

BAB 5

PENJENAMAAN PRODUK

<https://bit.ly/ebookRC13>



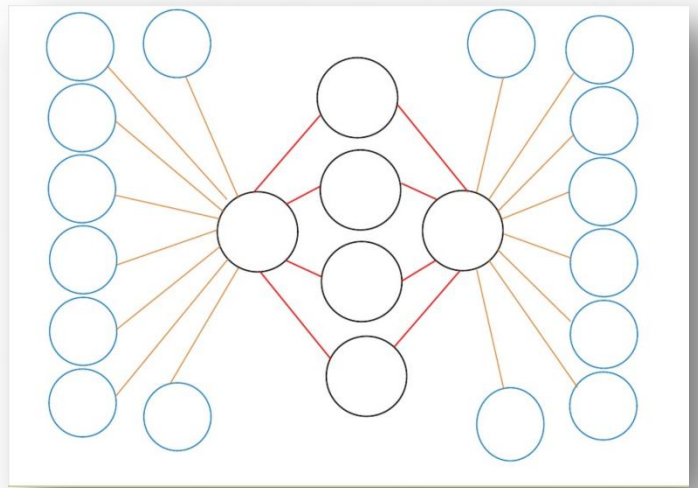
STANDARD KANDUNGAN

STANDARD PEMBELAJARAN

- Menerangkan dua klasifikasi produk
- Mengkategorikan produk pengguna dan produk industri.
- Mengenal pasti jenis reka bentuk jenama
- Menilai ciri - ciri pemilihan jenama yang baik bagi produk.
- Menghasilkan jenama produk yang baik.
- Menentukan jenis - jenis logo produk
- Menilai ciri-ciri logo yang baik
- Menghasilkan logo yang sesuai untuk produk yang dibina
- Menerangkan jenis dan ciri slogan
- Menghasilkan slogan yang sesuai untuk produk yang dibina berdasarkan kepada jenis slogan dan ciri

- Klasifikasi Produk
- Jenama Produk
- Logo Produk
- Slogan Produk





Bincangkan persamaan dan perbezaan
(*peta biuh berganda*)

Adakah anda jelas perbezaan antara
barangan dan perkhidmatan?



Produk

Barangan, perkhidmatan dsb yang dihasilkan dan dipasarkan bukan sahaja dapat memenuhi keperluan pengguna, tetapi dapat memberi kebaikan kepada mereka

Klasifikasi Produk



Kategori Produk Pengguna

Produk pengguna ialah barangan dan perkhidmatan khusus untuk kegunaan pengguna dalam memenuhi keperluan peribadi, keluarga atau keperluan rumah



Ciri Produk Pengguna

	Kategori		
	Barangan Keperluan Asas	Barangan Beli-belah	Barangan Istimewa
Disiplin	Barangan yang biasanya dibeli tanpa perlu apa-apa pertimbangan	Barangan yang dibeli berasaskan perbandingan dari segi kesesuaian, kualiti, harga dan gaya	Barangan yang ada ciri unik dan berjenama
Contoh	Beras, susu, gula, ubat gigi dan sabun	Pakaian, beg, kasut, perabot	Mesin pencetak, motosikal, komputer
Kos Seunit	Murah	Mampu milik	Biasanya mahal
Kekerapan Pembelian	Kerap	Berkala	Jarang
Pengagihan	Pelbagai- runcit, atas talian, <i>personal shopper</i>	Saluran tertentu-pasar raya, premis khusus, atas talian	Terhad- vendor/ pembekal
Usaha Membeli	Minimum	Sederhana	Maksimum

Kategori Produk Keluaran Industri

Produk industri merupakan **barangan yang digunakan untuk kegunaan barangan dan perkhidmatan lain.**

Contoh : jentera berat, bahan mentah, mesin kira tunai
Pengguna produk industri ini terdiri daripada pengeluar, pemborong, peruncit dan organisasi seperti badan kerajaan dan swasta.



Ciri Produk Industri

	Kategori				
	Pemasangan	Peralatan Aksesori	Bahan Mentah	Bahan Komponen	Bekalan
Deskripsi	Harta modal yang boleh dibelanjakan, dikurangkan dan ada susut nilai setelah lama digunakan. Ia juga bukan produk akhir	Peralatan yang mempunyai jangka hayat yang pendek juga bukan produk akhir	Bahan yang diproses mengikut keperluan seperti untuk keselamatan, kemudahan dan ekonomik. Ia merupakan sebahagian produk akhir	Barangan siap atau hampir siap dan memerlukan pemasangan atau proses minor sebelum menjadi produk akhir	Barangan bukan produk tetapi digunakan dalam pembuatan
Contoh	Mesin di kilang-kilang	Kamera pada telefon bimbit	Minyak kelapa sawit, kayu balak, getah	Motor, bateri, wayar, tekstil	Bahan pembaikan, mentol, nat dan bolt, skru, gris, kertas

Ciri Produk Industri

	Kategori				
	Pemasangan	Peralatan Aksesori	Bahan Mentah	Bahan Komponen	Bekalan
Kos Seunit	Tinggi	Sederhana	Bergantung kepada kuantiti, biasanya harga tinggi	Sederhana	Rendah
Frekuensi Pembelian	Jarang	Tidak kerap	Kerap	Selalu	Selalu
Keputusan Pembelian	Lebih pertimbangan	Membuat pertimbangan wajar	Sedikit pertimbangan tetapi ada kontrak yang lama	Memerlukan kemahiran kejuruteraan	Memerlukan sedikit pertimbangan kecuali jika ada kontrak

Orang bertanya...



Panadol

Ada **panadol** tak?



Maggi

Ada **maggi** tak?



Colgate

Ada **colgate** tak?



Ridsect

Ada **ridsect** tak?



Nestlé
MILO

Ada **milo** tak?

Jenama yang kukuh

Sebenarnya dia cari...

Paracetamol (ubat demam)

Mee segera

Ubat gigi

Penyembur ubat nyamuk

Minuman berperisa coklat

Produk yang dicari

Jenama

Nama, terma, imej, identiti atau representasi sesuatu produk

Tujuan untuk mudah dikenal pasti dan dikenali oleh pengguna

Paparan dalam bentuk tanda, simbol, perkataan, muka taip, logo atau logo taip



1. Jenama bentuk nama (**brand name**)
Jenama ini menggunakan perkataan,
huruf (nombor), sekumpulan
perkataan atau perkataan-perkataan
(nombor-nombor) yang boleh disebut.

facebook

You Tube



2. Jenama bentuk cap (**brand mark**)
Jenama ini menggunakan simbol,
reka bentuk atau pewarnaan atau
reka bentuk huruf tersendiri.

3. Jenama bentuk cap dagangan berciri perseorangan (*trade character*)

Jenama ini menonjolkan orang perseorangan yang mempelopori penemuan perdagangan itu



Jenama bentuk cap dagangan (***trade mark***)

Jenama ini boleh menyerupai jenama bentuk nama, jenama bentuk cap atau jenama bentuk cap dagangan berciri perseorangan yang telah dilindungi secara undang-undang. Apabila jenama ini digunakan, cap dagangan itu akan mempunyai simbol ®.



Ciri-ciri Pemilihan Jenama

Pendek dan ringkas

- jenis muka taip yang senang dibaca dan mudah difahami oleh pengguna
- tulisan yang ringkas.

Tiada unsur yang negatif

- mempunyai nilai-nilai yang positif, dari segi muka taipnya dan maksud jenama

Senang disebut

- mudah disebut serta difahami maksudnya
- pengguna tahu apakah produk yang dikeluarkan oleh sesebuah syarikat

Mudah dikenali dan diingati

- Setiap maksud tulisan atau patah perkataan mudah disebut dan diingati oleh pengguna pada bila-bila masa sahaja

Bermakna

- Jenama mempunyai maksud di sebaliknya
- Jenama juga perlu mempunyai nilai reka bentuk yang tinggi
- Menepati cita rasa sesebuah syarikat.

Sesuai

- menepati konsep syarikat
- bertepatan dengan produk atau perkhidmatan

Disukai

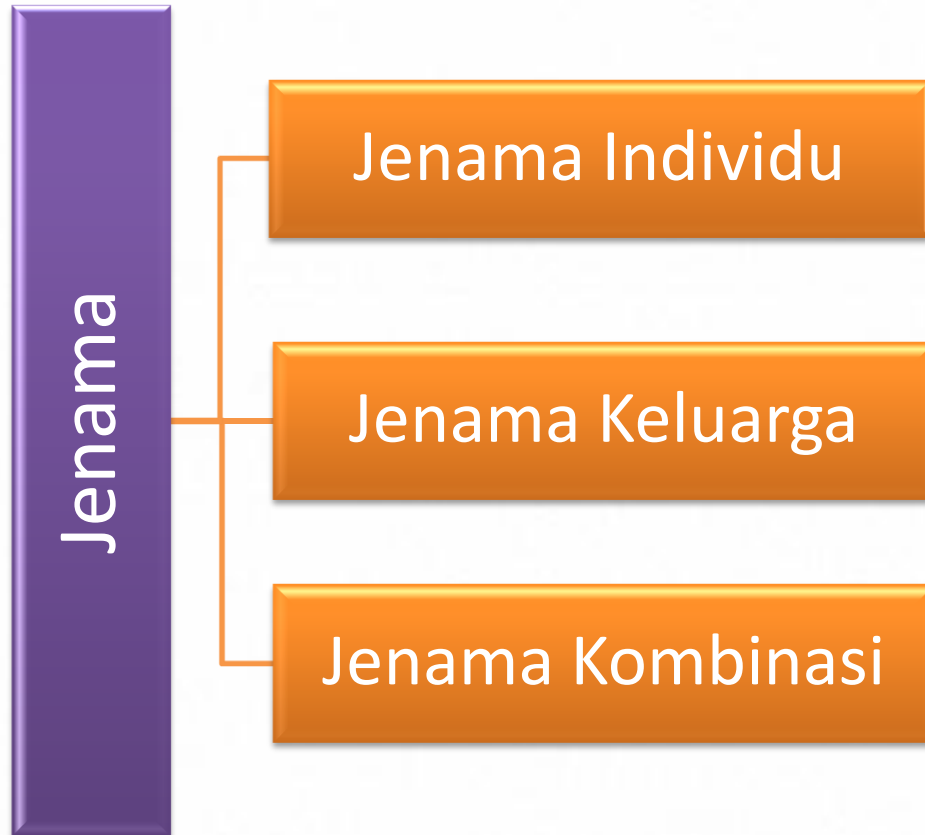
- memiliki elemen keunikan yang tersendiri
- secara tidak langsung ia menyebabkan pelanggan tertarik dan menyukai jenama tersebut

MENGHASILKAN JENAMA PRODUK YANG BAIK

- Kekuatan sesuatu produk bergantung kepada kekuatan jenama produk itu sendiri.
- Jenama boleh digabungjalinkan dengan persembahan sesuatu pembungkusan produk yang dikeluarkan.
- Selain dapat menarik perhatian ramai pengguna, penjenamaan juga dapat menggambarkan nilai sesuatu produk dari segi harga dan juga akan membuat pengguna setia terhadap produk tersebut.

MENGHASILKAN JENAMA PRODUK YANG BAIK

STRATEGI PEMILIHAN JENAMA



Jenama individu digunakan sekiranya pengeluar mempunyai keluaran yang berbeza serta berlainan dari segi kegunaan dan prestasi

Jenama keluarga dikenali apabila sesuatu produk yang berbeza dipasarkan di bawah satu jenama.

Jenama kombinasi ialah jenama yang menggabungkan jenama individu dan jenama keluarga bagi mengaitkan nama dagangan syarikat dengan imej-imej tertentu.

LOGO PRODUK

Logo ialah tanda keterampilan untuk sesebuah syarikat, produk, perkhidmatan atau sekumpulan produk atau perkhidmatan daripada sumber sama. Logo ialah sesuatu yang unik kepada sesebuah syarikat, ia mewakili dan boleh dikawal secara sah sebagai tanda perdagangan, nama perdagangan atau tanda pendaftaran.

JENIS-JENIS LOGO

Logo Huruf

Logo huruf digubah daripada huruf atau muka taip untuk menghasilkan imej logo. Ada yang digubah dari perkataan dan juga singkatan perkataan (*initial*).

Logo Simbol

Logo simbol menyamai dengan logo representasi. Logo ini menggunakan simbol imej untuk menerangkan sesuatu kumpulan atau tanda sukan, amaran dan maklumat.

Logo Representasi atau Kombinasi

Dalam Bahasa Inggeris, logo ini dikenali sebagai *Pictorid Logos* atau *Pictogram*. Reka bentuk logo ini berdasarkan objek buatan manusia atau alam semula jadi. Ada logo yang digubah hanya menggunakan imej. Terdapat juga logo yang menggabungkan dua bentuk, sama ada logo huruf, simbol atau representasi.

Bacaan tambahan

<https://graphiclabmalaysia.com/jenis-bentuk-logo-yang-anda-perlu-tahu/>

PERODUA

Logo Huruf



PERODUA



Logo Simbol

Logo Representasi
atau Kombinasi

CIRI-CIRI LOGO



CIRI-CIRI LOGO

Ringkas

Dari segi bentuk tulisan dan perkataan logo itu sendiri.

Unik

Bergantung kepada karakter jenis-jenis tulisan.

Asli

Hasil ciptaan sendiri oleh individu atau sesebuah organisasi.

Mudah diingati

Karakter bentuk tulisan yang ringkas, mudah diingati oleh pengguna.

Bermakna

Kebanyakan logo mempunyai maksud tersirat dan tersurat yang mewakili maksud atau makna tersendiri.

Bertahan lama

Logo-logo ringkas, menarik serta elegan selalunya bertahan lama.

CIRI-CIRI LOGO

Kesesuaian produk dan Pengguna

Logo sebegini selalunya ia seiring dengan hasil produk dan kepenggunaannya dari segi muka taip, bentuk tulisan dan makna logo itu sendiri.

Muka taip yang sesuai

Logo yang ringkas memiliki muka taip yang ringkas.

Tidak terlalu abstrak

Logo yang ringkas dan baik selalunya mempunyai bentuk yang senang difahami dan tidak abstrak serta serabut.

Tiada unsur negatif

Logo yang baik membawa makna serta tulisan yang positif yang hanya berkaitan dengan produk itu sendiri.

SLOGAN PRODUK

- Slogan merupakan unsur penting dalam strategi pemasaran dan pengiklanan.
- Slogan ialah ringkasan faedah yang terdapat pada sesuatu produk atau perkhidmatan itu dalam ayat atau ungkapan yang terdiri daripada sejumlah perkataan yang pendek dan ringkas supaya mudah diingati.
- Slogan akan dapat menarik serta mempengaruhi minat pengguna untuk membeli barangan tersebut.
- Antara tujuan mewujudkan slogan bagi sesuatu produk ialah:
 - a) Penyambung kepada sesuatu kempen pemasaran.
 - b) Sebagai ringkasan tema atau idea yang hendak dikaitkan dengan keluaran.

JENIS-JENIS SLOGAN

(a) SLOGAN BENTUK *HARD SELL*

Slogan digunakan pada barangan atau perkhidmatan yang pengguna gunakan setiap hari dan dibeli pada harga yang rendah seperti barangan dapur dan kecantikan. Kebiasaannya slogan jenis ini menyatakan satu keistimewaan yang signifikan terhadap produk atau perkhidmatan yang diiklankan. Contohnya slogan bagi produk pencuci “Harum Bersih” ialah “Lebih bersih, lebih harum”. Slogan ini bertujuan untuk mempengaruhi pengguna untuk membeli produk atau perkhidmatan tersebut.

(b) SLOGAN BENTUK INSTITUSI (*INSTITUTIONAL SLOGAN*)

Slogan yang membentuk imej yang kuat terhadap sesuatu institusi. Kebanyakan syarikat mengekalkan slogan yang dicipta pada setiap iklan yang dikeluarkan. Contohnya, “Mudah, tepat dan efektif”.

CIRI-CIRI SLOGAN

- Ringkas
- Bahasa yang mudah
- Senang difahami

MENGHASILKAN SLOGAN YANG SESUAI

- Slogan yang baik selalunya dihasilkan berdasarkan falsafah korporat sesebuah syarikat.
- Slogan ini seharusnya mudah difahami, ringkas, pendek dan padat akan pengertiannya serta dapat mempengaruhi pengguna untuk memperoleh sesuatu produk atau perkhidmatan yang dipasarkan.
- Slogan dapat membentuk imej atau personaliti produk serta perkhidmatan sesuatu syarikat.
- Slogan, jenama dan logo perlu didaftarkan supaya mendapat perlindungan harta intelek di bawah cap dagangan (*trade-mark*™)

terima kasih