

Perlu miliki jenama sendiri
Utusan Online
November 14, 2011

KUALA LUMPUR 13 Nov. – Malaysia perlu mencontohi negara lain yang mempunyai jenama inovasi tersendiri untuk menarik pelabur asing, kata Presiden IMD International, Dr. Dominique Turpin (gambar).

Katanya, jenama inovasi amat penting bagi menggambarkan pengukuhan produk dan pasarnya.

Sebagai contoh, kata beliau, KidZania yang bakal beroperasi di Malaysia merupakan jenama inovasi dari Mexico yang difrancaiskan ke seluruh dunia.

Begitu juga Tata, sebuah syarikat pengeluar kenderaan dari India, pengeluar kasut selipar jenama Havaiana dari Brazil dan banyak lagi yang berjaya menembusi pasaran dunia, kata Turpin.

Beliau berkata: "Saya melihat satu produk yang menjadi jenama inovasi di Malaysia iaitu Proton. Selain Proton, saya berharap lebih banyak syarikat-syarikat dari Malaysia mencipta jenama inovasi sendiri sehingga ke pasaran dunia," katanya kepada Utusan Malaysia di sini.

Selain itu, kata Turpin, Malaysia juga perlu mencontohi beberapa syarikat multinasional dunia yang mempunyai barisan pengurusan berbilang bangsa dan kewarganegaraan.

Katanya, kepelbagaian yang terbentuk itu dapat memberi pelbagai pandangan dan kritikan yang membina selain memahami pelbagai kebudayaan di negara-negara yang ditembusi.

Hakcipta Terpelihara © UTUSAN MELAYU (M) BERHAD

Source:

http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2011&dt=1114&pub=Utusan_Malaysia&sec=Ekonomi&pg=ek_01.htm