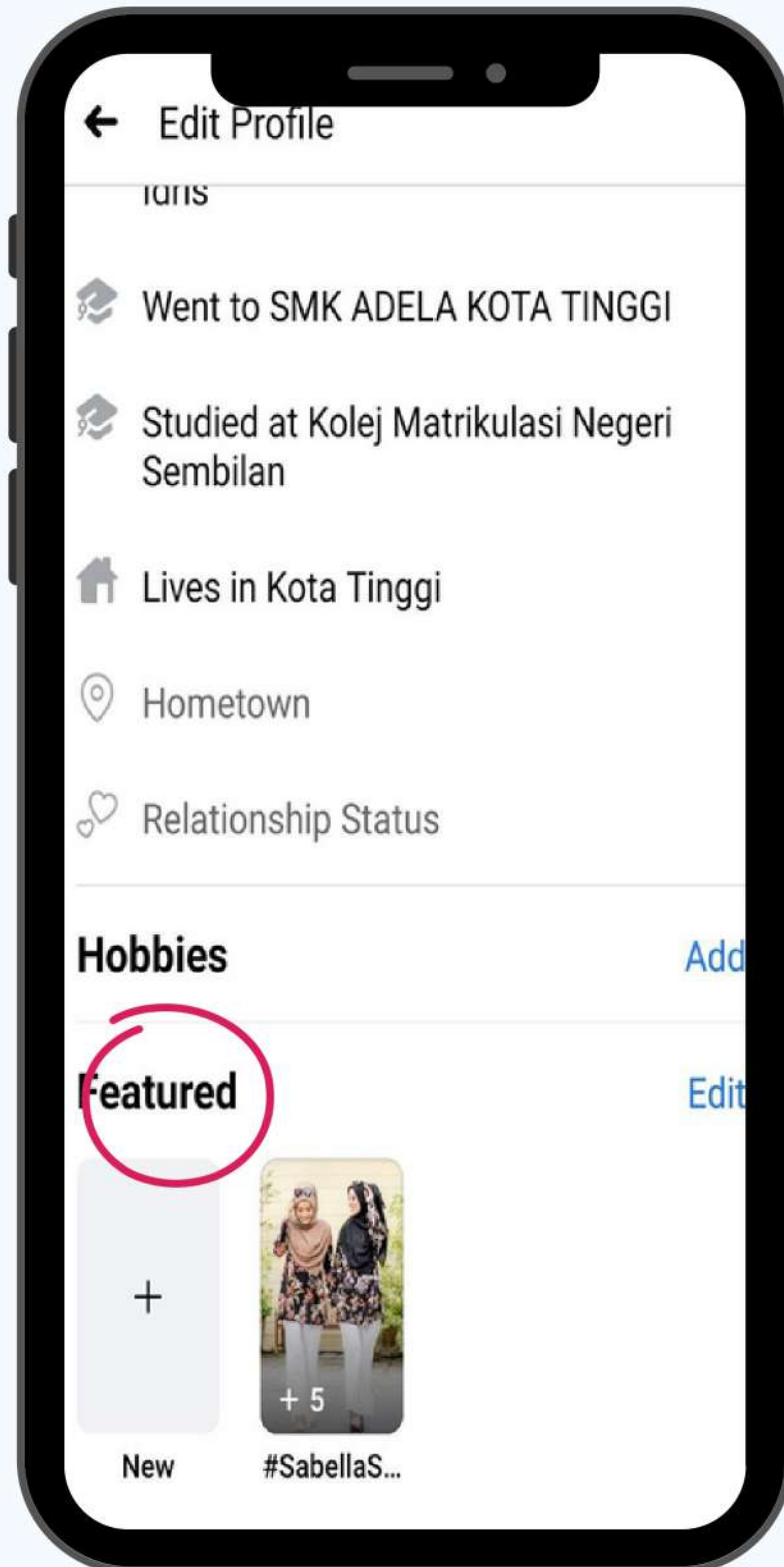
Nura Syikin

Premier Partner Sabella . Jana Income

Tanpa Modal

https://bit.ly/Dropship_TanpaModal

5. FEATURED PHOTO



- **Personal Sales** - gambar produk, testimoni, aktiviti COD dan postage
- **Team Builder** - gambar award, team, ganjaran team, iklan pengambilan ejen

6. FOLLOWER (PERSONAL BRANDING)



- Aktifkan button followers
- Follower wujud bila senarai rakan cukup 5000
- Salah satu cara buat orang nak follow kita bila mereka nampak follower kita bertambah

7. LINK

← Edit Links

🌐 Links you set to **Public** will appear in your Intro and post to News Feed.

SOCIAL LINKS

Instagram ▼ ismie.co

WhatsApp ▼ 0105554214

[Add Social Link](#)

WEBSITES

<https://linktr.ee/ismie.co>

- Mudahkan mereka follow media sosial yang lain
- Link boleh letak Whatsapp, Instagram, Tik Tok, You Tube, Link Tree dan lain-lain

KENAPA LINK PENTING

01

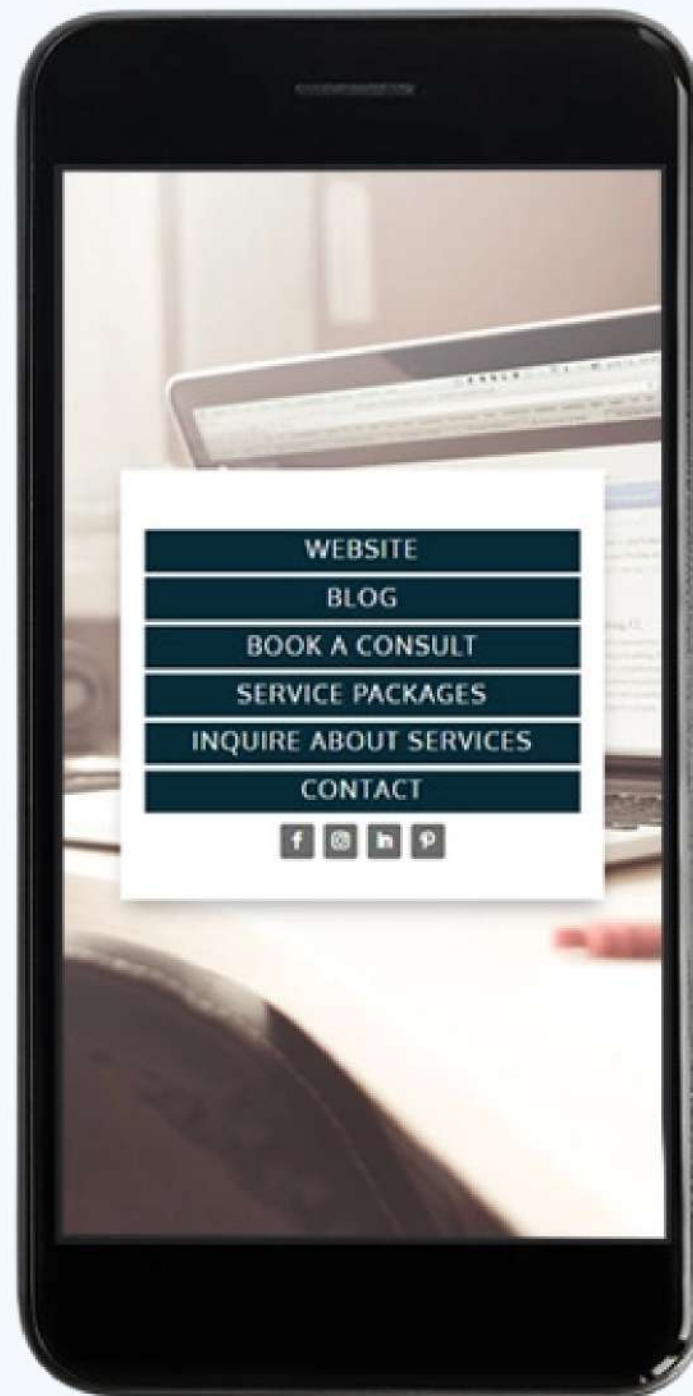
- Menghubungkan dengan 'audience'

02

- Kumpul maklumat/ data

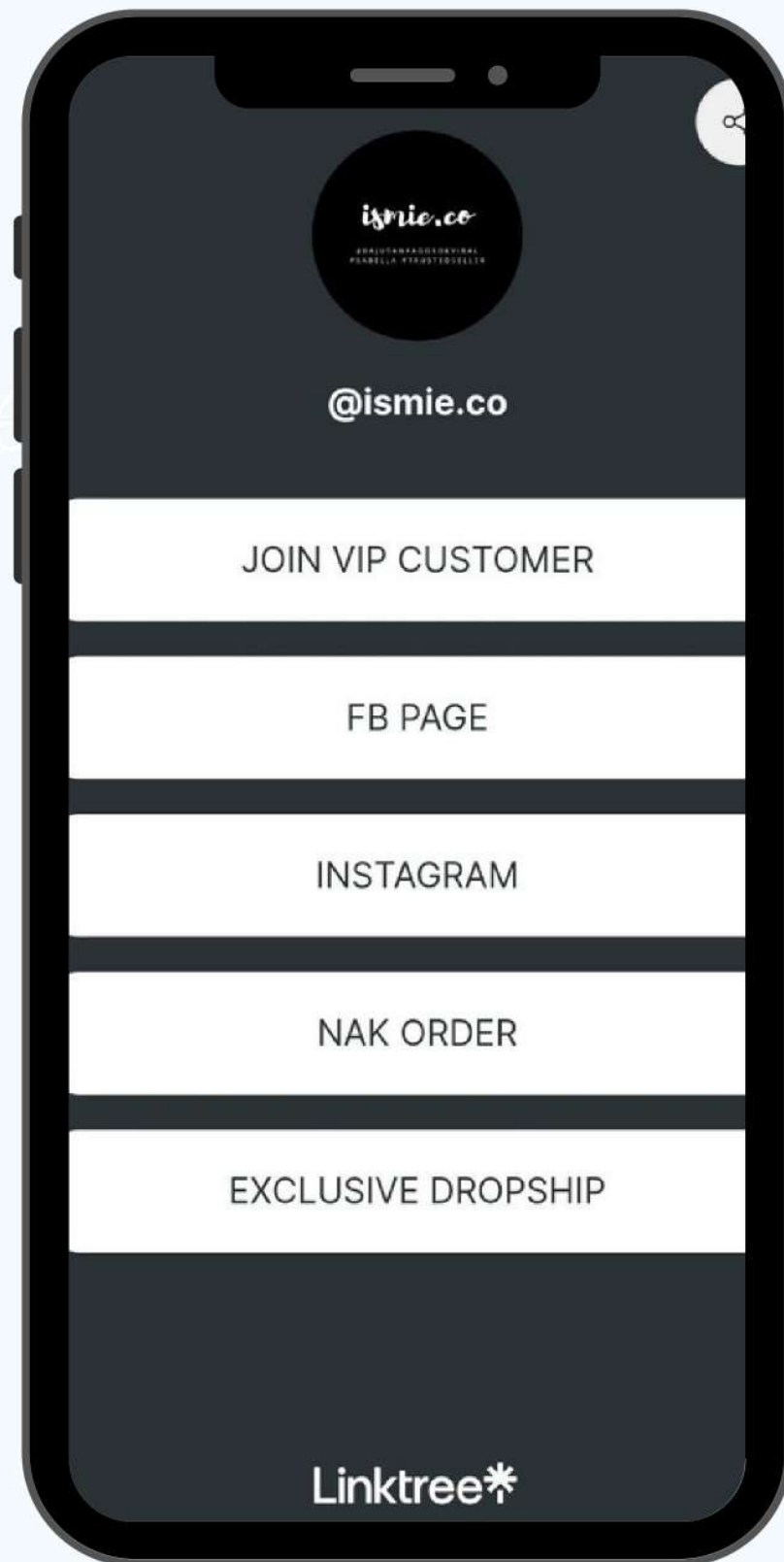
03

- Mudah untuk pelanggan berhubung dengan anda



linktree IS AWESOME!

- Link terus jadi macam profesional website
- Features yang senang guna bagi orang yang kurang mahir IT
- Nampak lebih profesional tanpa susah perlu upah designer



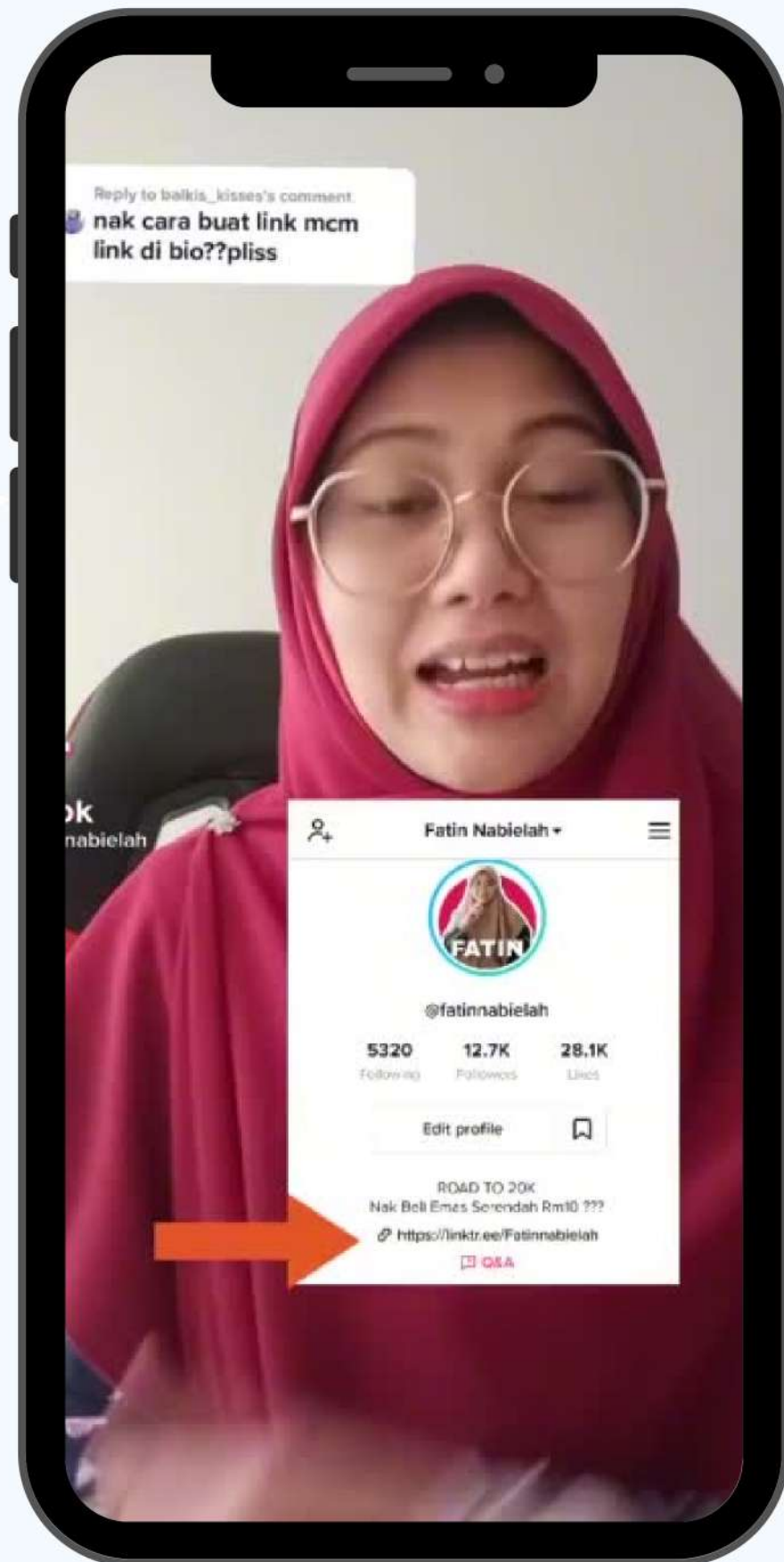
BEFORE

wa.me/message/Q3YRA4RBEFDVI

TO THIS



[linktree/ismie.co](https://linktree.com/ismie.co)

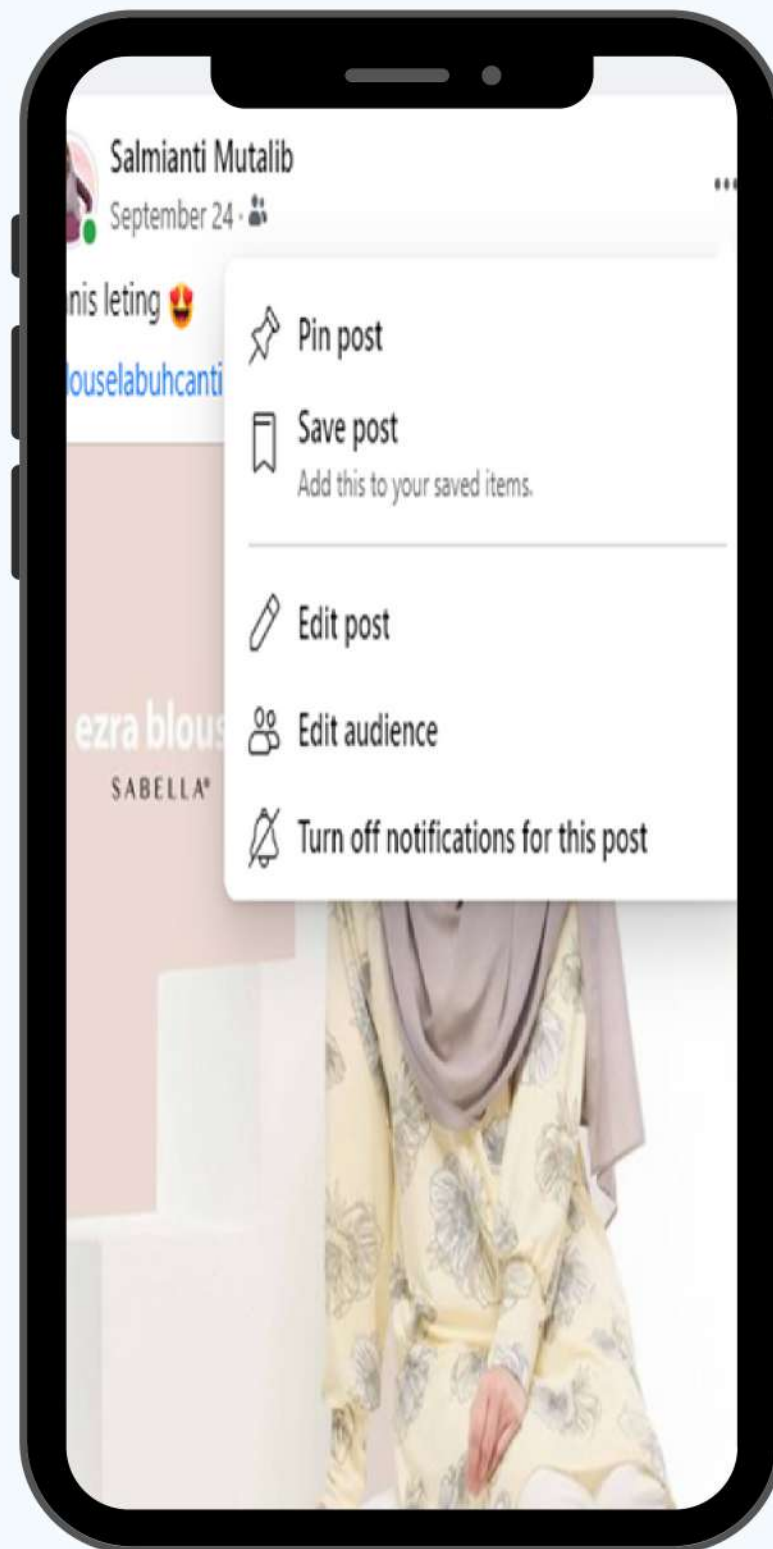


TUTORIAL BUAT linktree

LIHAT VIDEO



8. PINNED POST



- Buat 1 posting kenalkan diri
- Selitkan Call To Action (CTA) - link kolam / katalog / whatsapp
- Tujuan - supaya orang yang singgah profail kita tahu serba sedikit tentang kita



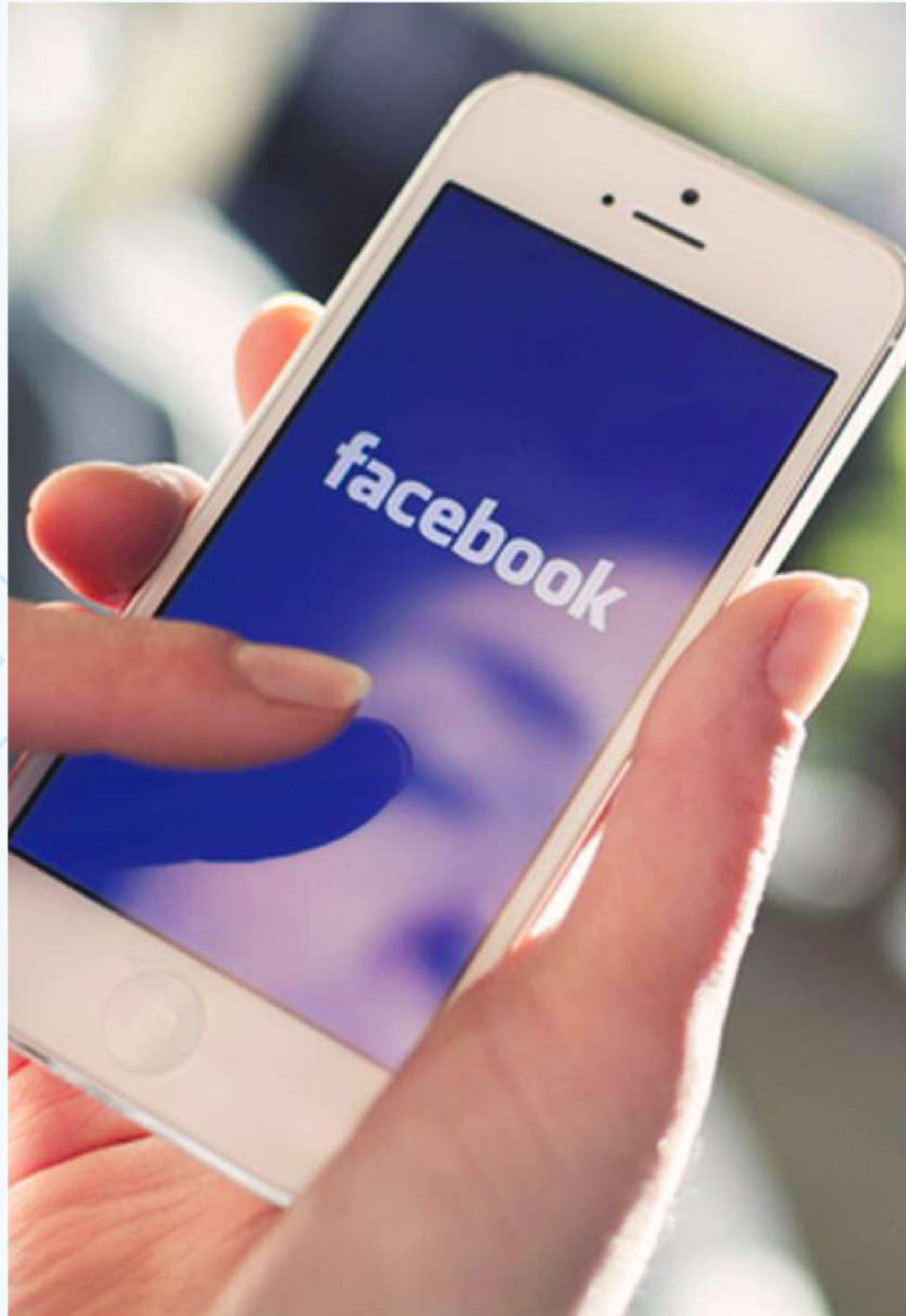
FB TOOLS

1. Marketplace
2. Posting Feed
3. Live
4. Story
5. Reels
6. Messenger
7. Shop
8. Banner
9. Profile Pic
10. Events

AKTIVITI 2

- ☒ Make over FB Profile anda
- ☒ Rujuk panduan yang telah
— diberikan





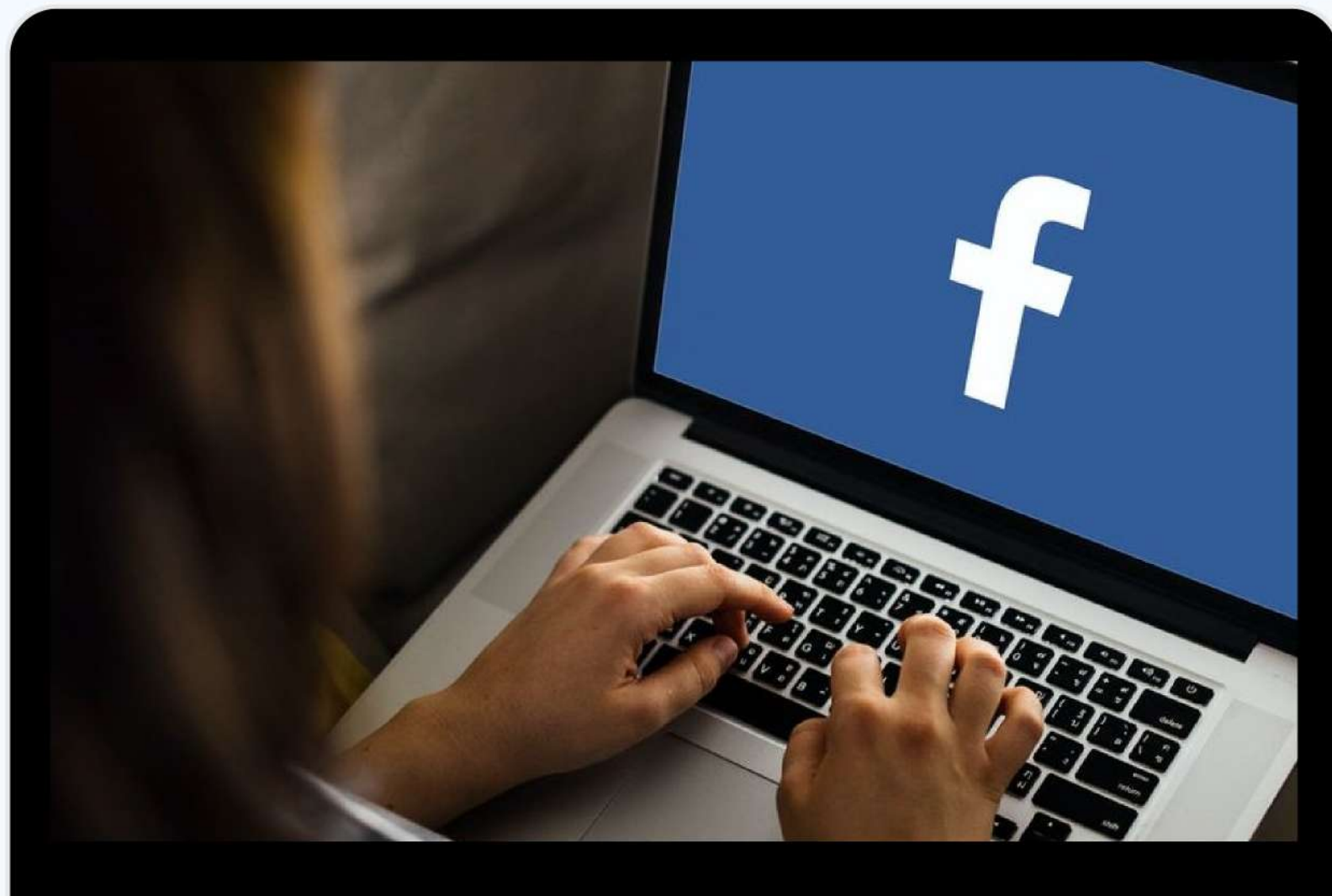
JOM SETUP FB PAGE



AKTIVITI 3

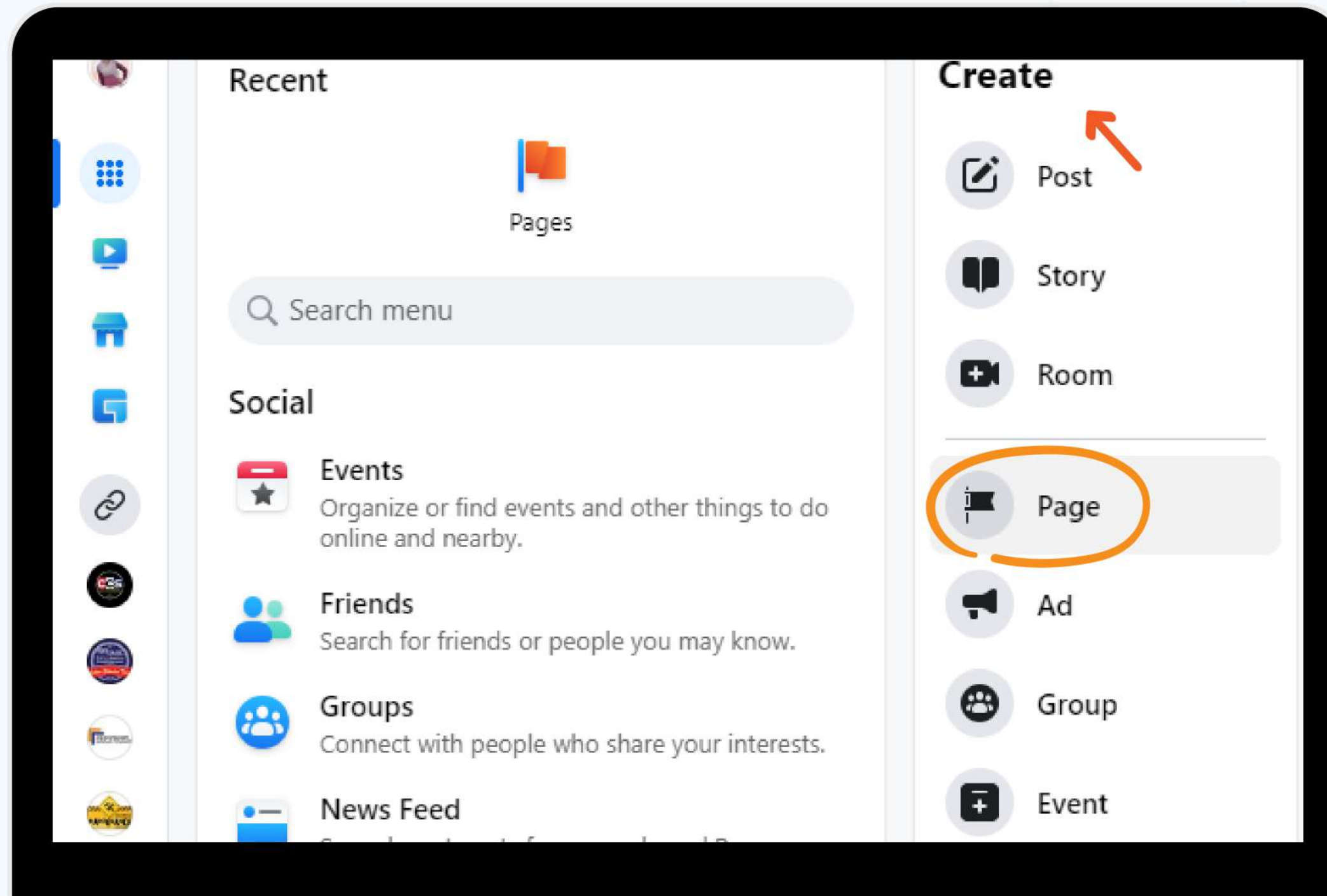
- ☒ Cari 5 DREAM account
- ☒ Cari 5 CLOSE competitor





JOM KITA
MULA

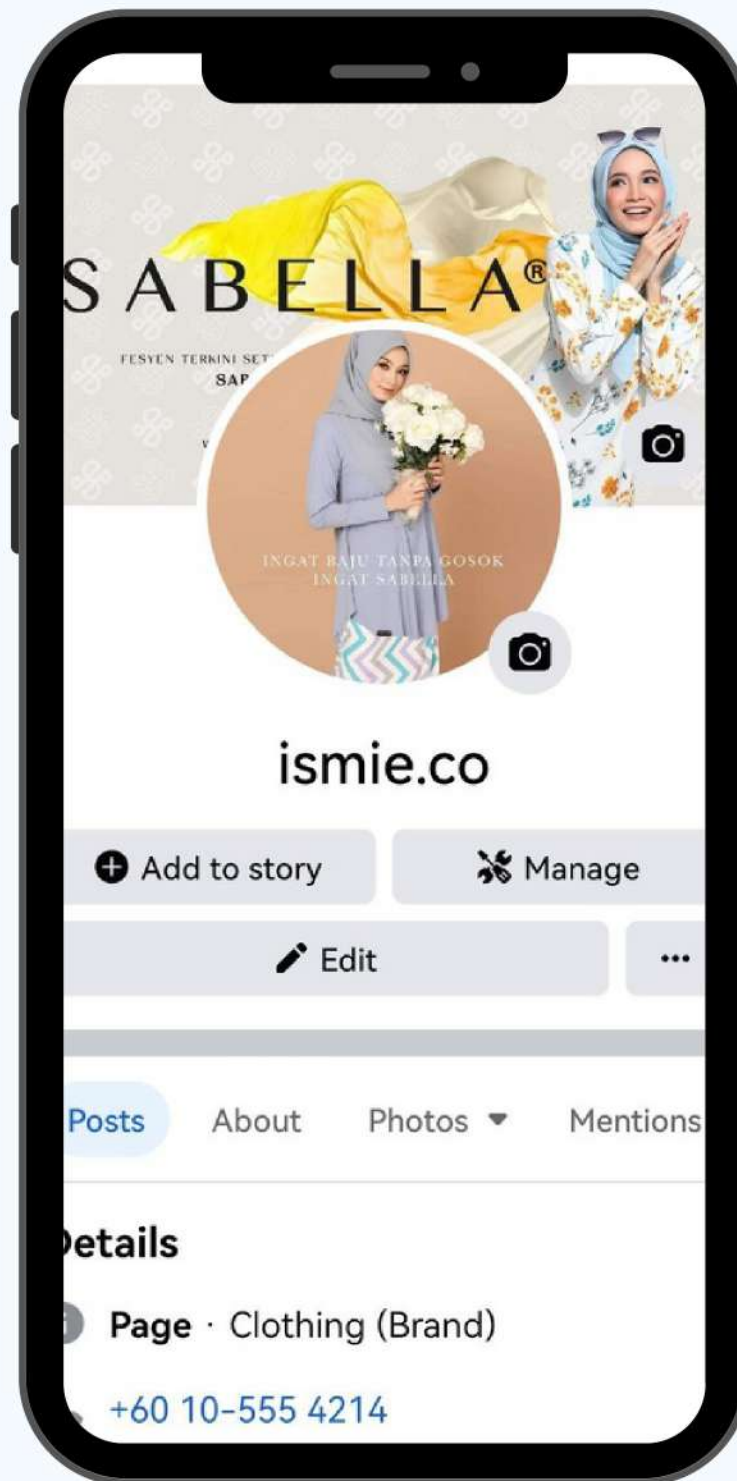
LANGKAH 1: CREATE > PAGE



Link url:

[https://www.facebook.com/
pages/creation/](https://www.facebook.com/pages/creation/)

IDEA NAMA PAGE

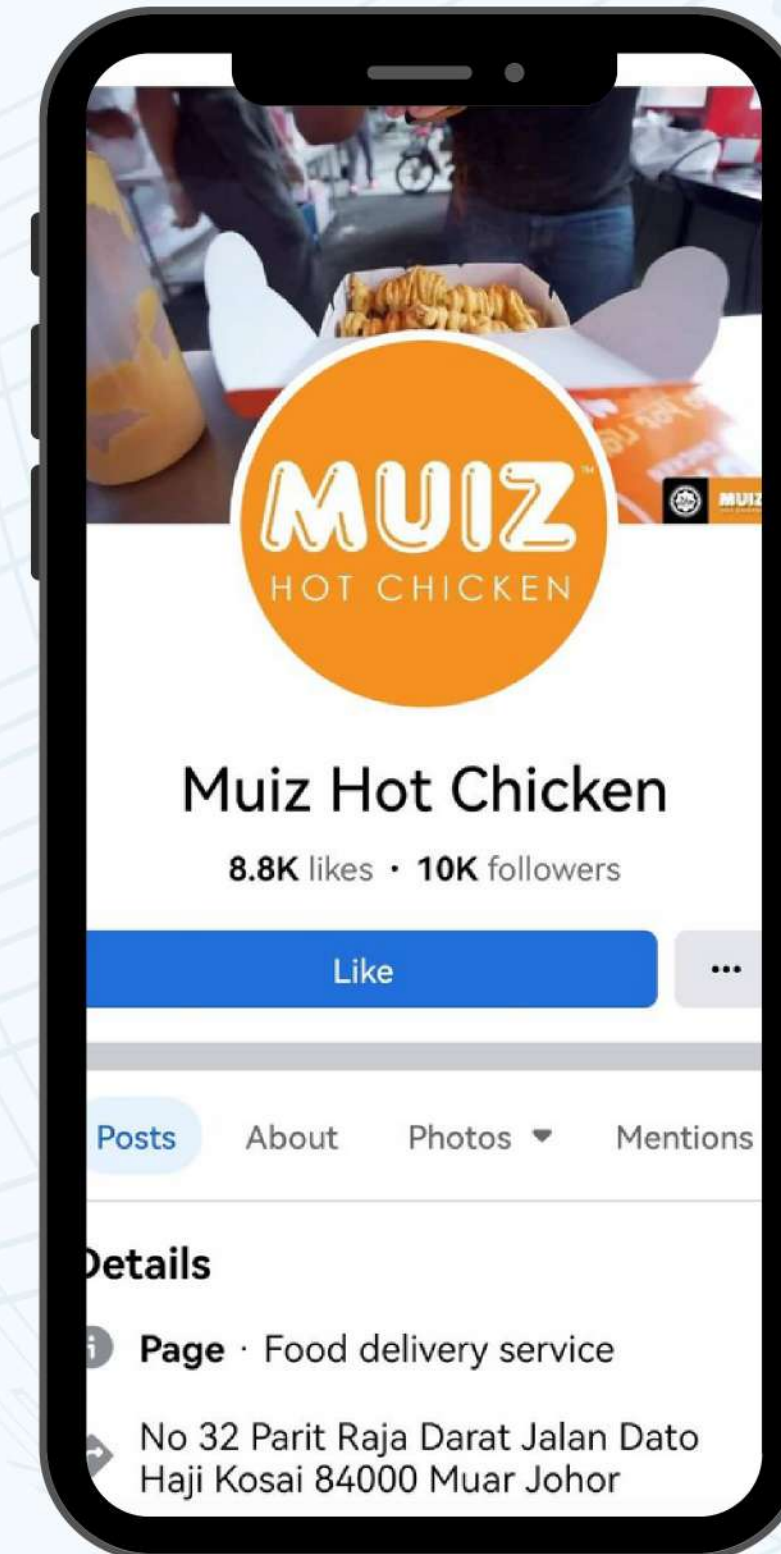
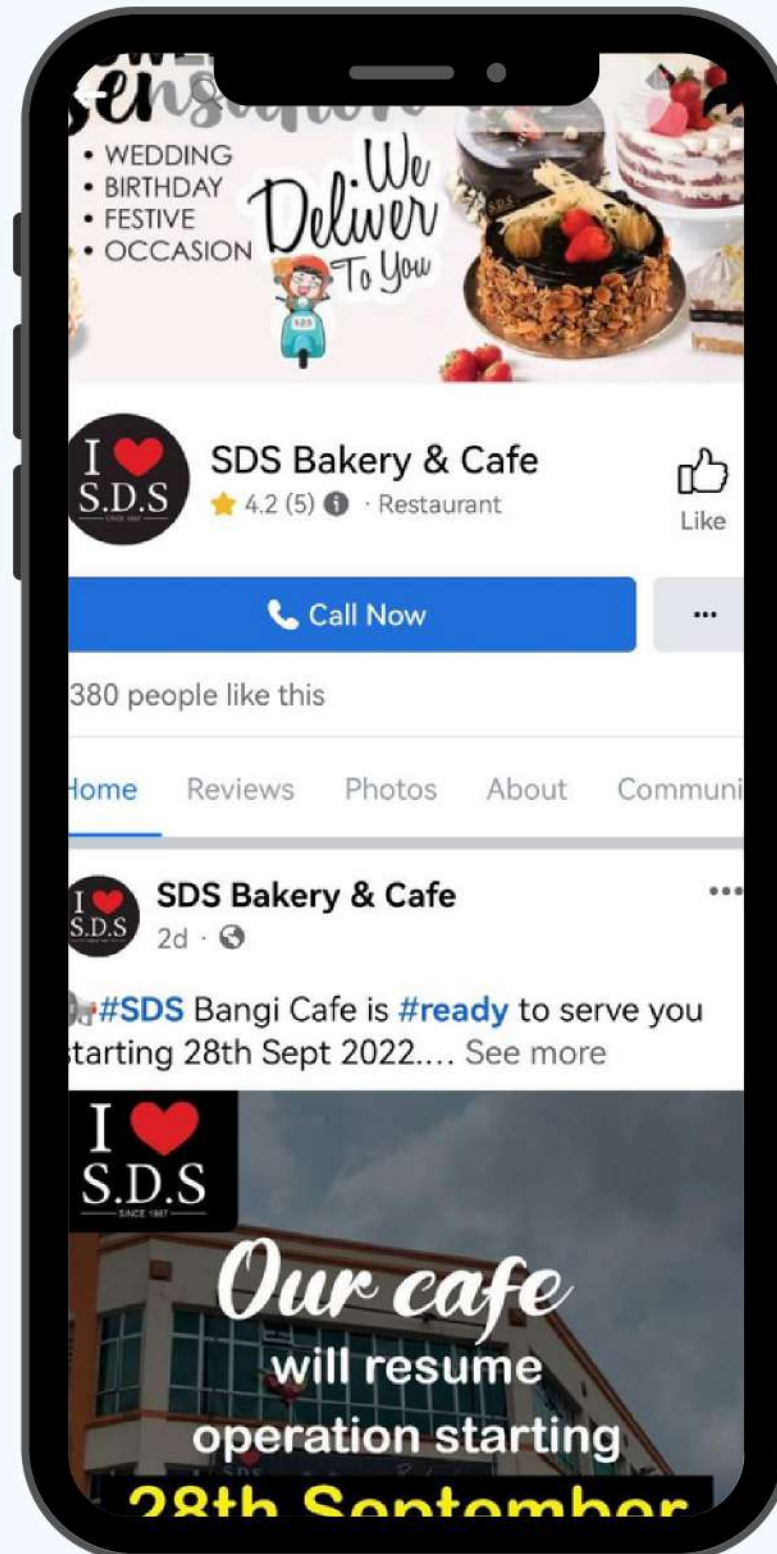


- Guna nama syarikat / kedai
- Gunakan nama yang umum / mesra SEO
- Guna nama produk / brand
- Gabungkan 2 dari 3 diatas

PENTING! 

Tak boleh tukar nama page bila
dah 200 like

CONTOH PAGE

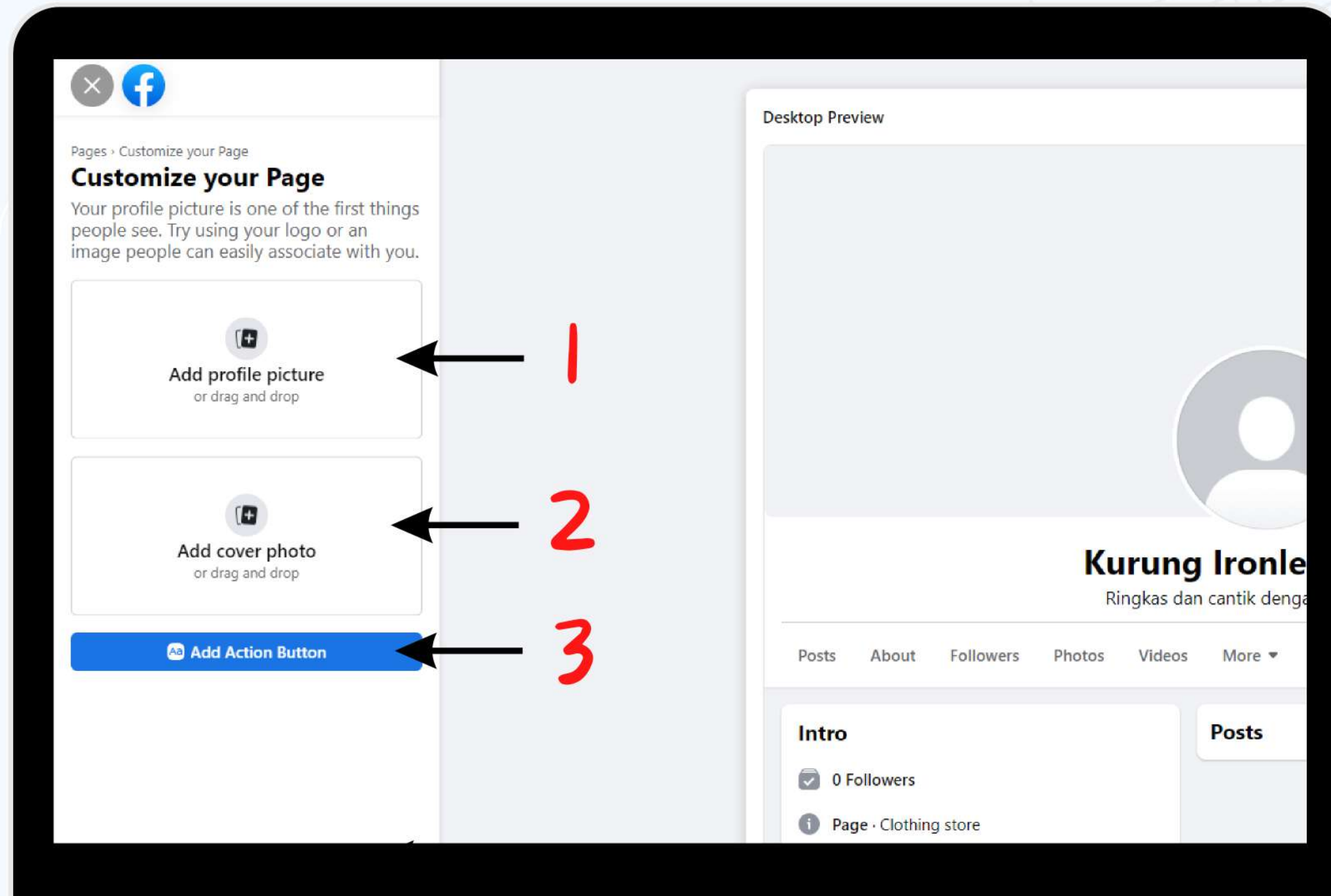


LANGKAH 2: ISI BUTIRAN PAGE

The screenshot shows the Facebook 'Create a Page' form. On the left, there are three input fields: 'Page name (required)', 'Category (required)', and 'Bio (optional)'. Three black arrows with red numbers 1, 2, and 3 point to these fields respectively. On the right, a 'Desktop Preview' shows a placeholder for a profile picture, the 'Page name', and navigation tabs for 'Posts', 'About', 'Followers', 'Photos', 'Videos', and 'More'. Below the preview, there is an 'Intro' section showing '0 Followers' and 'Page · Category', and a 'Posts' section.

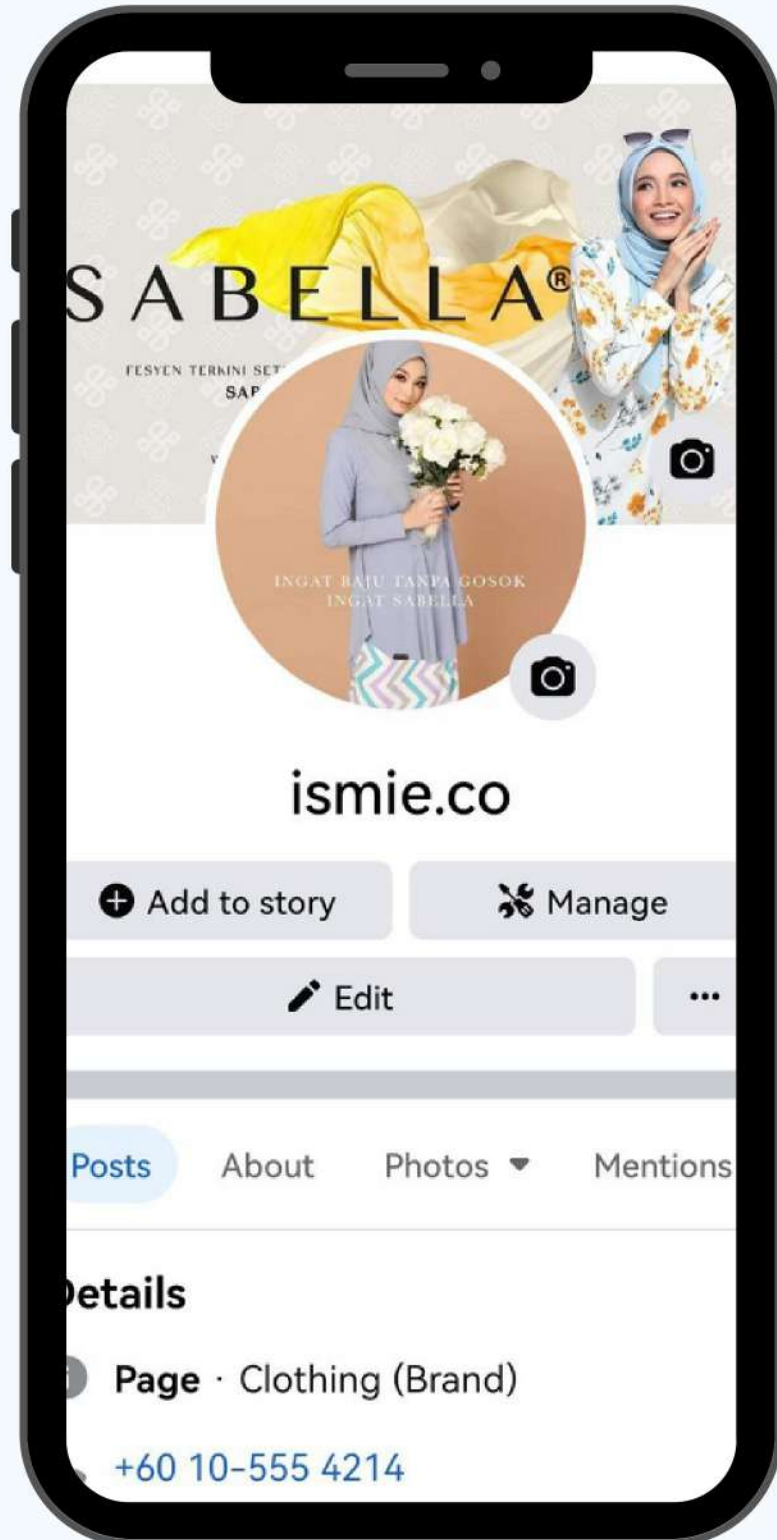
- Nama page
- Kategori page
- Deskripsi
perniagaan
- Nombor telefon
- Lokasi
- Waktu Operasi

LANGKAH 3: CUSTOMIZE PAGE



- Profile picture
- Cover photo
- Action button

IDEA COVER PHOTO



- Branding
- Tunjukkan produk/perkhidmatan
- Program terkini / akan datang
- Kempen promosi terbaru
- Kata-kata hikmah / falsafah
- Ucapan selamat
- Kongsi hasil produk / servis
- Tunjukkan portfolio
- USP produk / servis
- Penghargaan untuk fans / pelanggan tetap

CONTOH COVER PHOTO

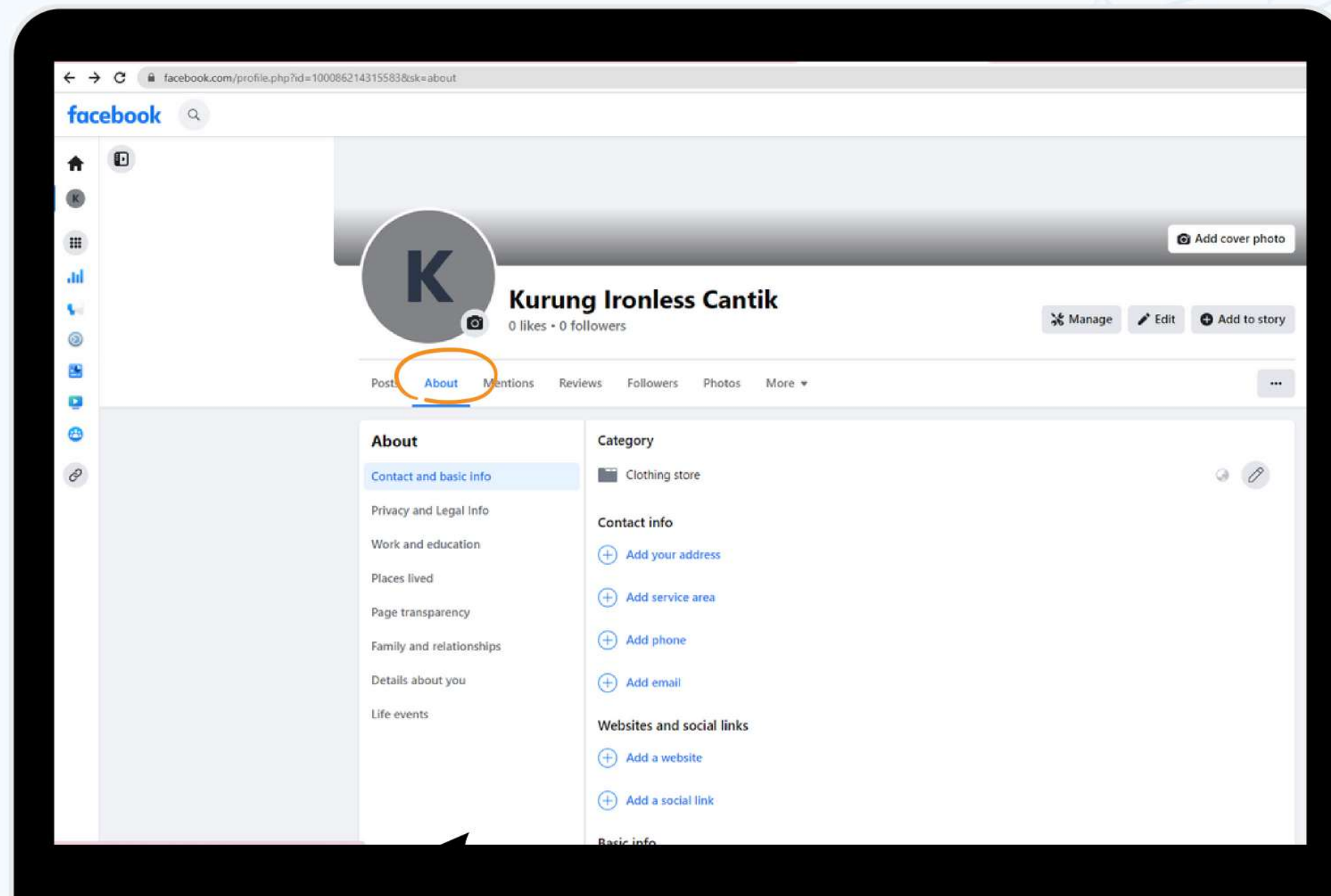




Made in *Canva*

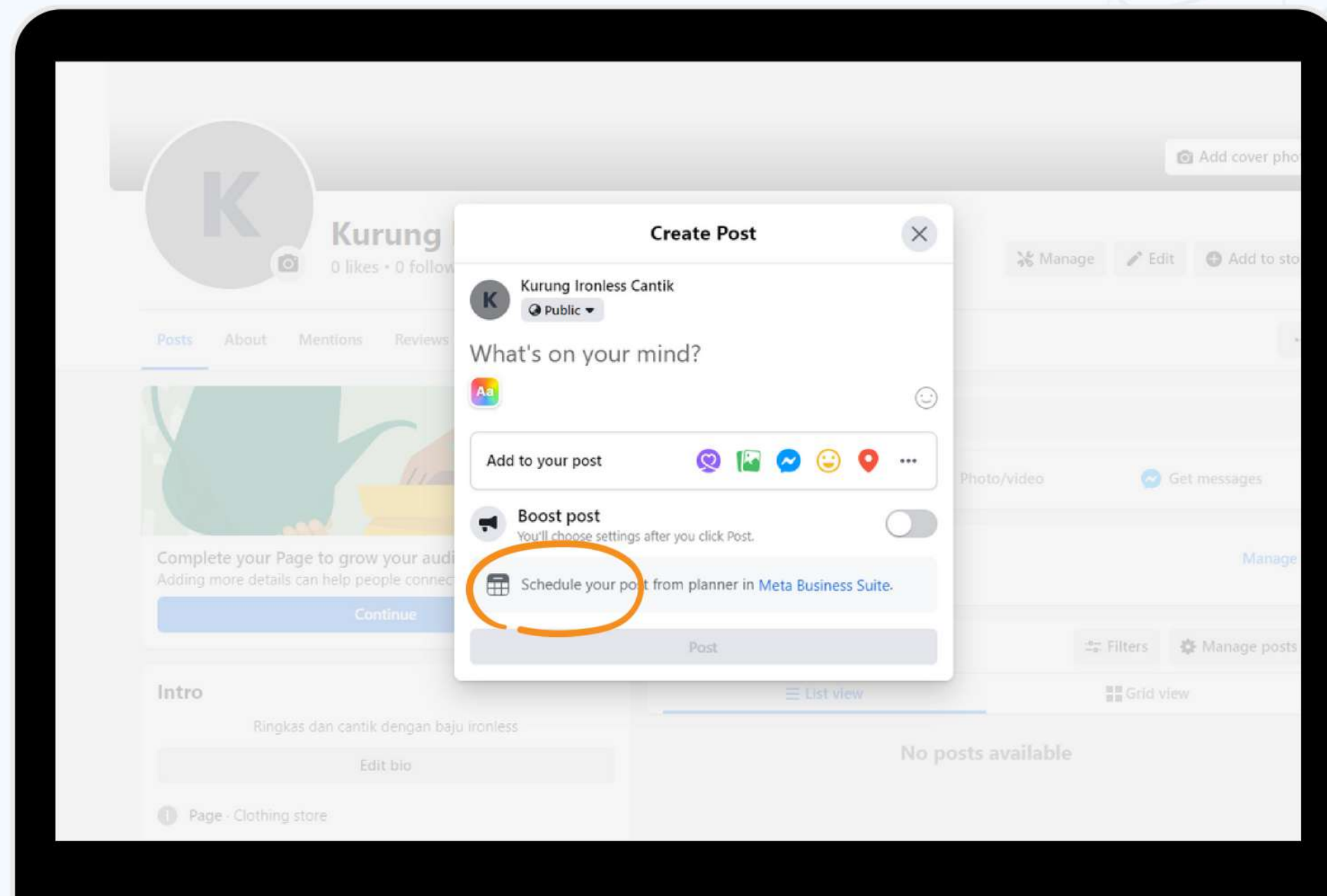
Praktikal FB COVER PHOTO

LANGKAH 4: LENGKAPKAN BAHAGIAN 'ABOUT'



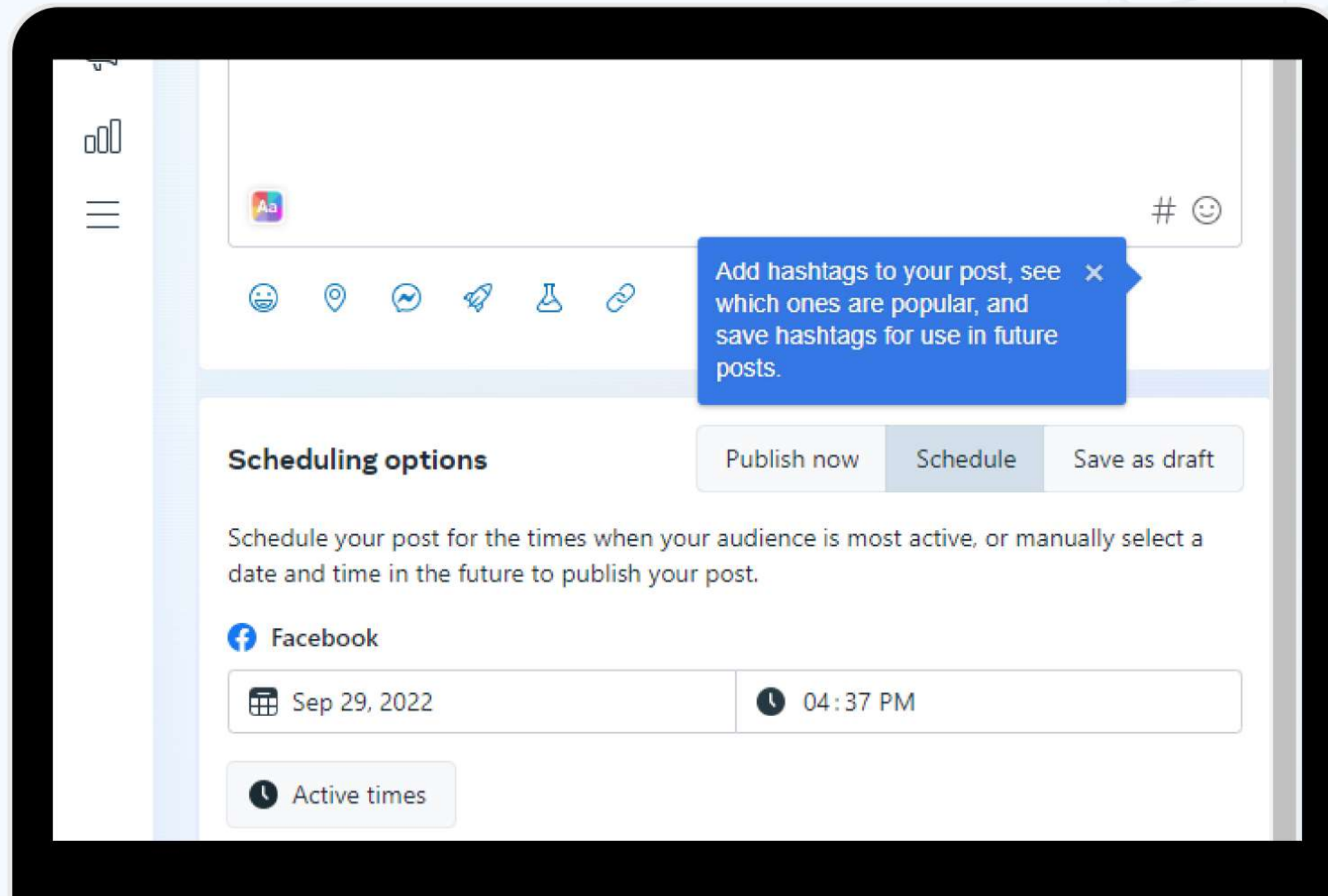
- Contact info
- Website & social links
- Basic info

LANGKAH 5: BUAT POSTING



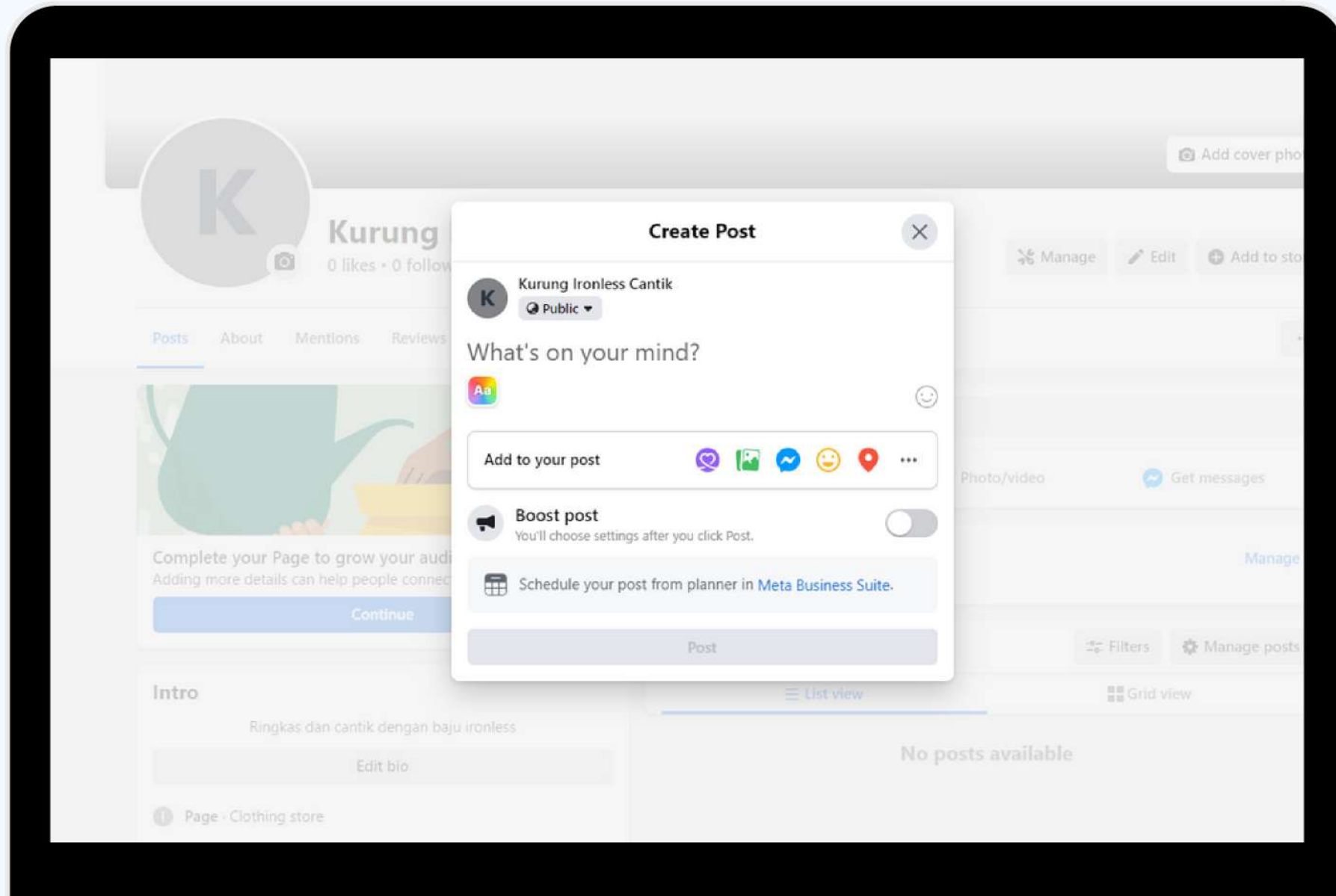
- 5 POST sebelum mula mempromosi page
- Langkah - menu > create post
- Jenis posting
 - a) Published post
 - b) Schedule post

SCHEDULE POST



- Media
- Text
- Scheduling option

IDEA POSTING



- Teaser
- Bercerita mengenai produk - ajar orang pasal produk / share maklumat dan info
- Kebaikan produk
- Testimoni
- Gambar atau video produk / servis
- Aktiviti produk / servis
- Kata-kata inspirasi (quote)
- Hasil produk
- Cara guna produk

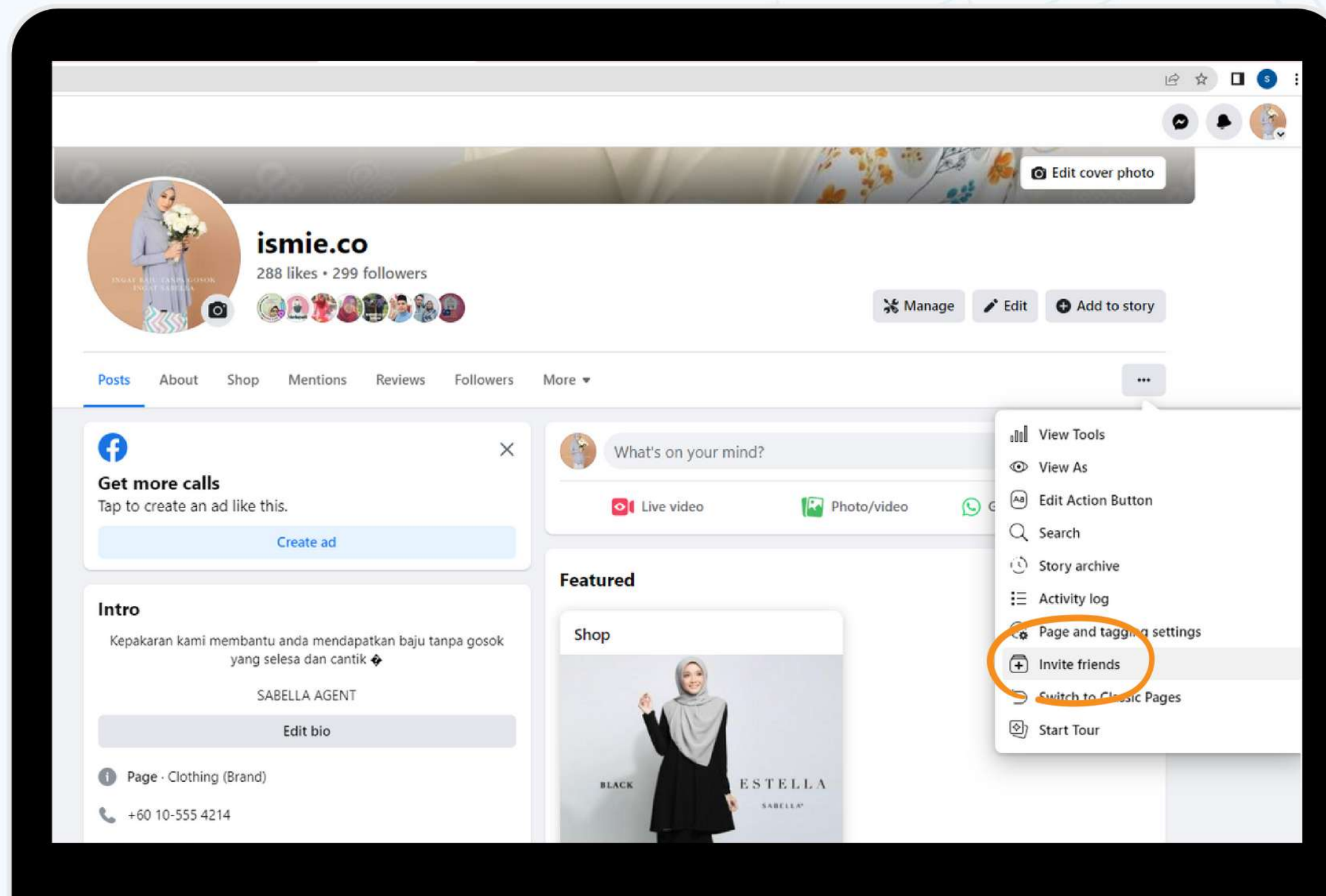


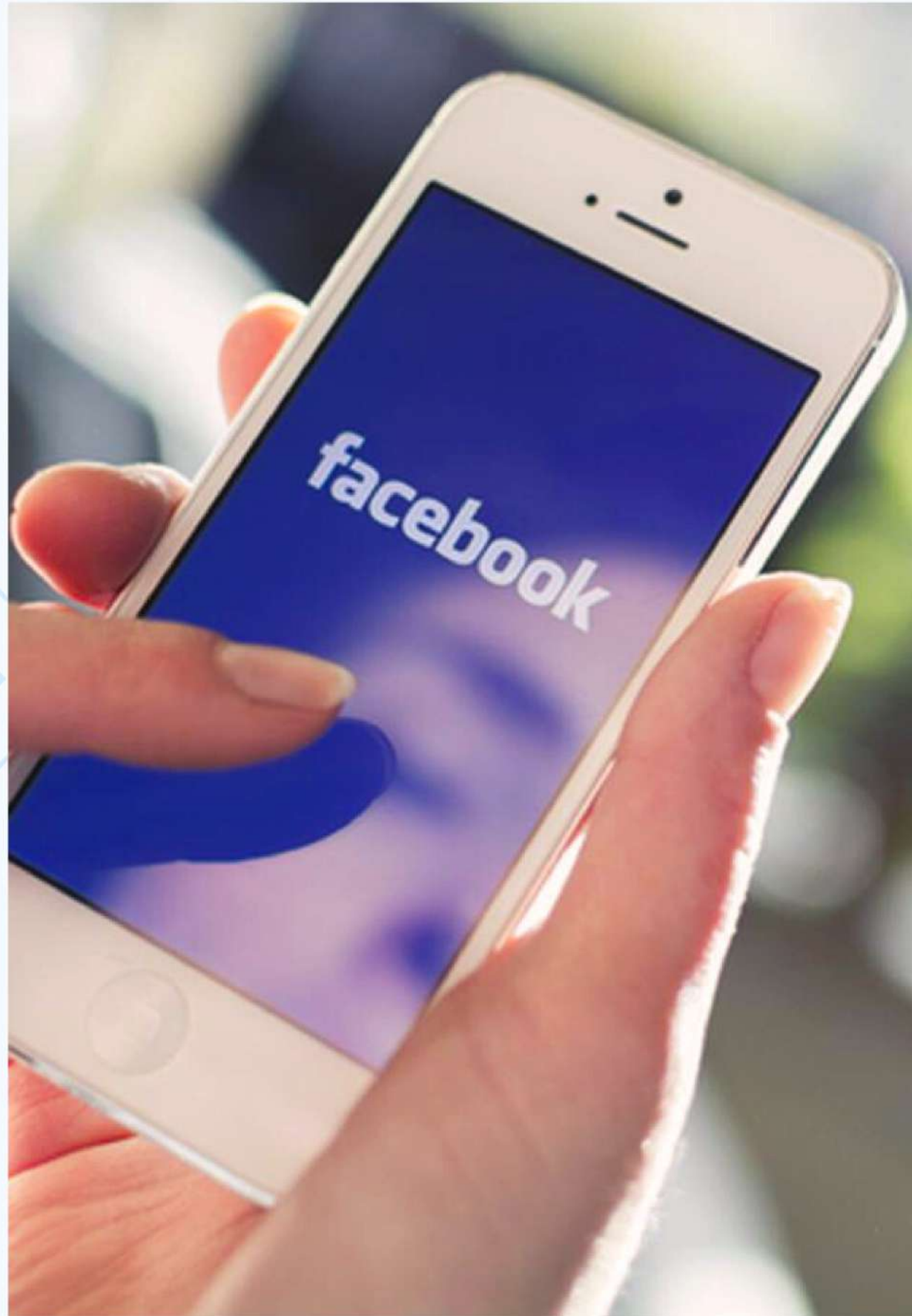
Praktikal FB POST

AKTIVITI 4

- ☒ Anda dikehendaki membuat 5 POSTING di FB Page masing-masing
- ☒ Promosikan dan invite page anda kepada orang lain







BONUS PACK





IDEA POSTING

Ucap selamat /
doakan orang

Tips / sharing

Aktiviti
perniagaan

Beritahu
matlamat & visi

Live story /
produk

Maklumbalas /
testimoni pelanggan

Review barang kita
beli / unboxing

Survey contoh
warna
kegemaran

Tayang
produk



TIPS POSTING

1. Buat jadwal posting
2. Seimbangkan posting
perniagaan dan personal
3. Gambar testimoni
4. Fokus produk
5. Tulis ayat sendiri
6. Sertai group umum untuk
tambah kenalan baru
7. Simpan nombor telefon
semua kenalan termasuk
peniaga lain
8. Ajak join kolam

MARKET

Kenalpasti / cari orang
yang ada masalah

VS

TARGET MARKET

Kenalpasti pelanggan siapa
yang kita nak - hunting friend

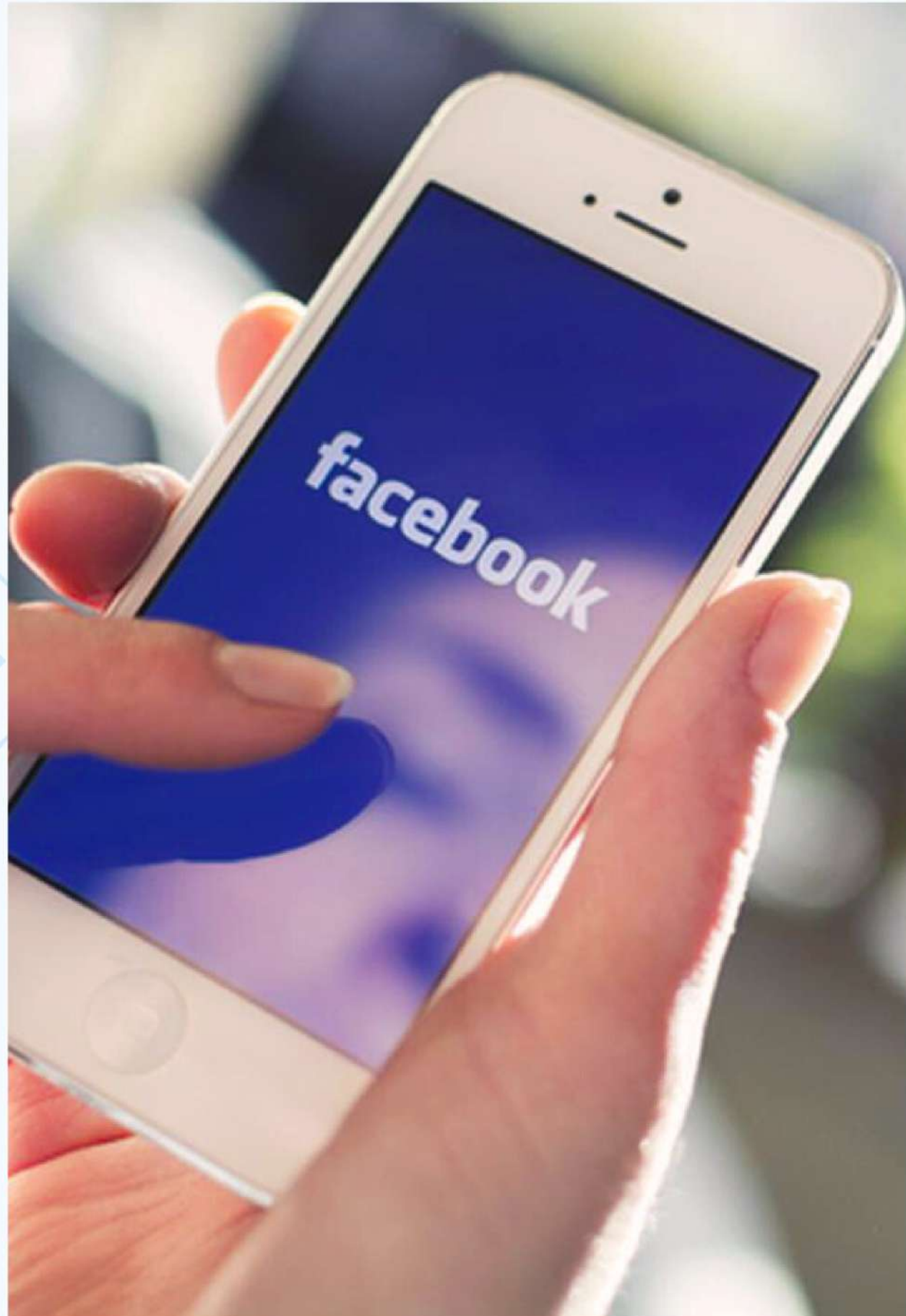
FB FRIEND

FRIENDLIST

- Penuhkan 5000 friend tapi pecahkan kepada 2 kategori
- Potential buyers (4,000 orang)
- Positive friend (1,000 orang)
- Sehari add 100 orang. *Bahagi 2 waktu untuk elak kena sekat

TIPS ADD FRIENDS

- Add friend yang ada mutual friend lebih dari 15 orang
- Pastikan kawan tu profile photo gambar manusia
- Tempat cari kawan baru / prospek
 - a) Group Fb
 - b) Pages
 - c) Find friends (sebelah friendlist fb)



FACEBOOK STORY & GROUP

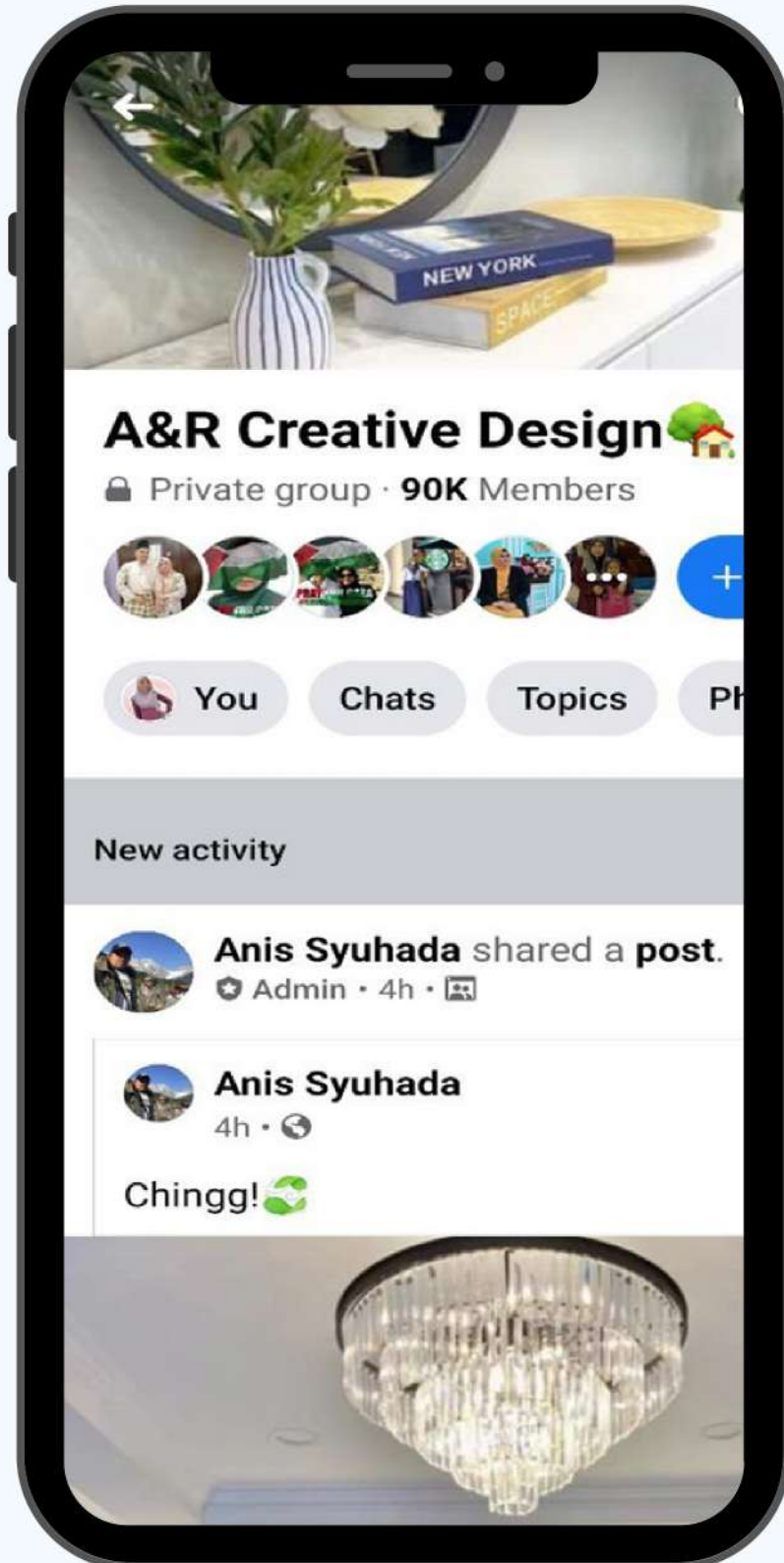


IKLAN DI FB STORY



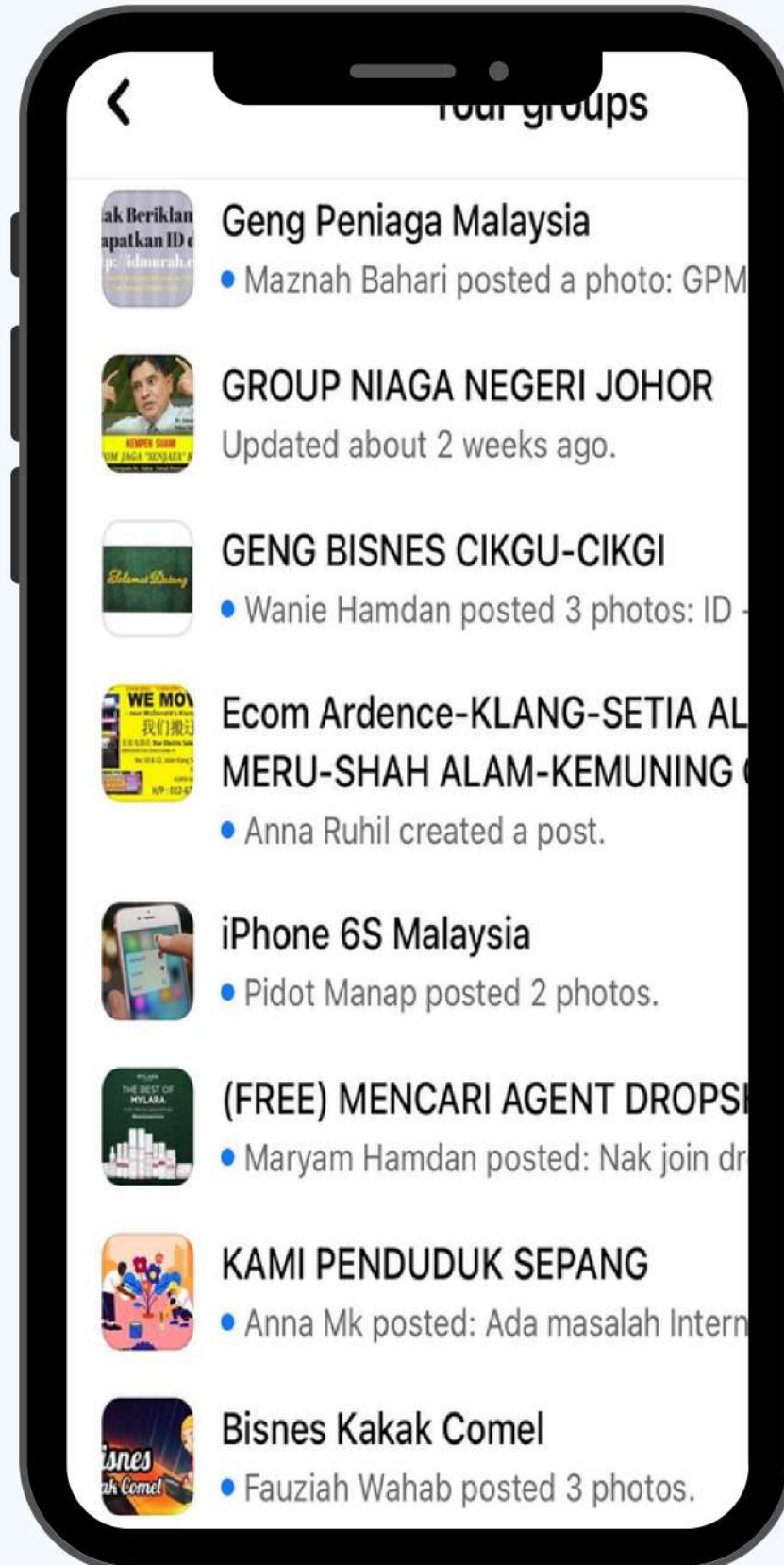
- Max **7 STORY** sahaja sehari
- **TUKAR** story view yang tak memberangsangkan
- **STORY PERTAMA** mainkan peranan penting
- **SOFTSELLING** guna ayat yang memukau
- **TESTIMONI** yang cantik bagus jadi story pertama
- Tonjolkan diri sebagai **PAKAR** berkaitan produk kita
- Tag fb pages anda

KOLAM DI FB GROUP



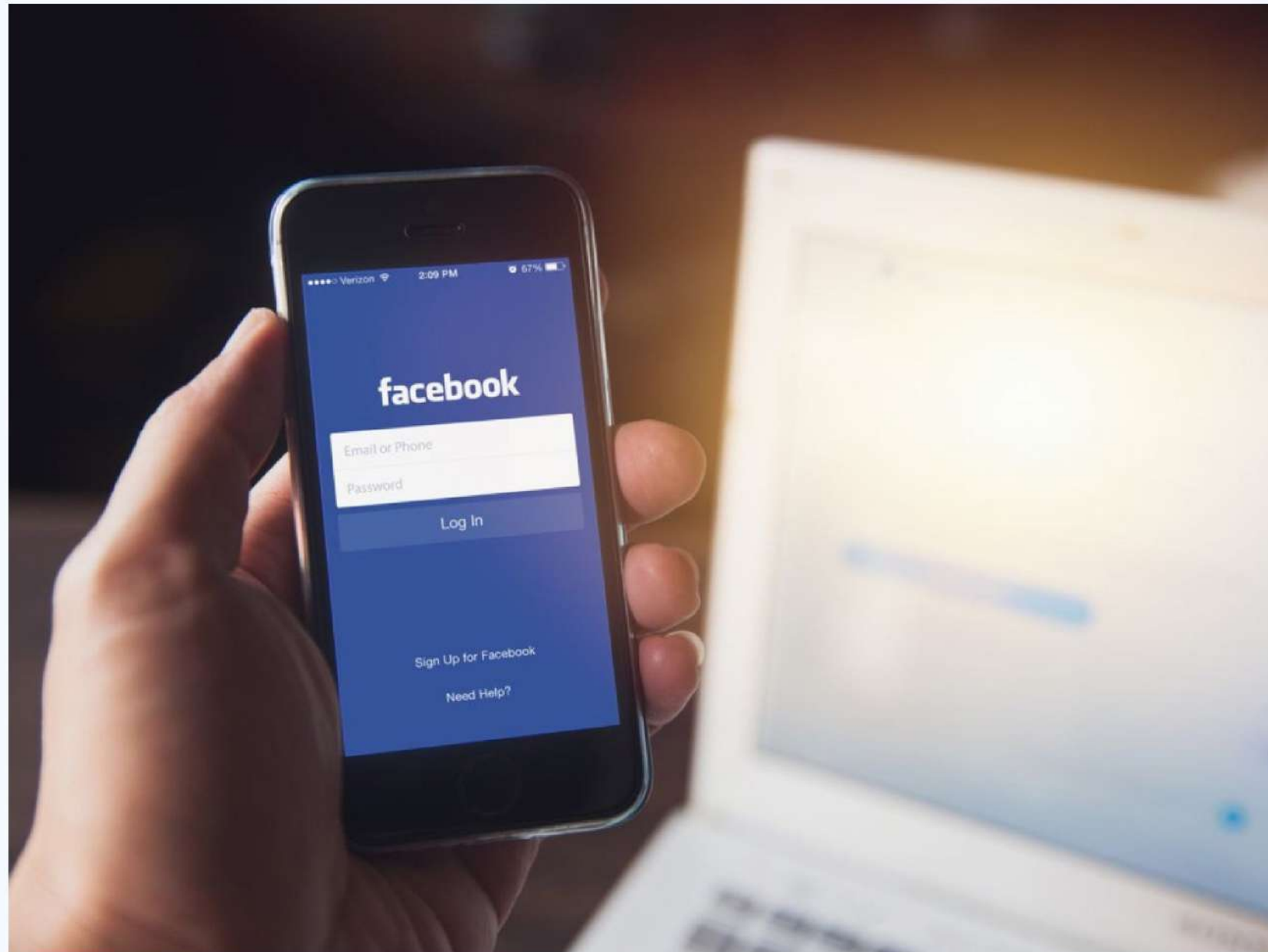
- Buat 1 group untuk pelanggan berkumpul
- Dalam group banyakkkan tunjuk testimoni
- Boleh live dalam group

FB GROUP PUBLIC



- Sertai group yang tiada syarat (PERCUMA)
- Wajib sertai group kawasan / daerah / wilayah kita
- Add mereka yang berpotensi

WAKTU POSTING TERBAIK



6.00 – 9.00 AM

- ✓ Sebelum orang masuk kerja
- ✓ Isnin – Rabu trafik laju
- ✓ Posting soft selling, motivasi, teaser

12.30 – 2.00 PM

- ✓ Waktu orang bekerja lunch/surirumah berehat
- ✓ Posting ringkas, santai dan ringan yang tiada kaitan dengan produk

5.30 – 7.00 PM

- ✓ Waktu orang balik kerja
- ✓ Mood penat dan tak bertenaga
- ✓ Posting kelakar

10.00 – 11.45 PM

- ✓ Waktu orang balik kerja
- ✓ Trafik laju sebab semua tengah mood nak berehat
- ✓ Masa terbaik untuk posting hardsell – diskaun / tawaran hebat

25 KESILAPAN YANG PERLU DIELAK UNTUK BUAT POST IKLAN

ELAKKAN PERKATAAN

1. Jual
2. Percuma
3. Diskaun
4. Murah
5. Whatsapp
6. Promosi
7. Beli
8. Harga
9. Ringgit
10. RM / PM

ELAKKAN GAMBAR / VIDEO

1. Testimoni sebelum & selepas
2. Produk yang terlalu besar
3. Screenshot testimoni whatsapp
4. Kulit yang berlebihan
5. Ada perkataan promosi/diskaun
6. Ada mengandungi tulisan berlebihan
7. Mengerikan
8. Lucah
9. Memberi emosi yang tidak baik
10. Video yang mengandungi lagu copyright

ELAKKAN SEBARANG JENIS LINK

1. Whatsapp
2. Website
3. You Tube
4. Telegram
5. Google Form

APA AKAN TERJADI?

01 FB Profile disekat

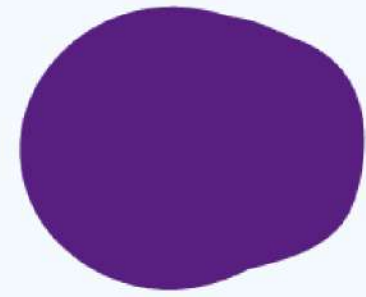
- Lebih teruk akaun akan dipadam pada bila-bila masa

02 Tak ramai yang nampak post

- Tak sampai 2% daripada friendlist / follower

03 FB group akan sekat iklan anda

- Orang tak nampak posting iklan
- Page & fb personal berisiko hilang



INSTAGRAM FOR BUSINESS



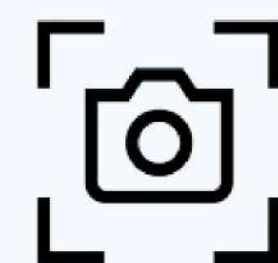


MODUL IG

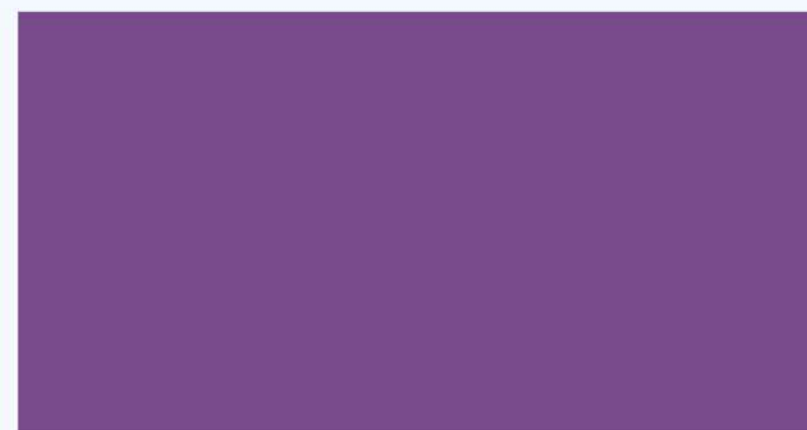
1. Set Up
2. Features
3. Feed
4. IG Tools
5. Bonus Pack



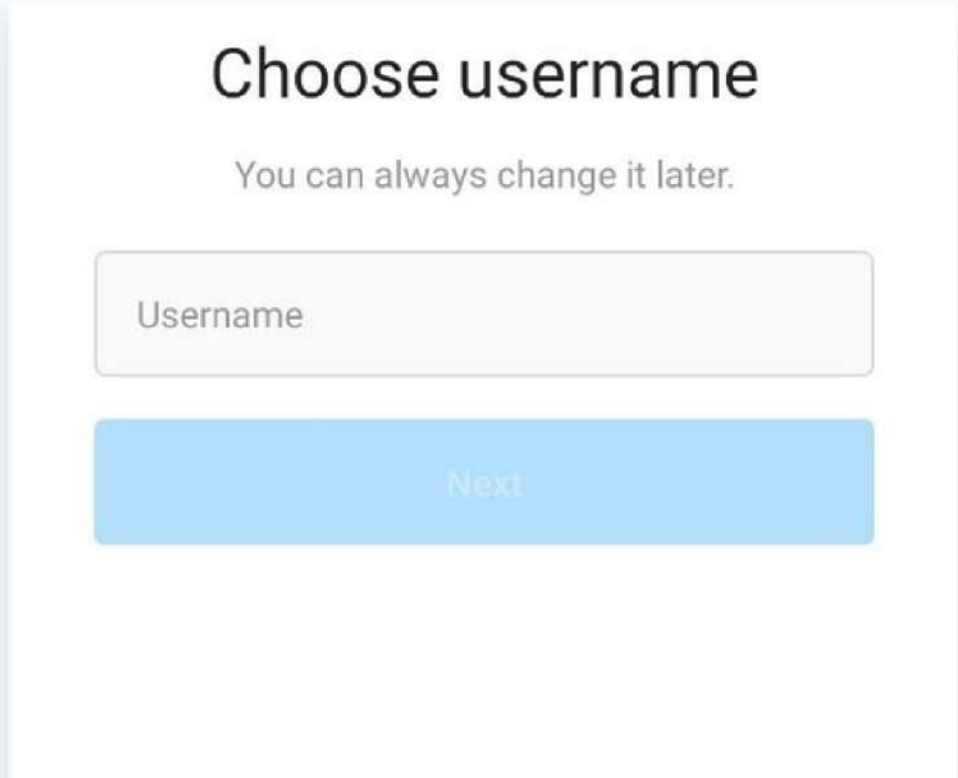
SEBELUM MULA



Instagram semasa anda



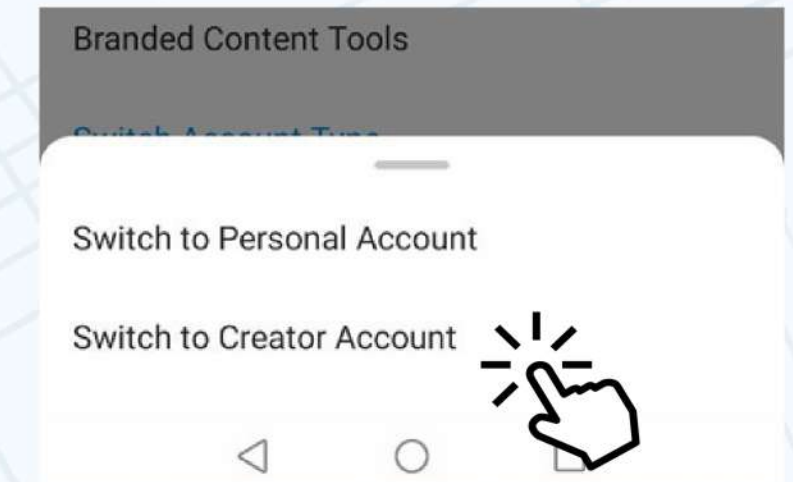
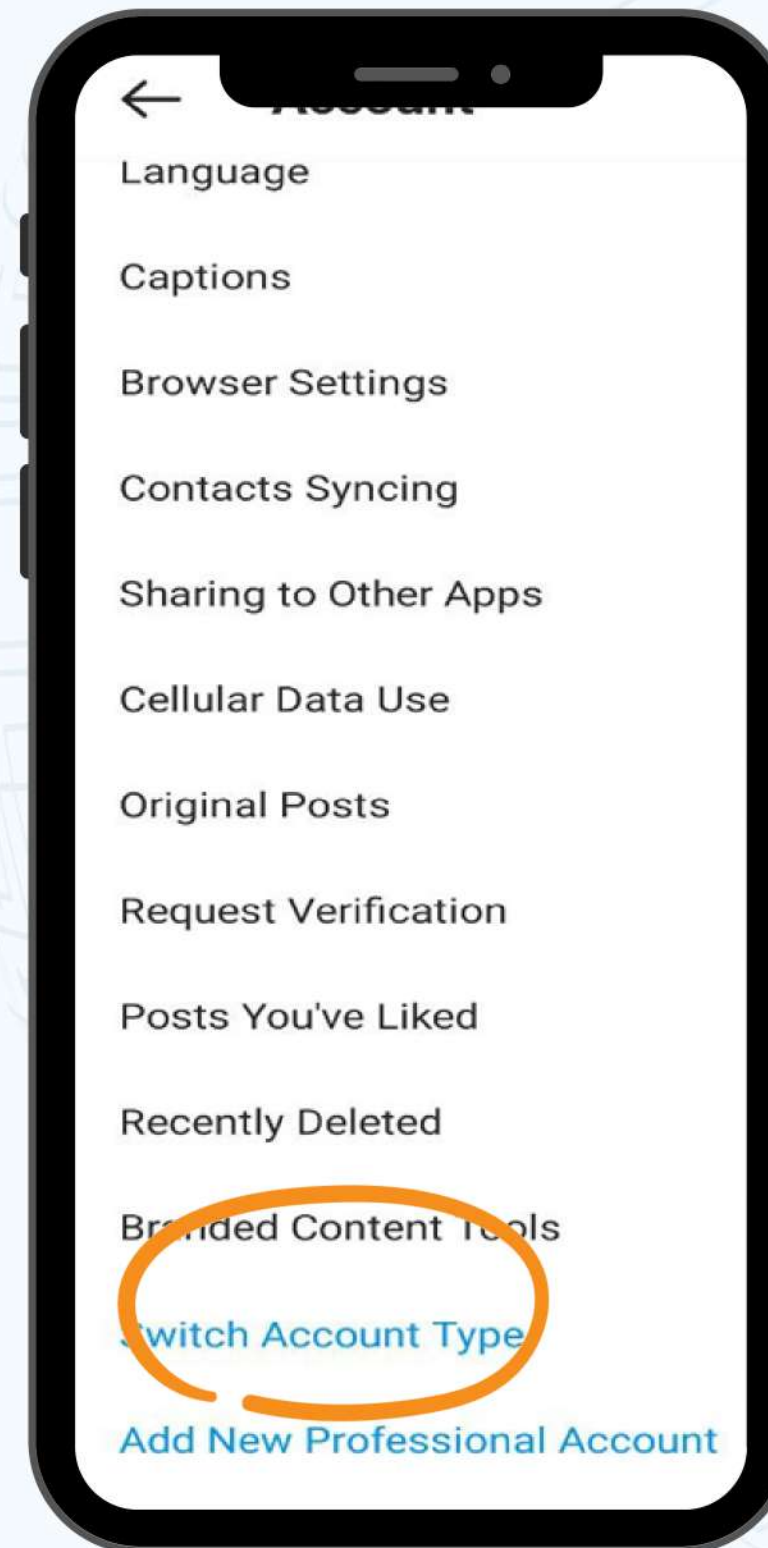
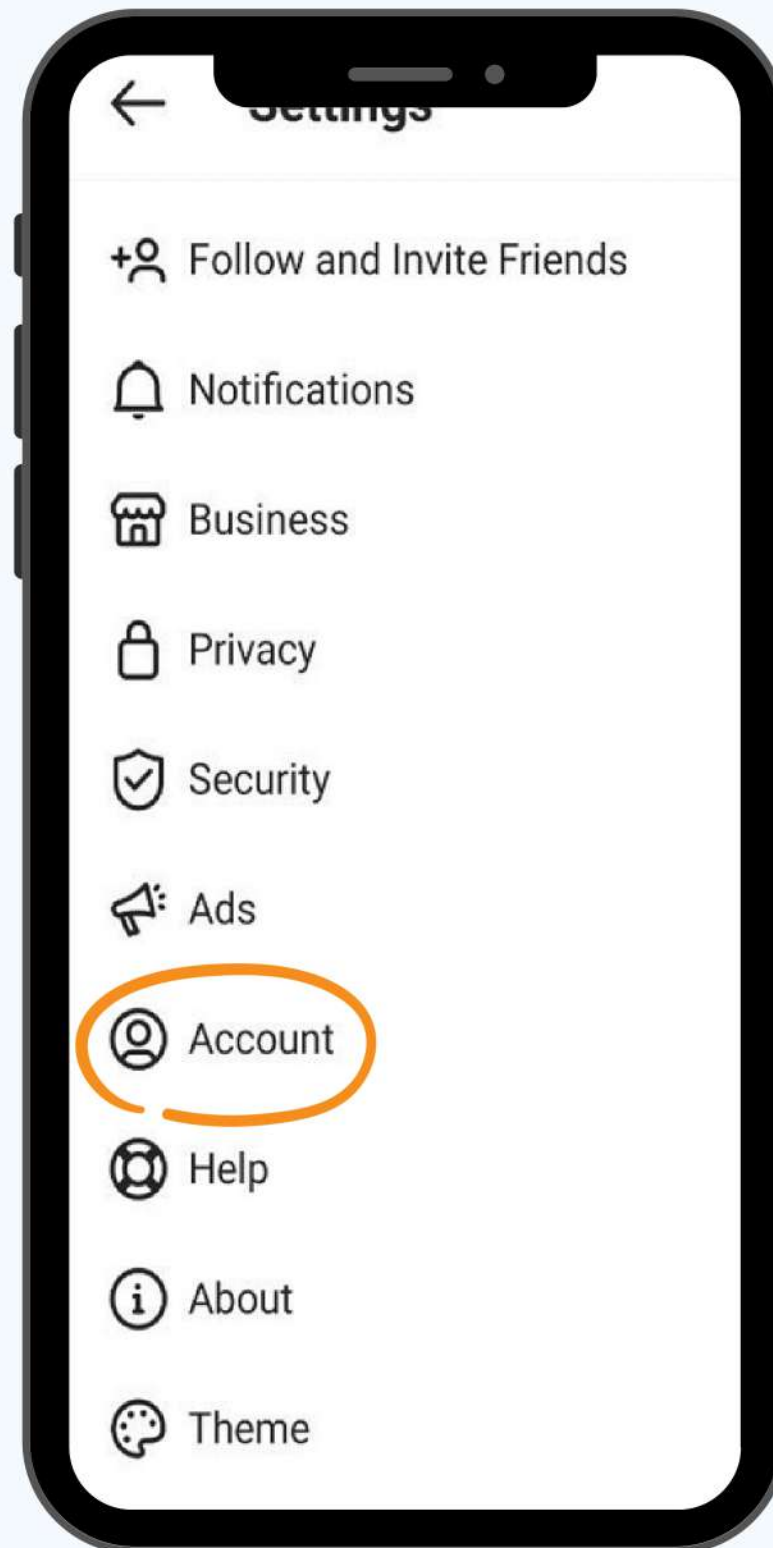
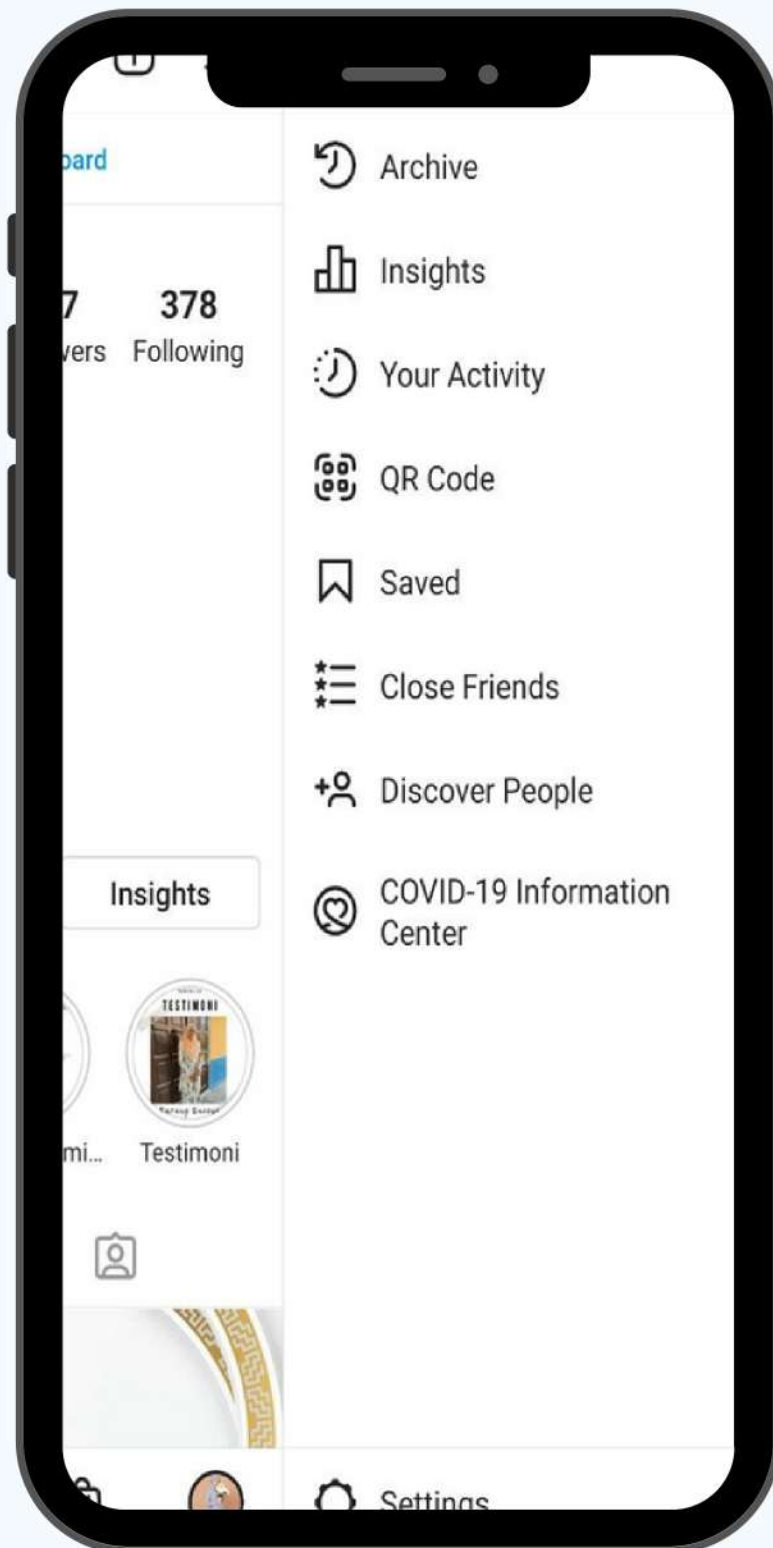
INSTALL & SIGN UP



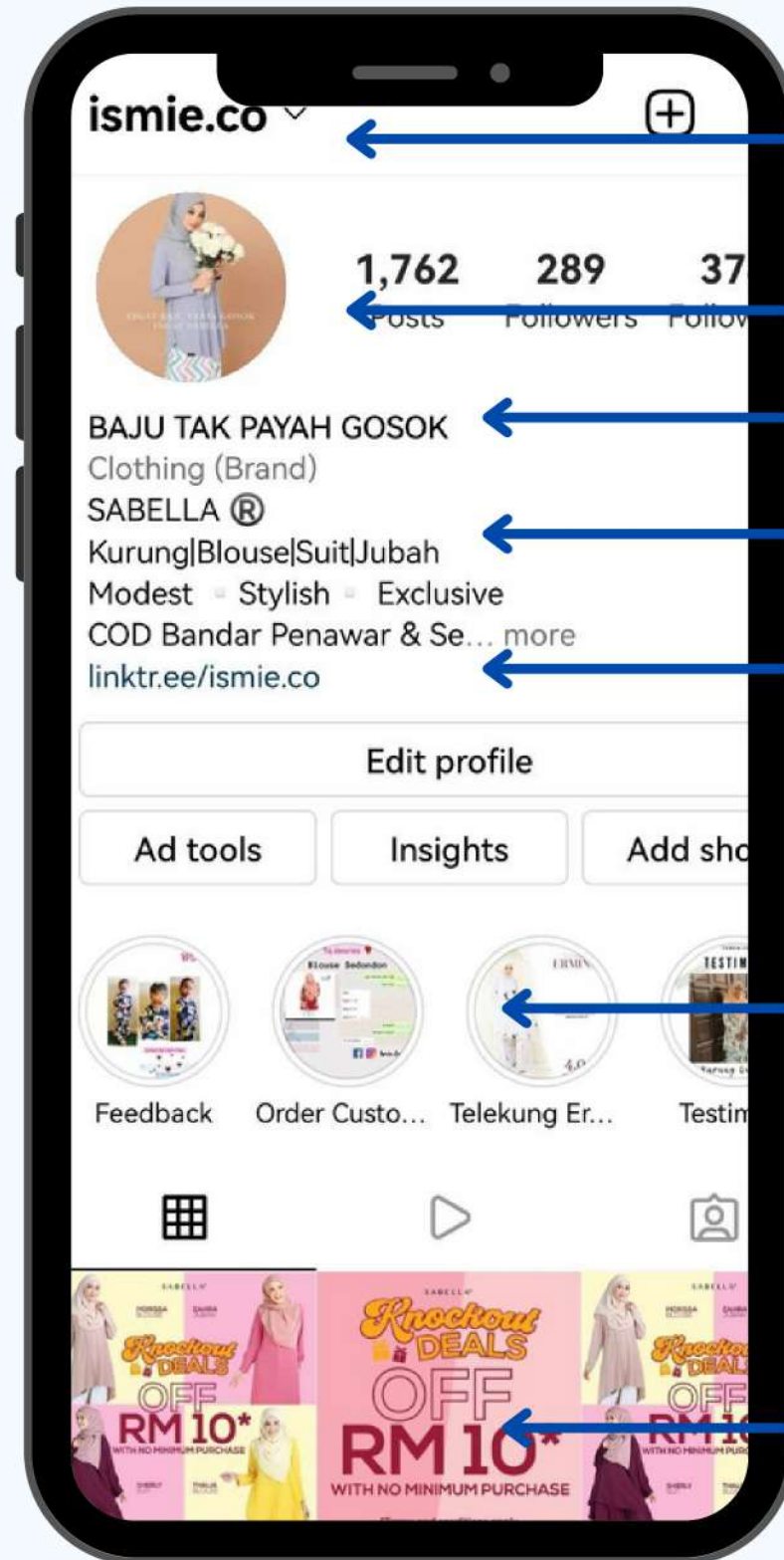
The screenshot shows a sign-up interface with the title 'Choose username' and a subtitle 'You can always change it later.' Below this is a text input field labeled 'Username' and a blue button labeled 'Next'.

- Username mudah nak sebut & cari
- Jangan guna simbol
- Username belum digunapakai
- Jangan tukar banyak kali

PERSONAL > BUSINESS ACCOUNT



INSTAGRAM FEATURES



username

profile photo

name

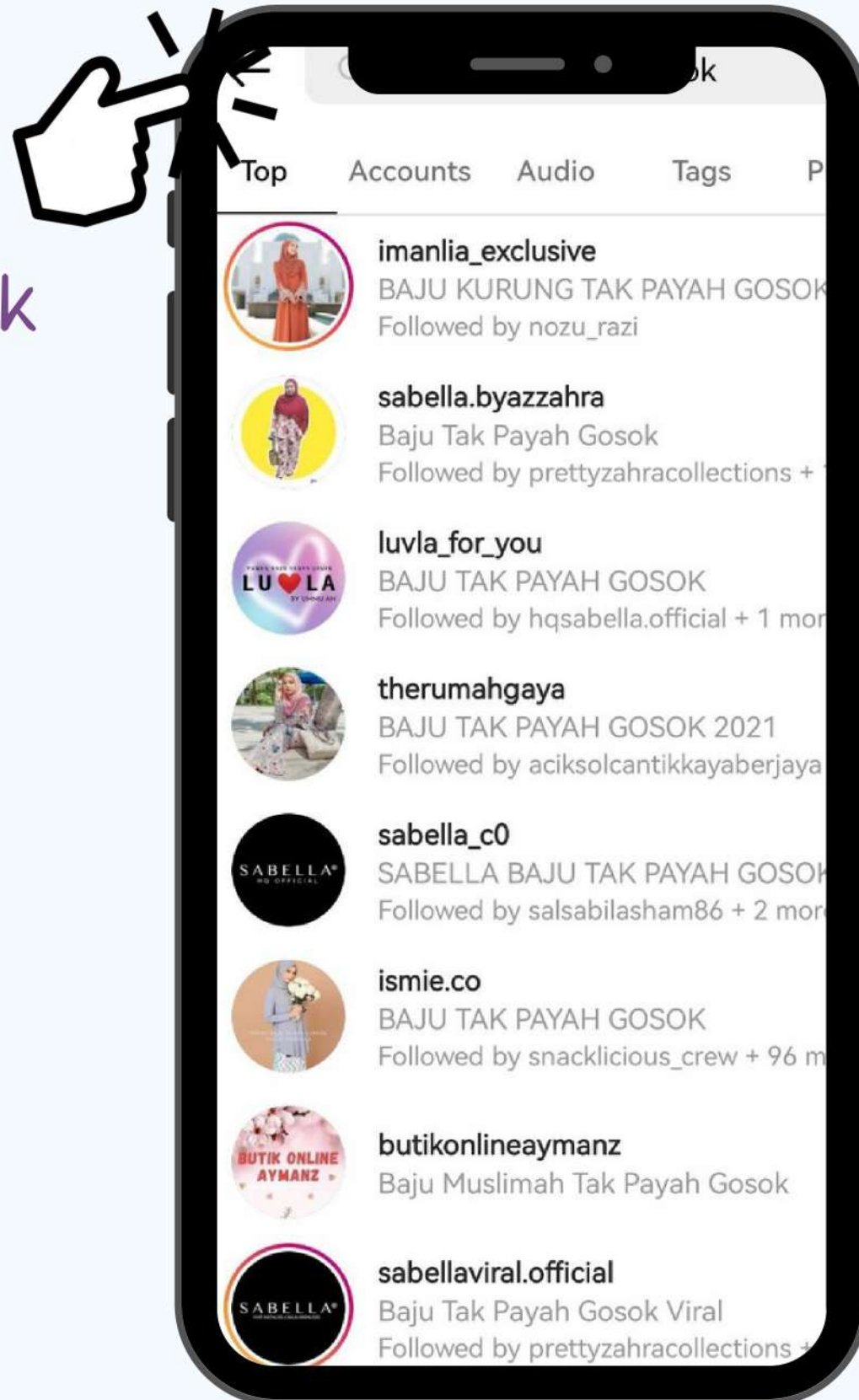
bio

website / link

highlight

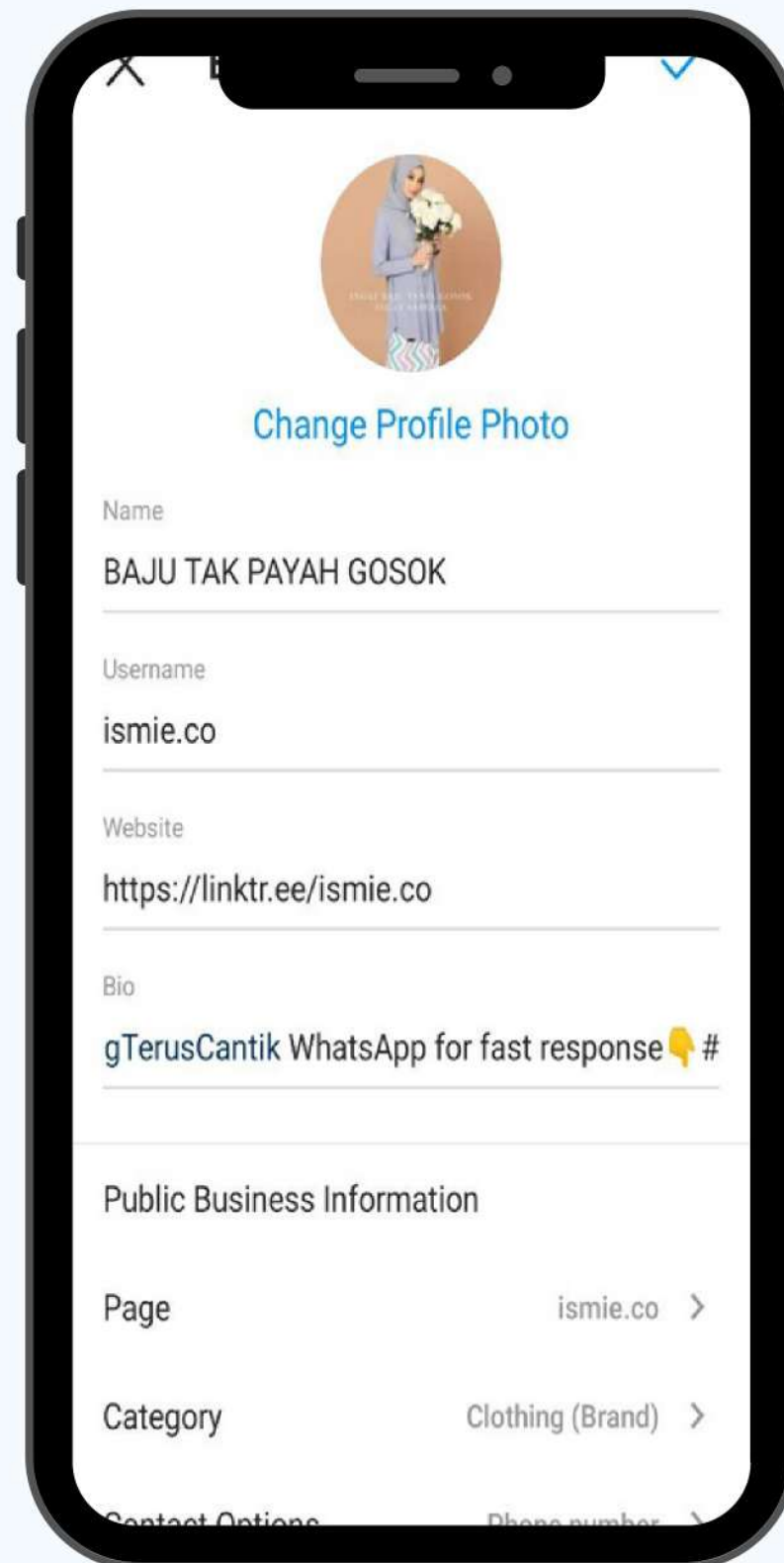
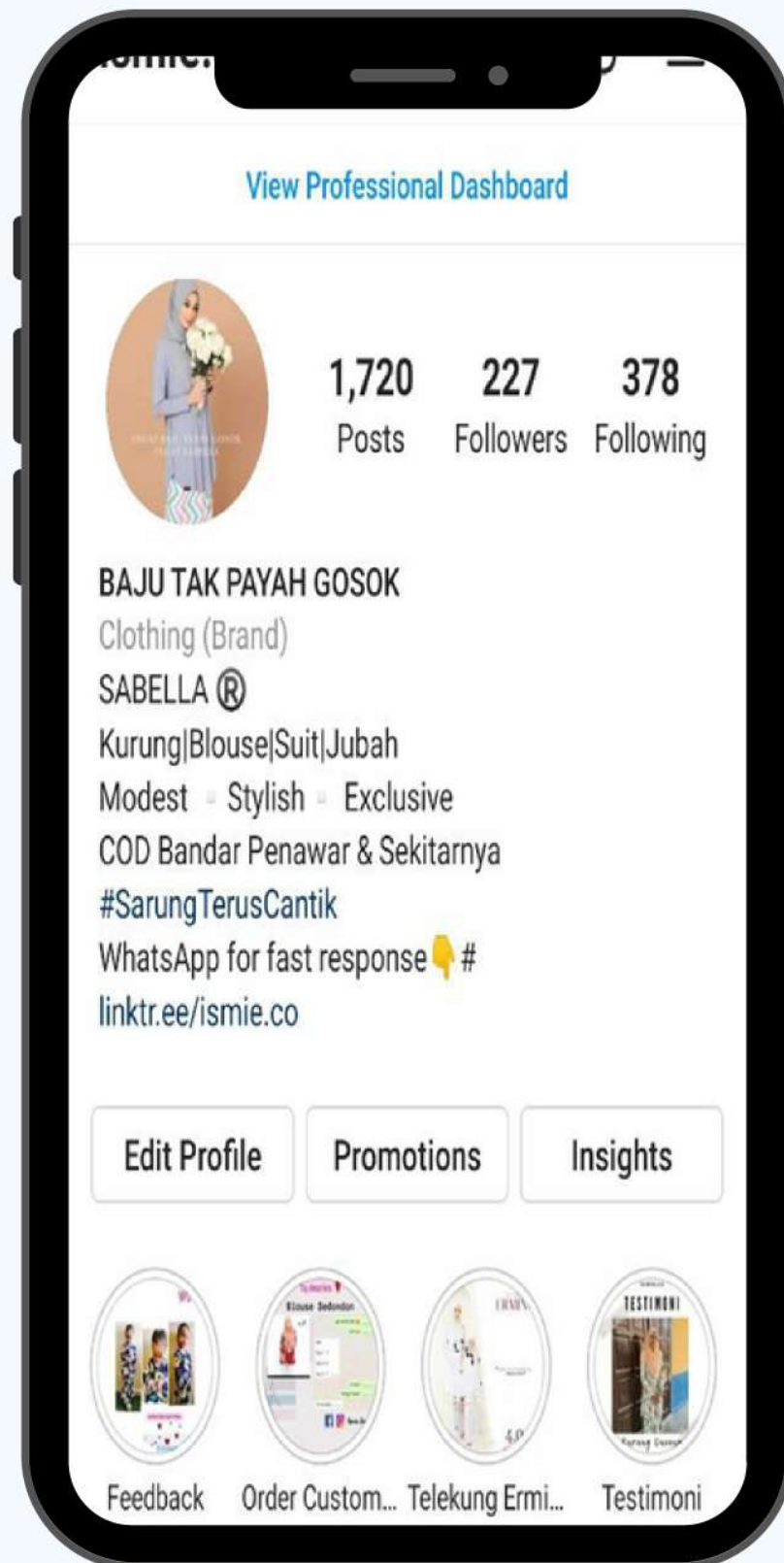
feed

baju tak
payah gosok



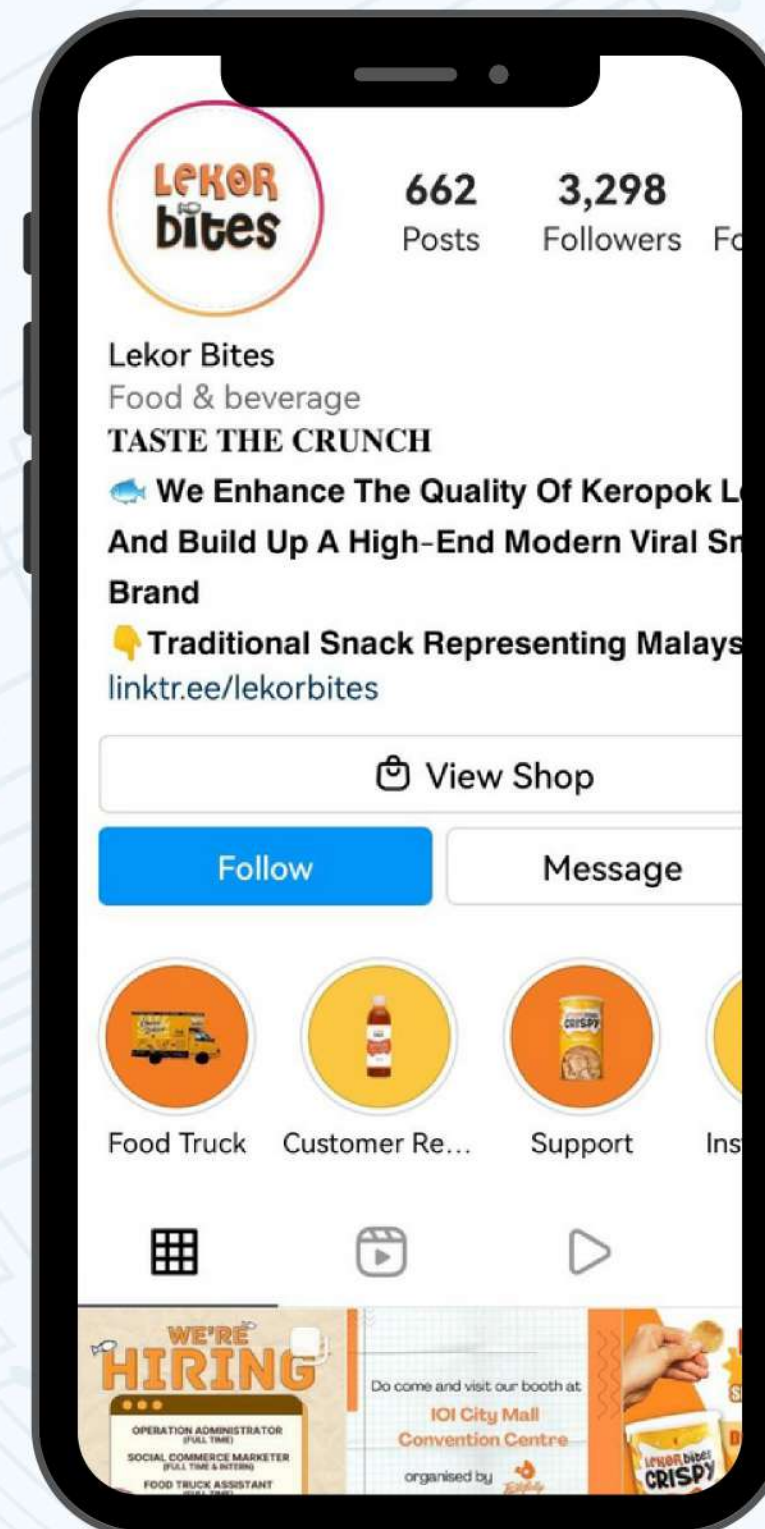
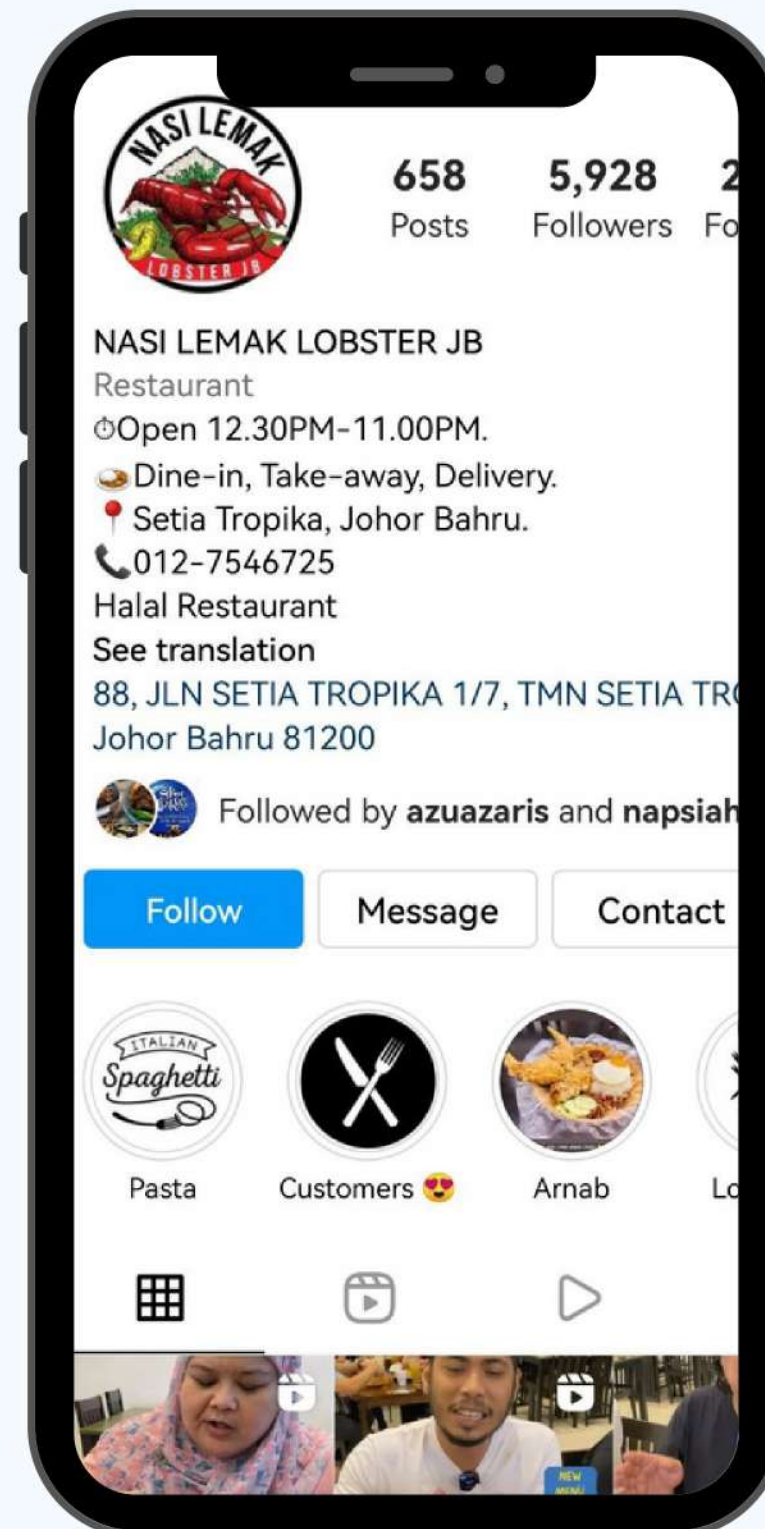
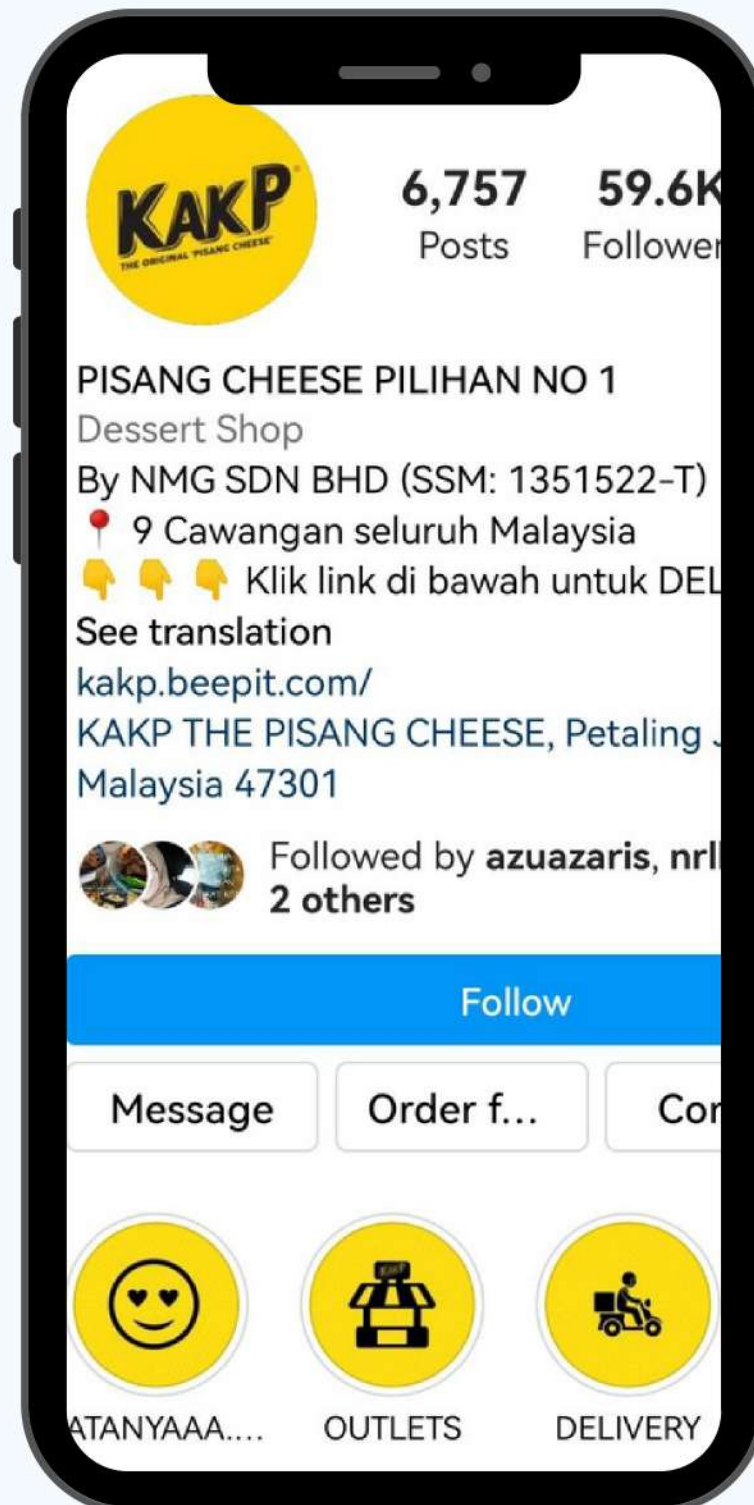
- Fungsi NAME dan USERNAME di instagram adalah berbeza
- Gunakan nama yang berbeza
- Letakkan bisnes / servis supaya mudah pelanggan nak cari

BIO PROFILE



- Tulis point yang pendek
- Guna emoji
- **WHAT YOU DO** - apa masalah yang mampu diselesaikan dengan bisnes / servis anda?
- **KONSISTEN** - apa benefit yang audience akan dapat bila follow akaun anda
- **STRONG CTA** - letakkan link untuk bawa audience menjadi customer

CONTOH BIO PROFILE





01 SIAPA ANDA

- Audience lebih dekat dengan anda dan akan meningkatkan TRUST

02 AKTIVITI

- Audience tahu anda seorang yang aktif dan 'passion' dengan apa yang anda buat

HIGHLIGHT

03 MAKLUMBALAS

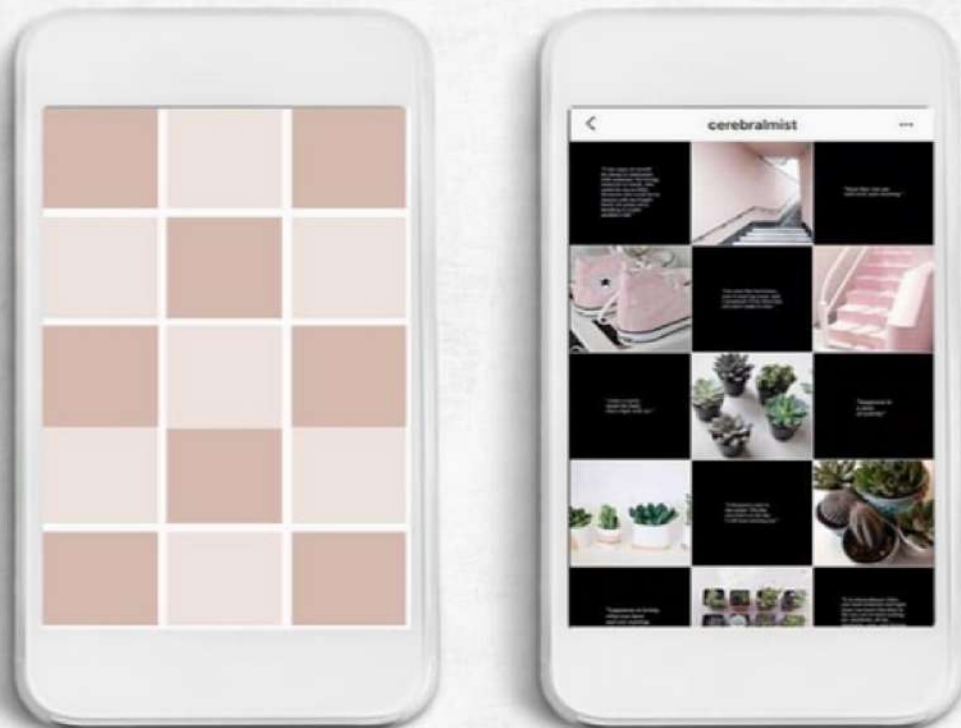
- Audience percaya bisnes / servis anda adalah asli dan boleh dipercayai

04 PENCAPAIAN

- Audience akan lebih percaya bahawa anda akan berikan servis yang terbaik

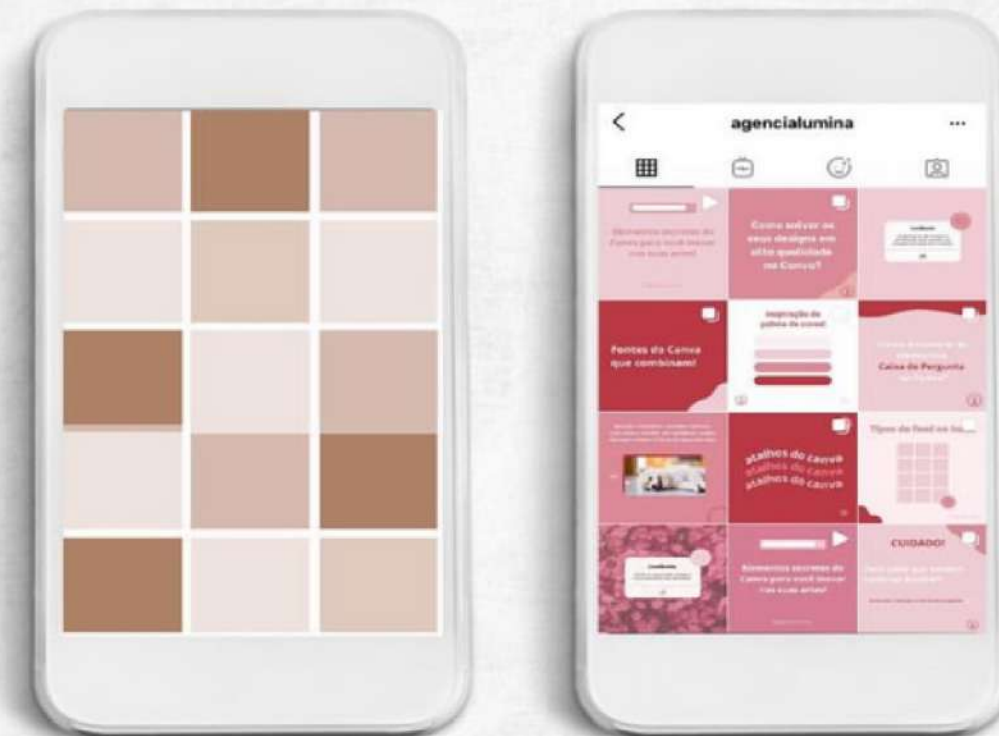
SUSUNAN GAMBAR

CHECKERBOARD



- **HOW TO:** Switch between 2 types of posts
- **DIFFICULTY:** Easy to maintain
- **TYPE OF PROFILE:** Any

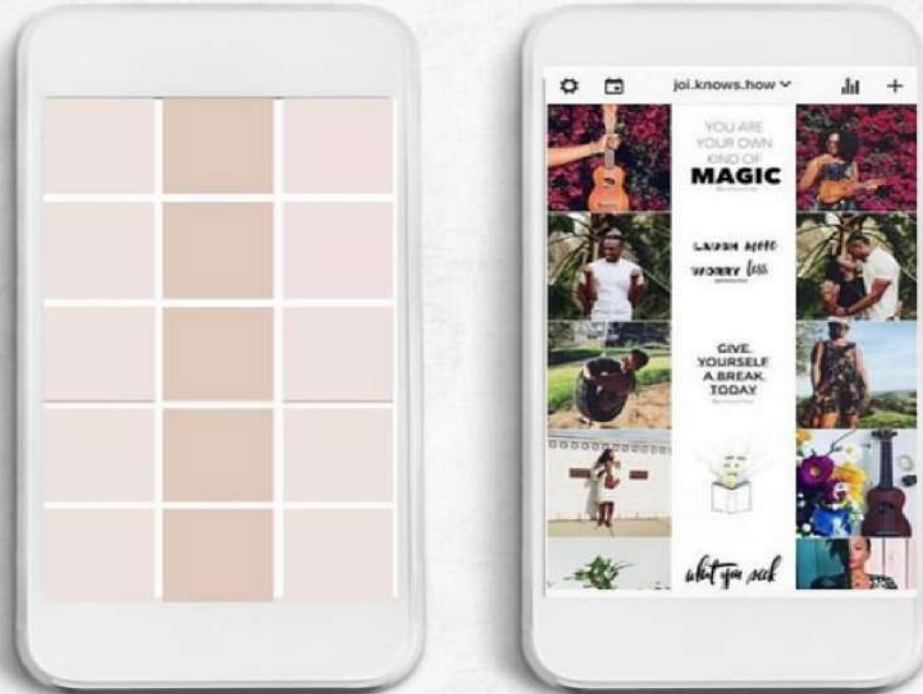
BRAND COLORS



- **HOW TO:** Use 2-5 brand colors in all posts
- **DIFFICULTY:** Easy to maintain
- **TYPE OF PROFILE:** Best for educational content

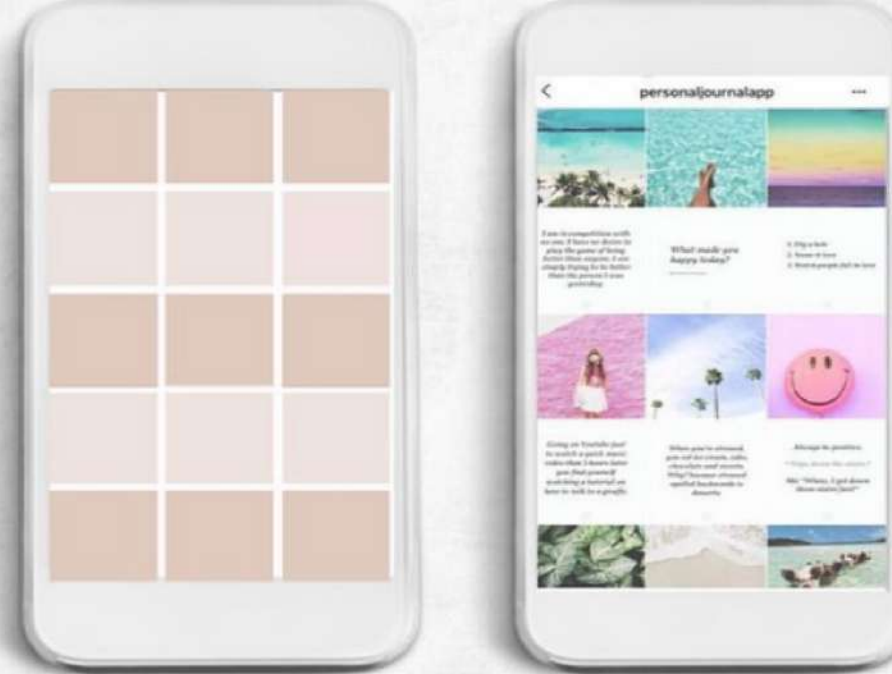
SUSUNAN GAMBAR

VERTICAL LINE



- **HOW TO:** Use 2 types of posts and Post 3 at once
- **DIFFICULTY:** Medium
- **TYPE OF PROFILE:** Any

HORIZONTAL LINE



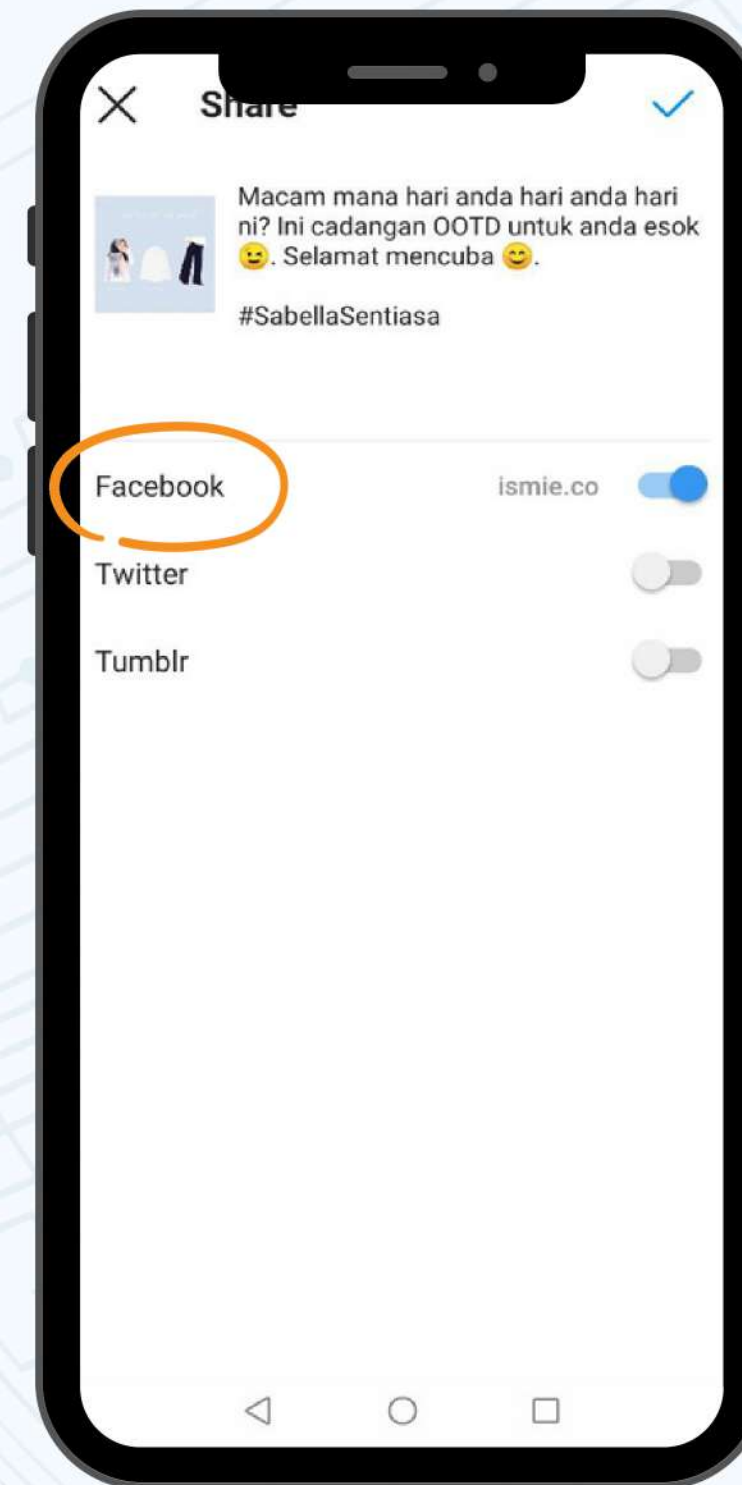
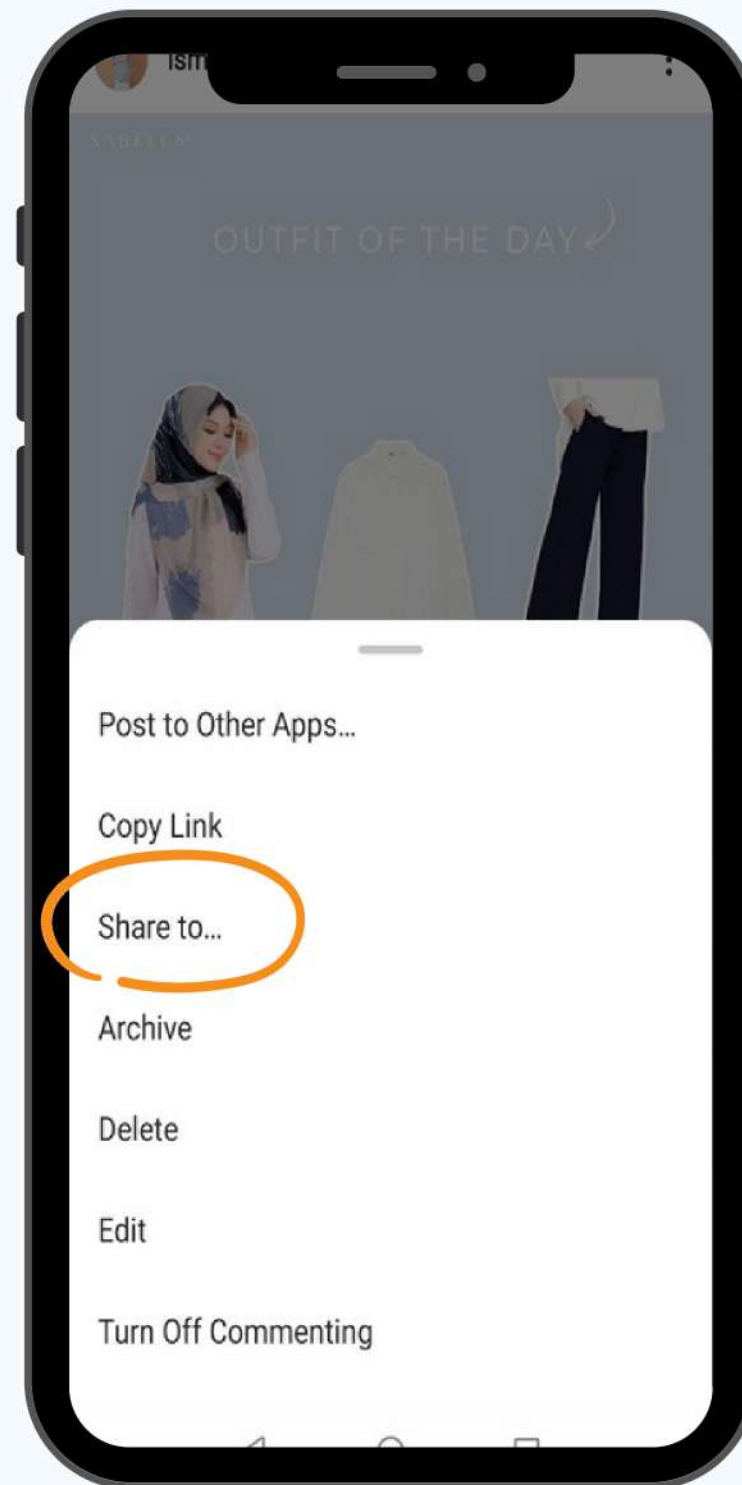
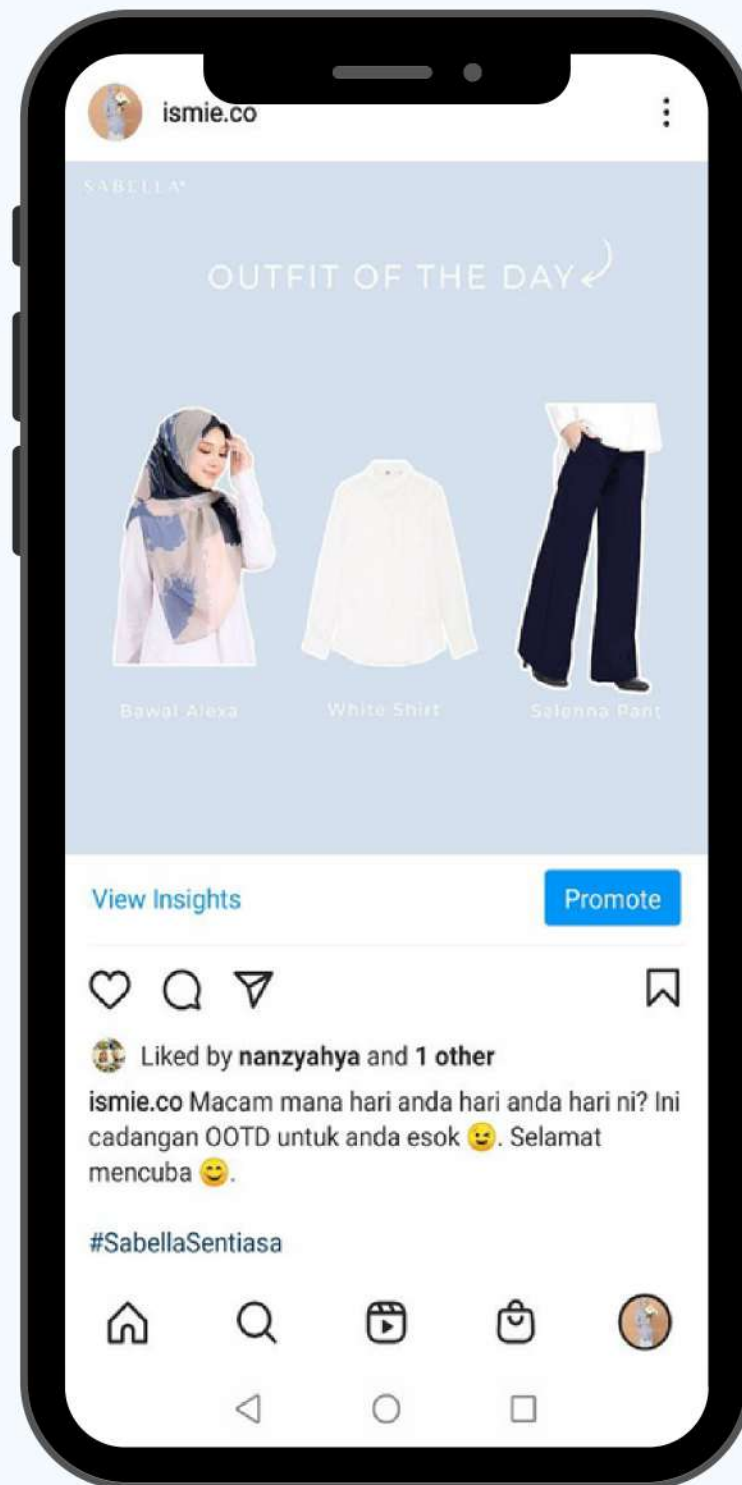
- **HOW TO:** Use 2 types of posts and Post 3 at once
- **DIFFICULTY:** Medium
- **GREAT FOR:** Storytelling and showing product details

PUZZLE

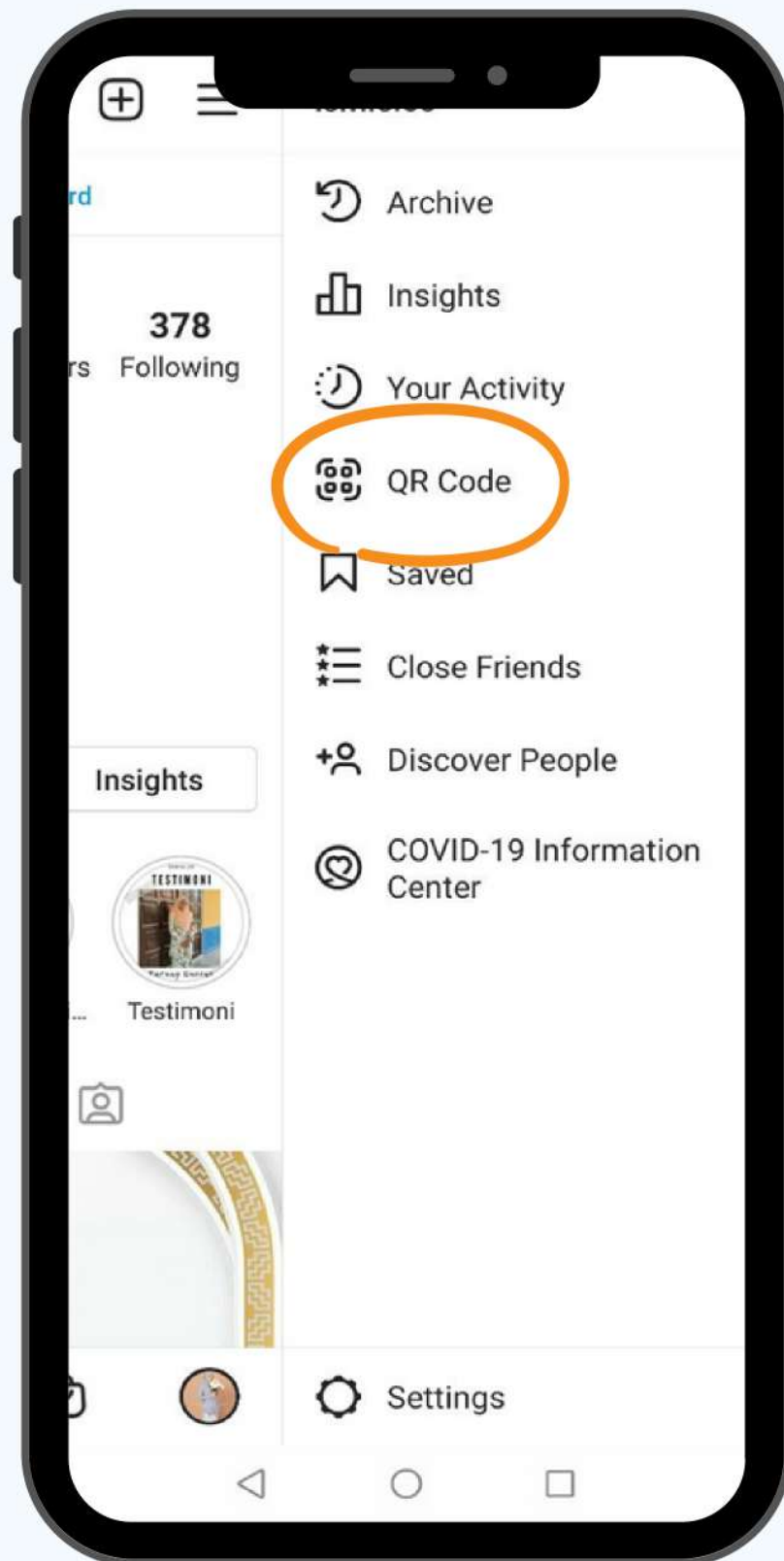


- **HOW TO:** Plan 12 posts ahead and post 3 at once
- **DIFFICULTY:** Hard
- **GREAT FOR:** Artsy profiles

POSTING SHARE KE FB



SHARE LINK IG



- Tulis point yang pendek
- **WHAT YOU DO** - apa masalah yang mampu diselesaikan dengan perniagaan / servis anda?
- **KONSISTEN** - apa faedah yang audience akan dapat bila follow akaun anda
- **STRONG CTA** - letakkan link untuk bawa audience menjadi pelanggan



IG TOOLS

1. Posting Feed
2. Reel
3. Story
4. Live



TIPS TAMBAH FOLLOWER

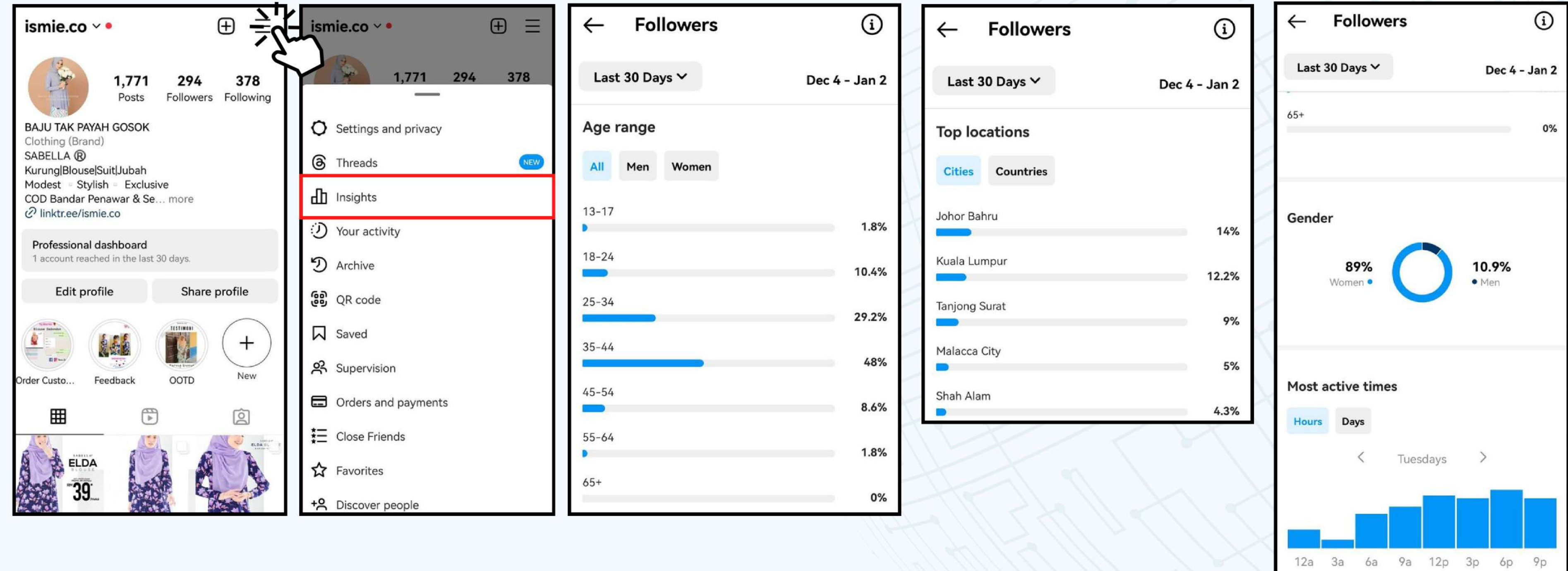
1. Follow 30 orang artis / fans artis / instafamous
2. Konsisten buat hari-hari
3. Pecah jadikan 4 fasa dalam sehari untuk follow



BONUS PACK

1. Satu smartphone boleh cipta 5 akaun IG
2. Following terhad 7,500 sahaja
3. Boleh unfollow dan follow yang baru
4. Jangan follow/like/komen lebih 50 IG dalam masa 1 jam
5. Jarakkan masa engagement dalam masa 2-3 jam ke atas
6. Seharian jangan follow lebih daripada 500 IG

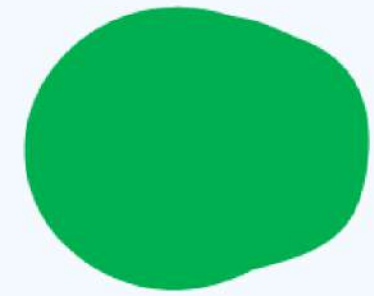
IG INSIGHT



AKTIVITI 5

- ☒ Bina IG business bagi
perniagaan masing-masing
- ☒ Rujuk panduan yang telah
— diberikan





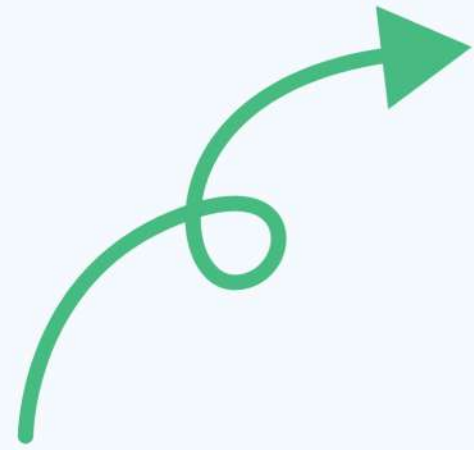
CLOSE SALES





APAKAH MAKSUD CLOSE SALES?





Proses nak
tukarkan prospek
kepada pembeli

CARA CLOSE SALES



Whatsapp



Messenger

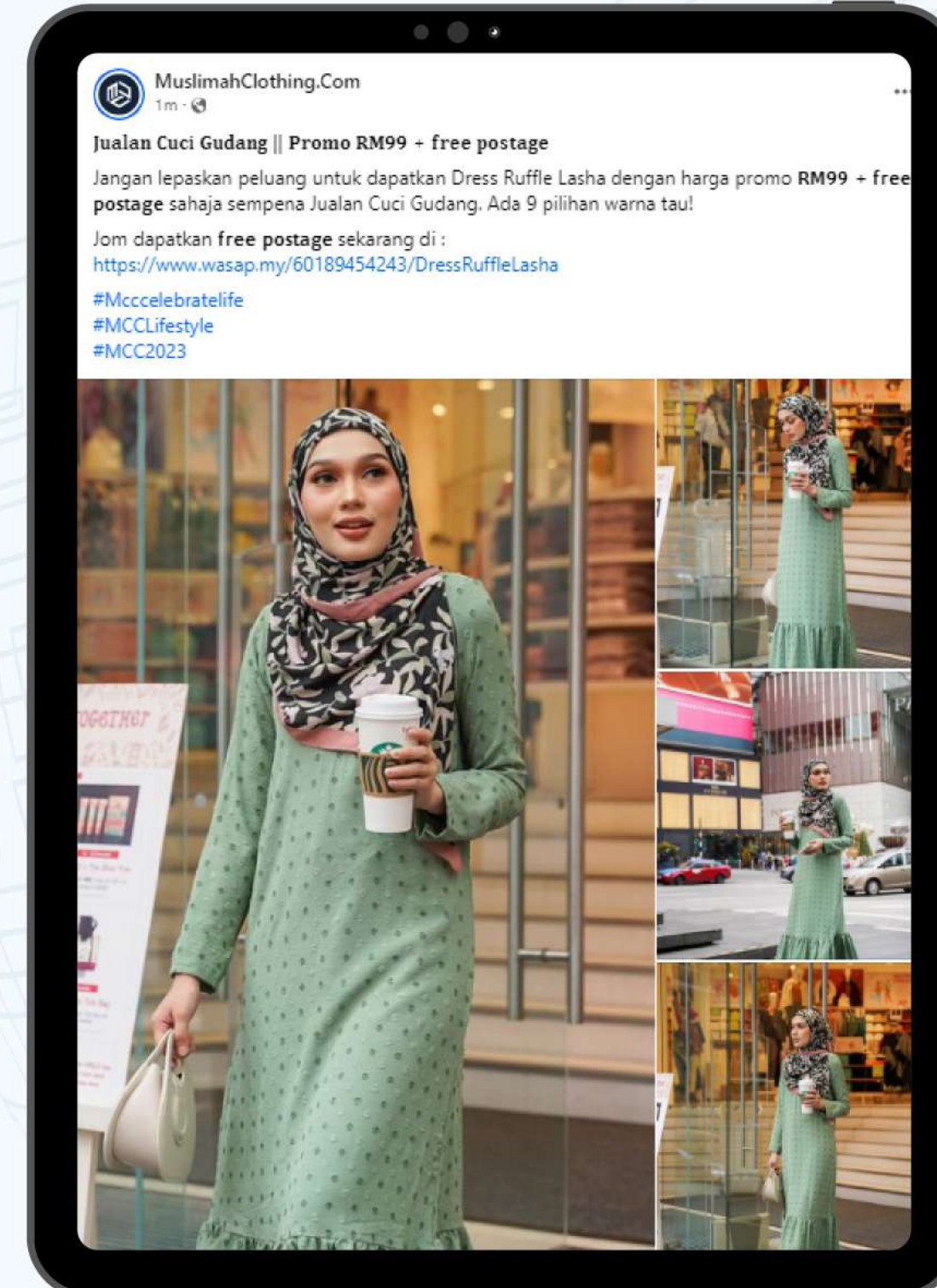
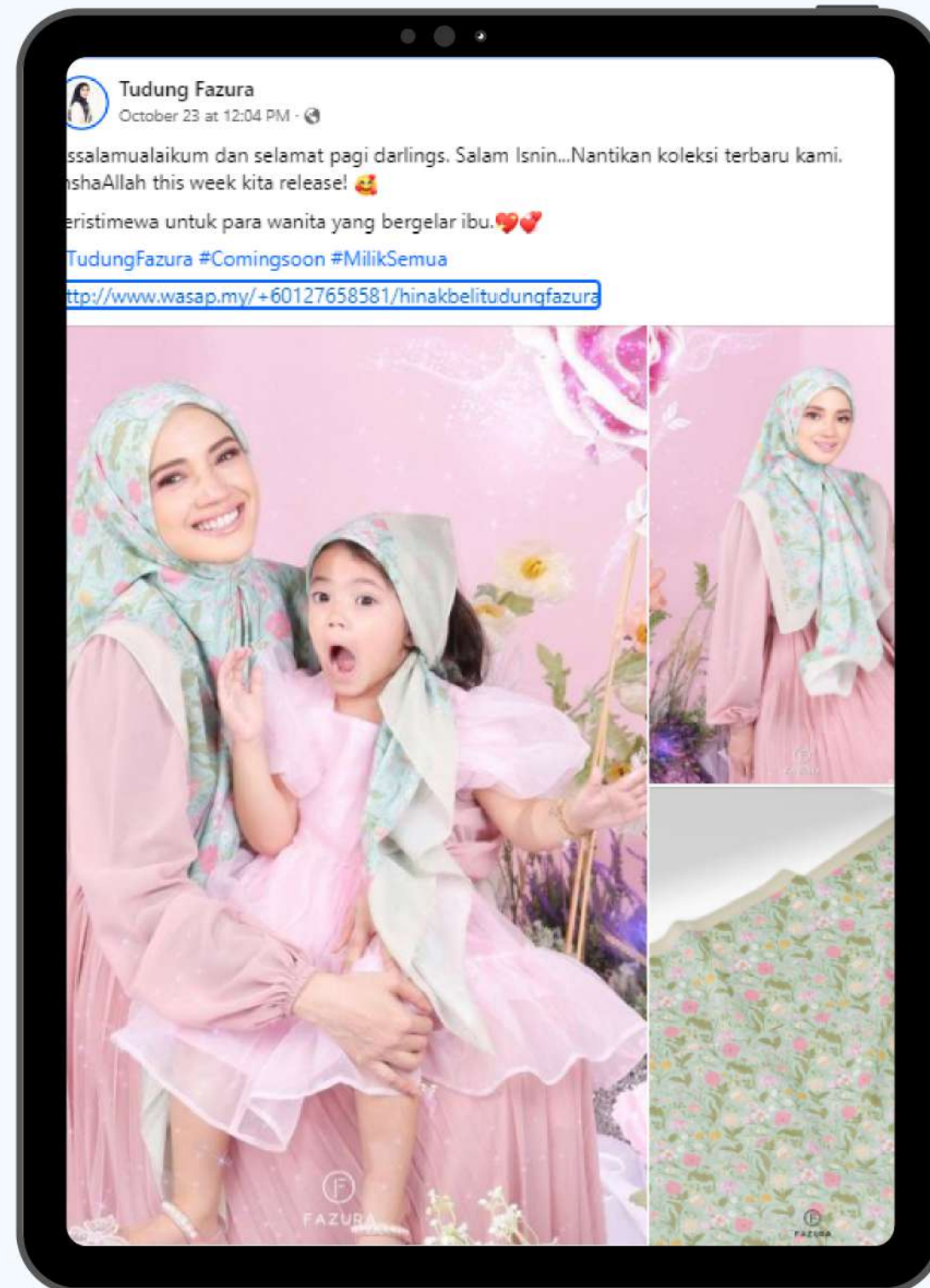


Website



WHATSAPP

1. Percuma
2. Popular
3. Mudah dan pantas
4. Tiada had penghantaran
5. Boleh menggunakan whatsapp web



 Tips closing melalui Whatsapp - Rizal Rashid  Share

VIDEO TIPS

**TEKNIK CLOSING
MELALUI
WHATSAPP** 

Watch on  YouTube



LIHAT VIDEO



FB MESSENGER

1. Bina hubungan
2. Pengetahuan berkaitan produk
3. Unique Selling Proposition (USP)
4. Kepercayaan - testimoni
5. Tawaran



Boleh set away sehingga 12 jam

Inbox
Respond to messages, set up automations and more.

Create messaging ad

Available

All messages Messenger Instagram **Disconnected** Facebook comments Instagram comments

Search Manage

Unread Important Labels

Zaini Sulong 3/12/20

You: Berminat ker sis?

ad_id... messen...

3/12/20, 12:54 PM

Zaini Sulong replied to your automated welcome message. To change or remove this greeting, visit Messaging settings. [View ad](#)

Hi Zaini! Please let us know how

I'm interested. Can you tell me more?

Can I see more products?

Is this available in my size?

How much does this cost?

Can I see more products?

Is this available in my size?

How much does this cost?

Zalia

BODIES van MEASUREMENT

Reply in Messenger...

RM



Boleh set auto-reply messenger

Inbox > Automations

+ Create automation

Automations

Set up automations that manage your conversations and streamline your workflows, giving you more time to focus on your business.

Suggested for you ^



Identify unanswered messages
Find messages that haven't received a reply.
Organize messages
[Try it](#)



Custom keywords
Reply to a message that contains specific keywords.
Share information
[Try it](#)



Contact information
Reply to a message asking for your contact information.
Share information
[Try it](#)



Hours
Reply to a message asking for your hours.
Share information
[Try it](#)



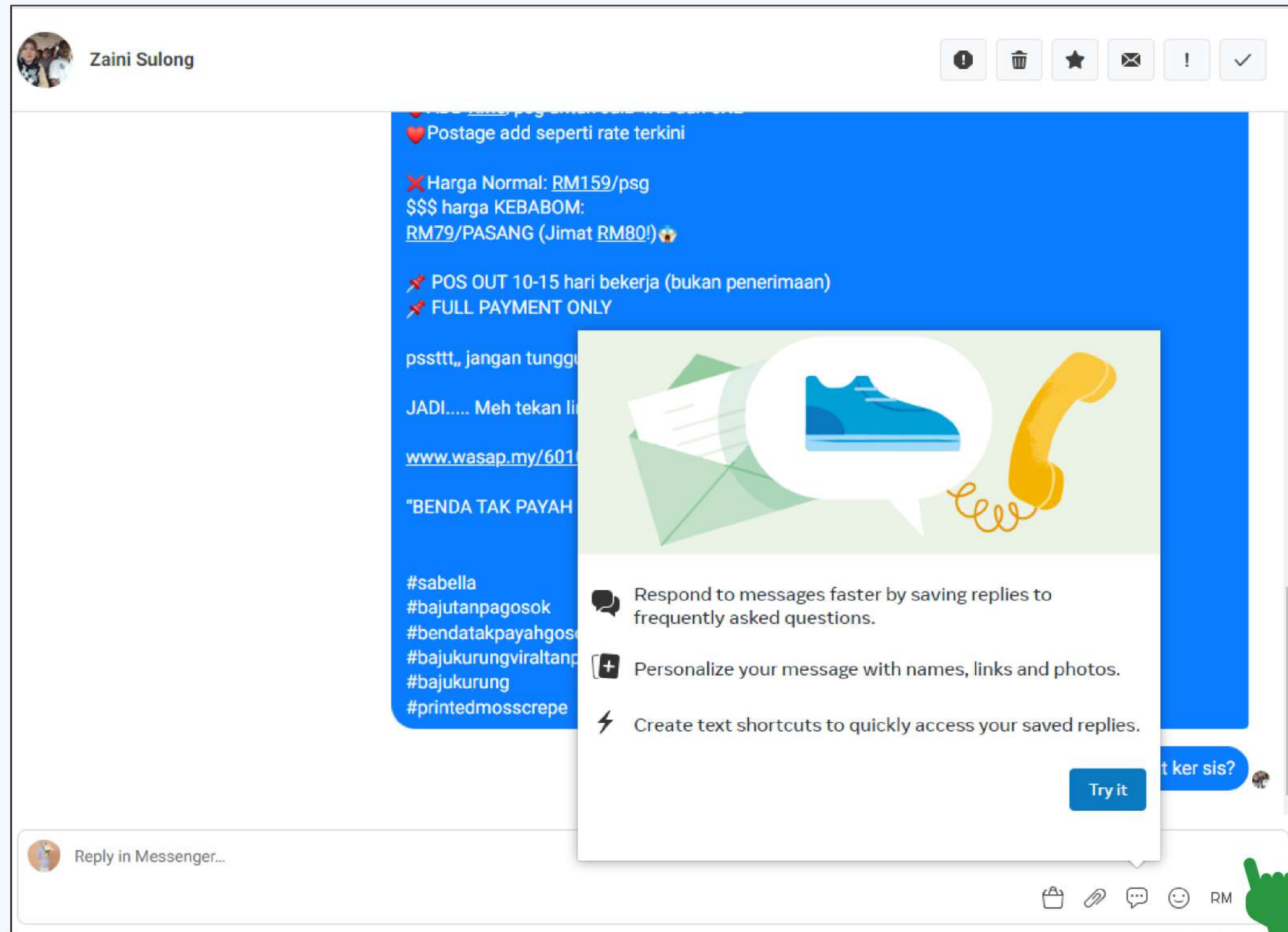
Location
Reply to a message asking for your location.
Share information
[Try it](#)

Your automations

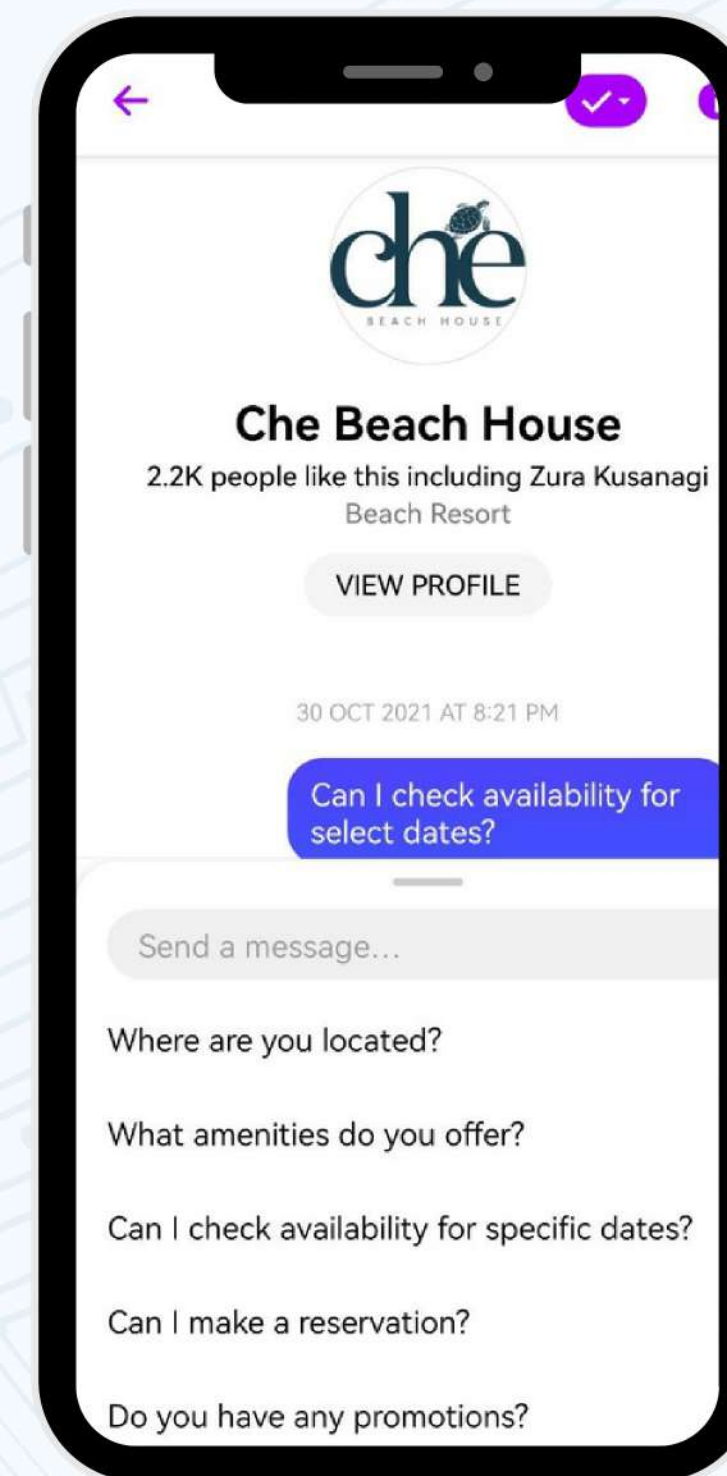
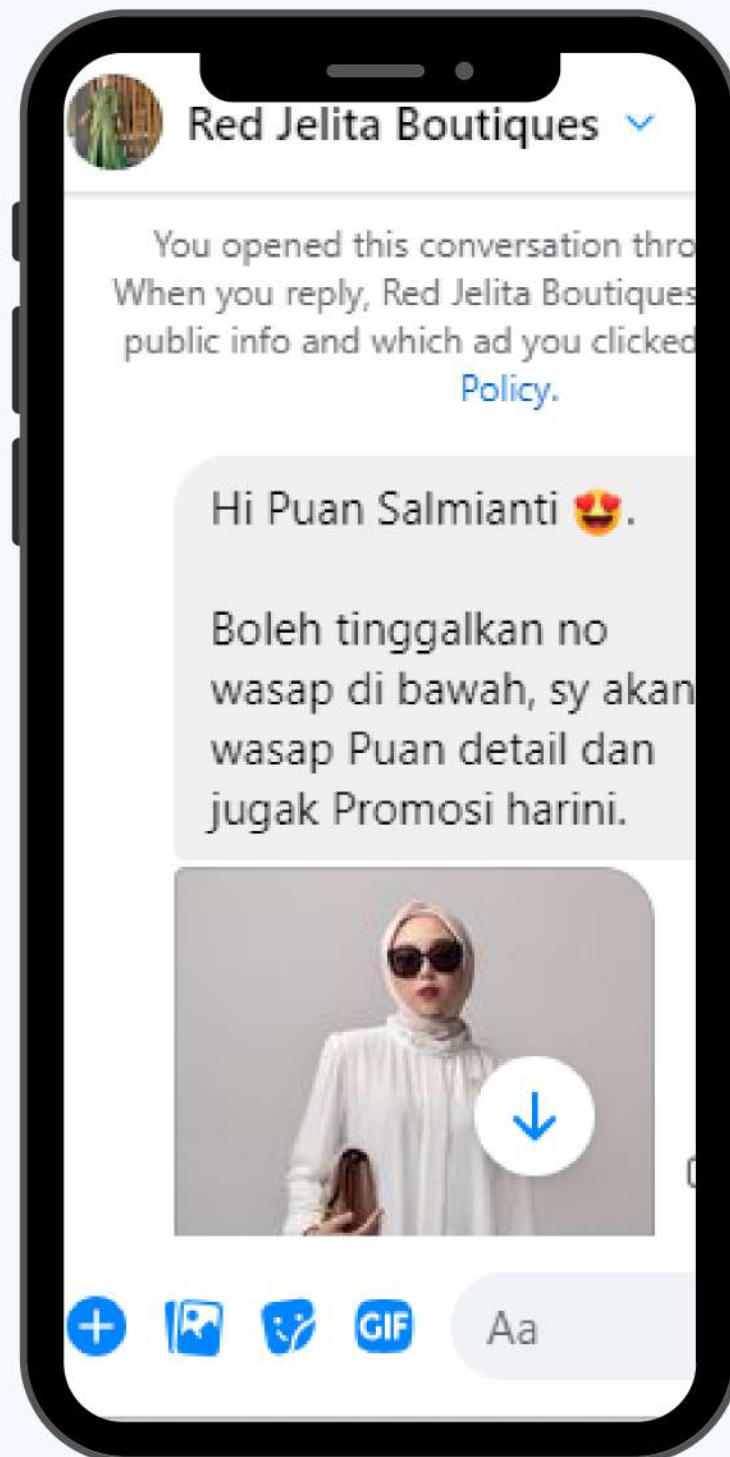
Status	Name	Goal	Channel	
☒	Instant reply	Greet people		Edit
☒	Frequently asked questions	Share information		Edit
☐ Off	Away message	Greet people		Edit



Boleh guna *saved replies* dan *emoticon*



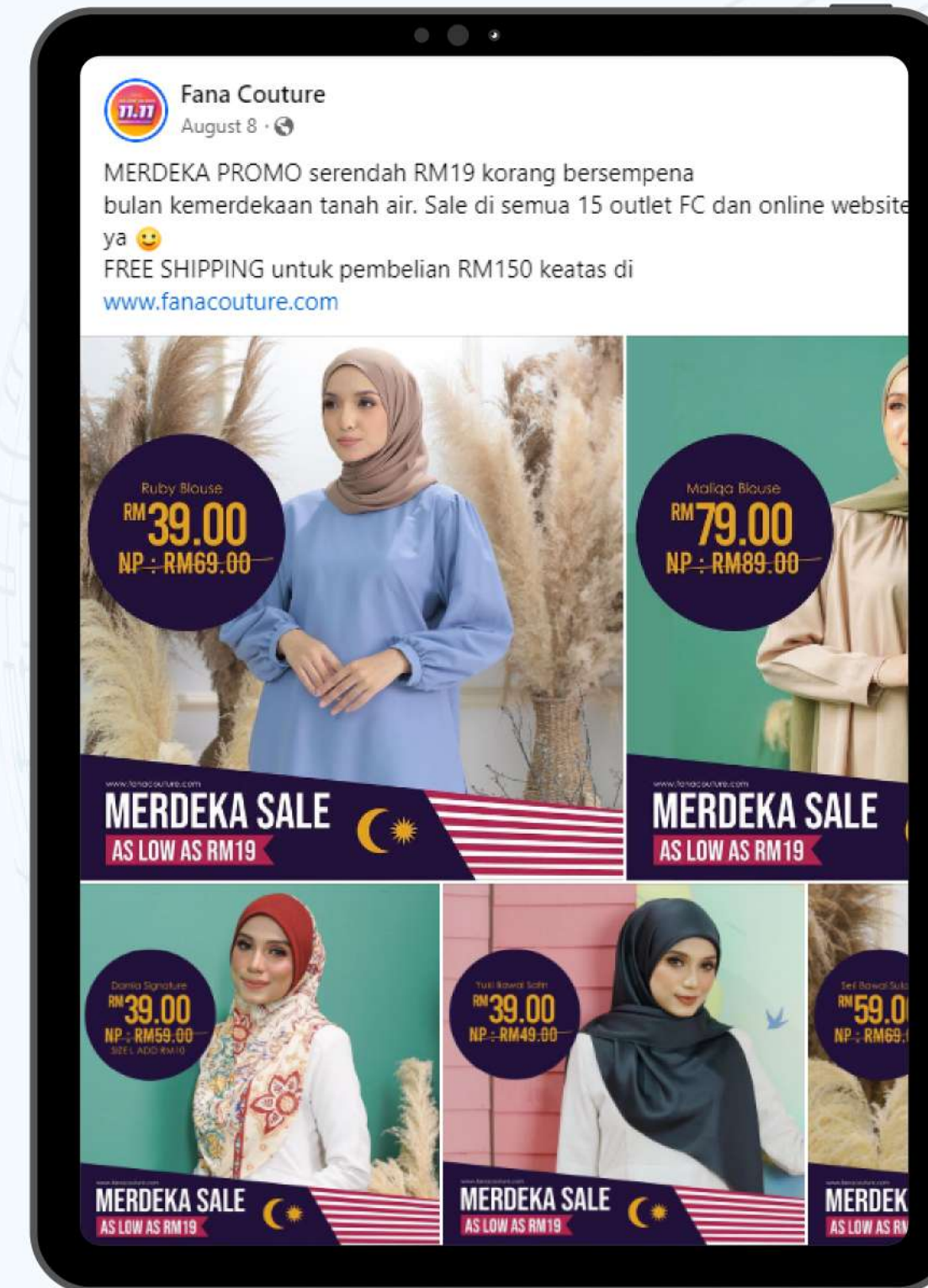
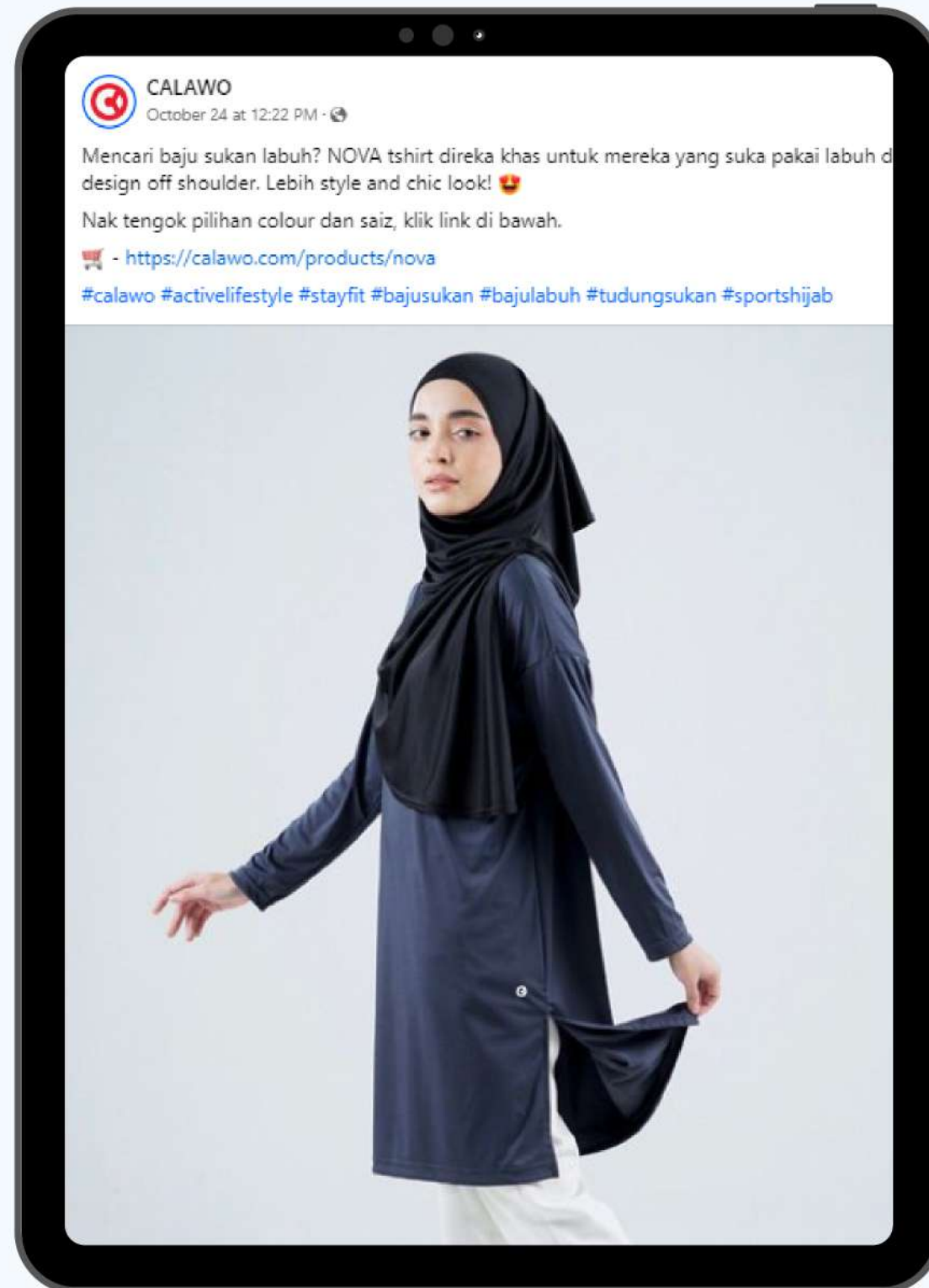
Simpan template
mesej untuk pm





WEBSITE

1. Bila PM dan whatsapp terlalu banyak
2. Proses jualan berlaku secara automatik
3. Boleh tingkatkan jumlah jualan
4. Mudah dan pantas





PROSES KOMUNIKASI CLOSE SALES





Bina rapport /
hubungan

Hot button
(tackle isu prospek)

Pujuk
(pengaruh prospek)

Beri info

Besarkan amaun
(upselling)



CLOSING OPTIMIZATION

1. Balas PM/whatsapp dengan **CEPAT**
2. Akhiri setiap mesej dengan **SOALAN**
3. Sediakan jawapan bagi soalan **BANTAHAN** dari prospek
4. **FOLLOW UP** prospek yang masih belum membeli

CONTOH SOALAN BANTAHAN



01

"Mahalnya produk ni?"

- Berikan testimoni pelanggan yang kata produk ini berbaloi
- Terangkan manfaat dan kelebihan yang bakal diperolehi prospek jika mereka membeli produk ini

02

"Belum gaji lah. Boleh tunggu hujung bulan tak?"

- Suruh prospek buat bayaran deposit dulu
- Buat reservation dulu, bayar kemudian

03

"Saya kena tanya suami dulu, nanti saya confirmkan balik yer"

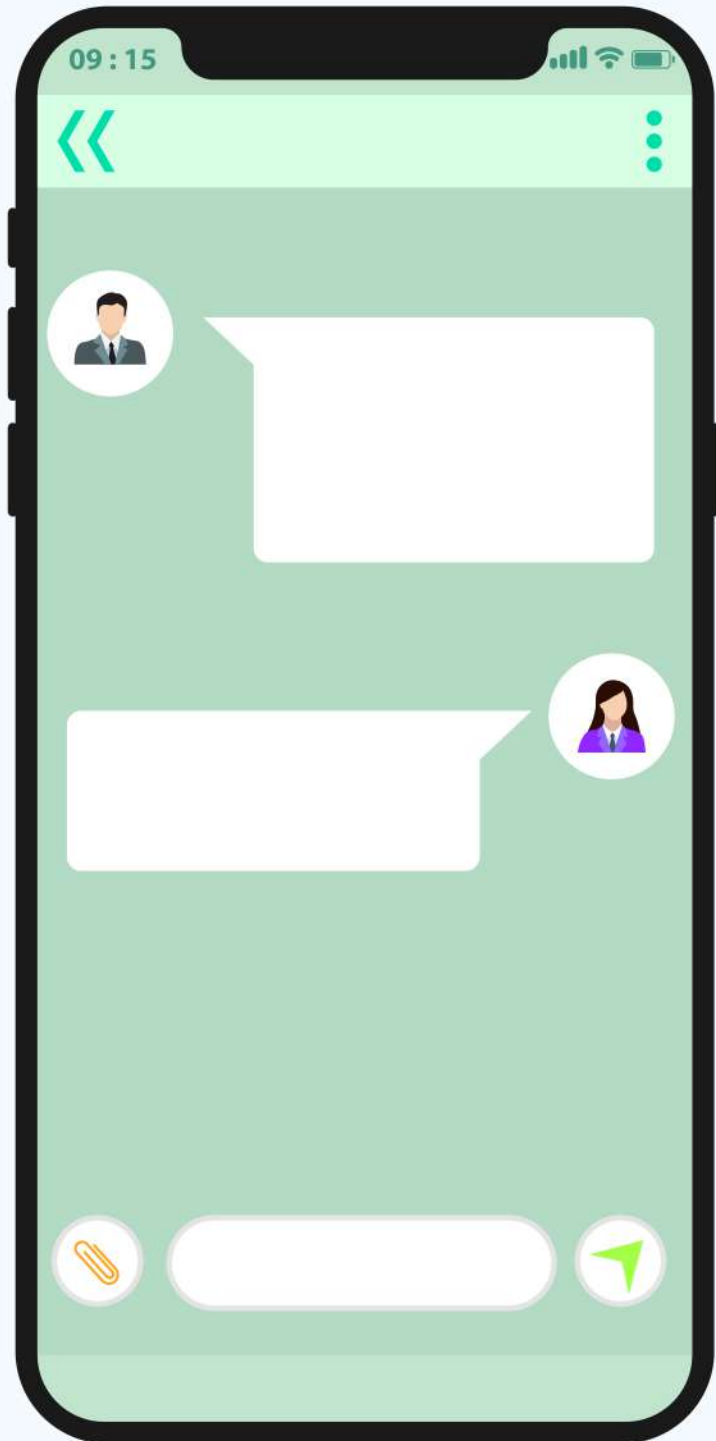
- Tanya prospek, bila boleh follow up semula
- Beritahu prospek, kita akan follow up dia pada hari berikutnya

04

"Berkesan ker produk ni?"

- Berikan testimoni yang produk ini berkesan
- Suruh prospek cuba dulu dengan berikan diskaun

FOLLOW UP

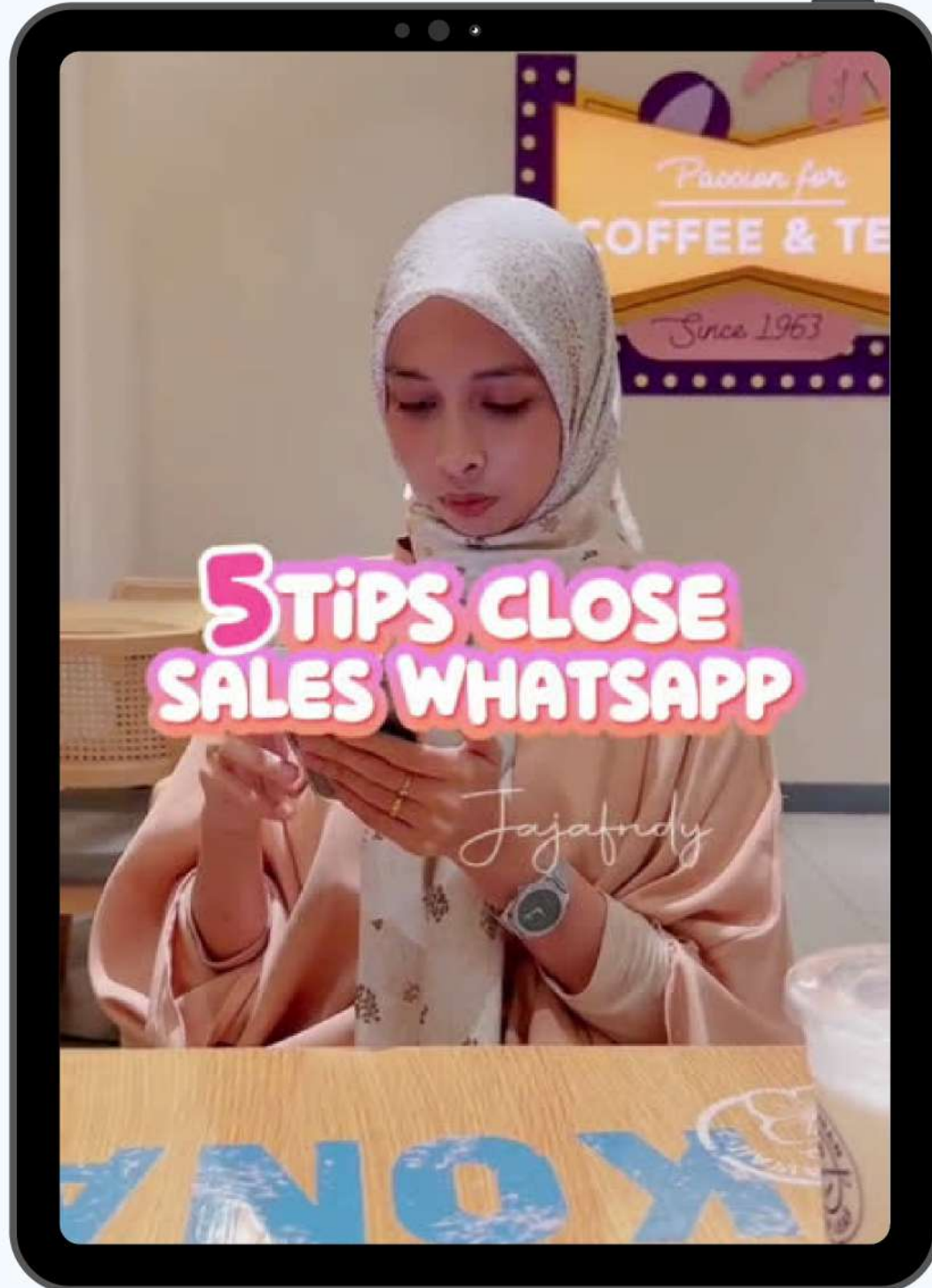


Stok dah tak banyak

Kami dah simpan untuk sis,
tunggu sis bank in je ni

Kalau sis tak nak,
kami nak pos
customer lain dulu

- Hubungi semula prospek setelah 24 jam
- Tanya sama ada dah buat keputusan kebelum
- Bagi ayat-ayat **URGENCY**



LIHAT VIDEO



LIHAT VIDEO



AKTIVITI 6

Bina template untuk:

- ✓ keterangan produk
- ✓ tempahan
- ✓ kaedah pembayaran
- ✓ maklumat pelanggan
- ✓ terima kasih
- ✓ mintak maklumbalas / testimoni





PROFIL PENULIS

SALMIANTI BINTI MUTALIB

PENGALAMAN

- Pensyarah Sijil Pengoperasian Perniagaan di Kolej Komuniti Bandar Penawar
- Pensyarah kursus Pemasaran Digital / Keusahawanan Digital
- 17 tahun pengalaman mengajar

KELAYAKAN AKADEMIK

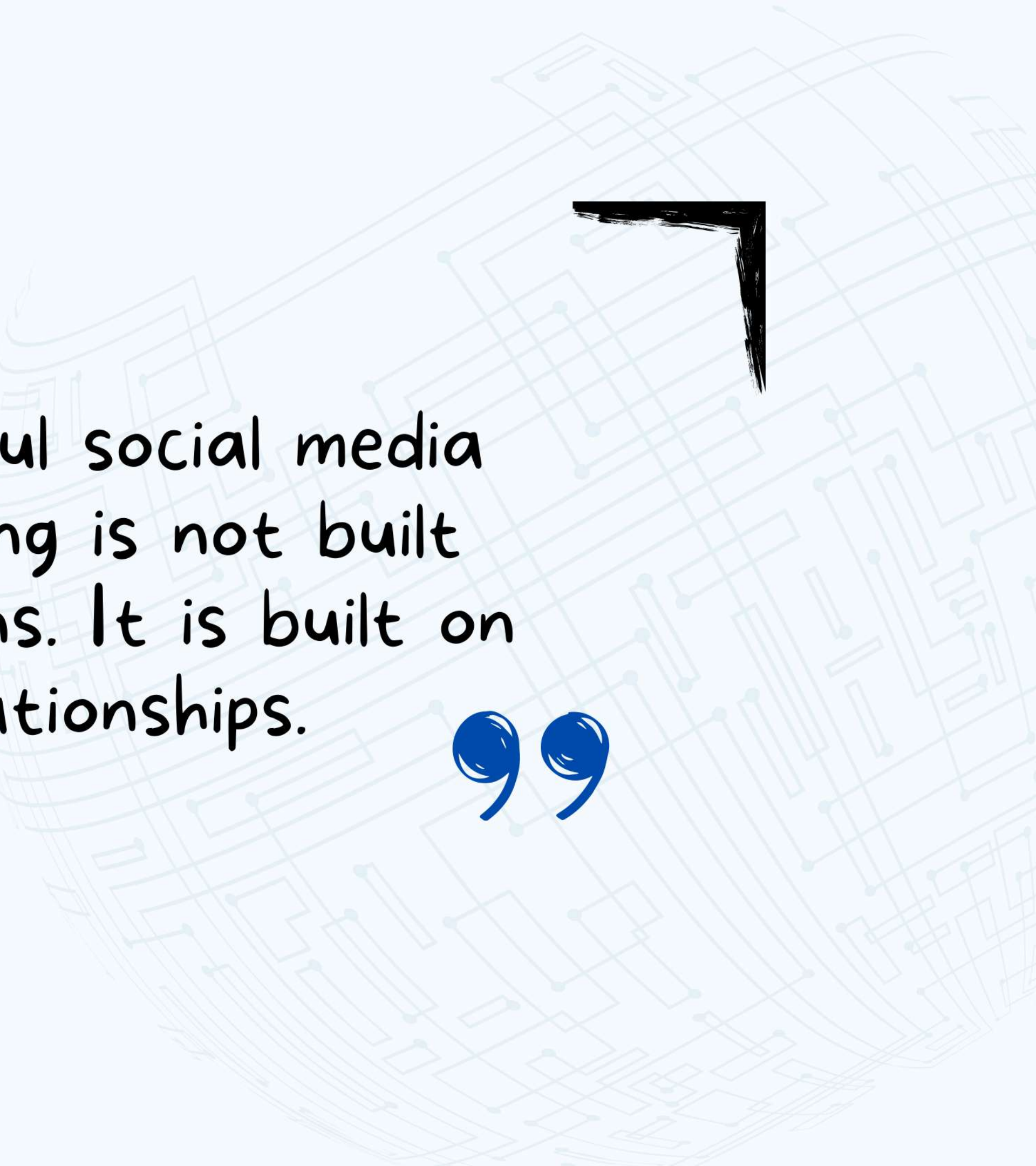
- Sarjana Pentadbiran Perniagaan, UTM
- Ijazah Sarjanamuda Pendidikan (Perakaunan), UPSI



“

Successful social media
marketing is not built
on impressions. It is built on
relationships.

”



e ISBN 978-967-16495-9-6



9 789671 649596

**KOLEJ KOMUNITI BANDAR PENAWAR
JALAN UNGKU ABDUL AZIZ
81930 BANDAR PENAWAR
JOHOR**