

23 MAY 2000

I-BERHAD-PEMASARAN (Bergambar)

I-BERHAD BERJAYA KERANA ARIF PEMASARAN

Oleh: Yong Soo Heong

KUALA LUMPUR, 23 Mei (Bernama) -- Kegigihan dan arif pemasaran di kalangan usahawan-usahawan muda membolehkan sebuah syarikat pengeluar barangan elektrik rumah mencapai peningkatan yang membanggakan dalam kurang daripada setahun sejak mereka mengambil alih syarikat tersebut.

Kini dikenali sebagai I-Berhad, syarikat yang dahulunya dikenali sebagai Neico Industries (M) Bhd berpangkalan di Taiping, dapat menyaingi keluaran-keluaran syarikat asing yang lebih terkenal daripada segi jenama yang lebih baik dan jualan yang semakin meningkat.

I-Berhad (www.iwantmyi.com.my), yang telah mempertingkatkan mutu empat rangkaian keluarannya iaitu penyaman udara, peti sejuk, periuk nasi elektrik dan kipas meja melalui inovasi teknologi dan jenama yang mudah disebut dan menarik dipandang, "i", menurut para pemerhati industri.

Dengan sepasukan lapan anggota muda, yang berusia purata 25 tahun, mereka dengan pantas mencari jenama itu dan melaksanakan penyelidikan pasaran yang meluas dengan tumpuan khas kepada keperluan pengguna dan apa yang syarikat boleh hasilkan.

Diketuai oleh Ricky Lim, siswazah perakaunan berusia 23 tahun daripada University of Melbourne, anggota-anggota pasukan itu mengambil masa tiga bulan bertungkus-lumus mencari satu jenama yang menarik dan akhirnya memilih huruf abjad "i" sebagai jenama dan juga logo keluaran dan warna oren sebagai warna korporat untuk mencerminkan masa depan yang mengkagumkan dan berani.

"Pilihan kami adalah berdasarkan kepada citarasa generasi IT total," kata Lim dalam satu wawancara baru-baru ini.

Di samping Lim, anggota-anggota pasukan pemasaran itu termasuk Esther Low, Jessica Lee, Tam Wai Yee, Jane Ng, Iam Looi, Charles Tan dan Kim Ling Yew.

Apabila syarikat mewah dengan wang Sumurwang Sdn Bhd membeli saham majoriti di dalam Neico Industries (M) Bhd, firma pengeluaran yang sedang tenat yang bermula sebagai Sanyo Industries (M) Bhd, ia (Sumurwang) tidak mahu menjadi cuma sebuah pengeluar perkakas elektrik tempatan biasa. Ia mahu menjadi berlainan daripada syarikat-syarikat tempatan lain sebelumnya.

Berusaha menurut apa yang selalu diperkatakan oleh Perdana Menteri Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad mengenai produk-produk tempatan yang mampu menjadi berkelas dunia jika mereka menekankan kepada inovasi dan teknologi, I-Berhad memaparkan bidang-bidang inovasi dan teknologi tinggi yang belum lagi ditumpukan oleh pesaing-pesaingnya.

Promosi yang agresif itu berjaya kerana ia bukan sahaja menarik perhatian pengguna-pengguna tetapi juga pesaing-pesaing.

Permulaan yang baik dibuat dalam suku pertama tahun ini apabila I-Berhad mencatatkan jualan sebanyak RM22.95 juta dan keuntungan sebelum cukai sebanyak RM4.51 juta dibandingkan dengan kerugian keseluruhan sebanyak RM5.36 juta bagi seluruh tahun lalu.

Ketika Sumurwang mengambil alih Neico Ogos lalu, pembuat perkakas elektrik itu telahpun mengumpul kerugian sebanyak RM3.83 juta bagi separuh pertama tahun lalu. Kerugian itu dikurangkan kepada RM1.21 juta dalam suku ketiga dan RM322,000 dalam suku keempat tahun lalu.

Memandangkan I-Berhad telah terkenal di kalangan industri perkakas rumah, ia sedang bergerak ke dalam "rumah bestari" berikutan penumpuan telekomunikasi, IT dan perkakas rumah, kata Lim.

Sebagai langkah pertama, syarikat itu bergabung dengan rakan kongsi

strategik asing untuk mengeluarkan komputer peribadi berharga termampu bagi pasaran tempatan.

Dengan bilangan pengguna Internet tempatan dijangka meningkat kepada empat juta dalam tahun 2004 daripada 1.89 juta sekarang, I-Berhad mahu seiring dengan trend sedang berkembang itu, kata pengerusinya Lim Kim Hong, teraju utama syarikat itu.

-- BERNAMA

SHY LPS OS