

ISCB, TBWA jalin usaha sama

BH 24 OCT 2001

SYARIKAT pengiklanan tempatan ISCB dan syarikat medianya, Wizard Media Dynamics (WMD) menialin usaha sama dengan rangkaian pengiklanan antarabangsa TBWAPWorldwide (TBWA) bagi meningkatkan keupayaan perniagaan, khususnya di peringkat antarabangsa.

ISCB yang kini dikenali sebagai TBWA-ISC Malaysia Sdn Bhd (TBWA-ISC Malaysia) menduduki tangga kelima dalam penarafan agensi berikutan penyertaan Malaysia National Insurance (MNI) dan TMTouch sebagai pelanggan terbaru yakin mampu menduduki kedudukan lebih baik hasil penggabungan berkenaan.

Pengerusi Kumpulan ISC, iaitu syarikat induk ISCB, Mukhriz Mahathir, berkata usaha sama itu

saling melengkapi dan ISCB yakin ia mampu menambah keupayaan dua daripada empat syarikat komunikasi pemasarannya.

“Penggabungan kami dengan TBWA akan meningkatkan keupayaan, sumber dan reputasi kami untuk manfaat semua firma, pelanggan, pemegang saham dan kakitangan kami,” katanya pada majlis pelancaran usaha sama berkenaan di Kuala Lumpur, semalam.

Pelancaran disempurnakan Menteri Penerangan, Tan Sri Khalil Yaakob. Hadir sama Pengerusi Kumpulan TBWA Asia-Pacific, Keith Smith dan Presiden dan Ketua Eksekutif TBWA-ISC Malaysia, Austen Zecha.

Kumpulan ISC memulakan perniagaan pengiklanan pada 1994 yang diasas-

kan oleh Mukhriz dan Zecha.

Syarikat itu semakin berkembang sebagai agensi pengiklanan lengkap dan kemudian dinamakan ISCB yang menyediakan pendekatan bersepadu kepada komunikasi pemasaran dan keupayaan media menerusi beberapa agensi bersekutunya.

Pada 1999, Tourism Malaysia menjadi pelanggan ISCB dan melonjakkan kedudukannya ke tangga ketujuh dalam penarafan agensi.

Usaha sama ISCB dengan TBWA membabitkan dua daripada empat syarikat komunikasi pemasaran Kumpulan ISC iaitu ISCB (kini TBWA-ISC Malaysia) dan Wizard Worldwide Media (kini WMD)

TBWA ialah sebahagian daripada kumpulan Om-

nicom, konglomerat komunikasi dalam bidang pengiklanan, perkhidmatan pemasaran, komunikasi khusus, media interaktif dan khidmat pembelian media yang mempunyai 218 agensi di 113 bandaraya di 70 negara dan 8,400 kakitangan di seluruh dunia.

Mukhriz berkata, walaupun ISCB terkenal dalam negara dan serantau, usaha sama dengan rangkaian kukuh seperti TBWA akan membantunya mengembangkan sayap ke peringkat antarabangsa.

“Kami yakin TBWA-ISC Malaysia dengan pengetahuan dan pengalaman antarabangsa TBWA dan kefahaman mendalam ISC mengenai pasaran Malaysia akan menjadi satu kuasa yang sukar ditandingi pada masa depan,” katanya.