



Memanfaatkan Trend untuk Menjana Jualan

Strategi SME untuk Meningkatkan Jualan Sempena Valentine's Day

SEPINTAS LALU

- **Event:** Valentine's Day (Feb 14)
- **Industri Berkaitan:** Retail, F&B and Beauty & Cosmetics
- **Potensi Impak:** Permintaan meningkat untuk hadiah, bunga, barangan kosmetik, makan malam dan hiburan semasa Valentine's Day. Memberikan peluang SME untuk menawarkan promosi eksklusif yang menarik perhatian pelanggan.

OBJEKTIF

- Memberikan panduan strategik kepada SME dalam memanfaatkan trend Valentine's Day dalam meningkatkan jualan dan kesedaran jenama
- Menarik lebih ramai pelanggan melalui tawaran dan pengalaman membeli-belah yang unik.

RUMUSAN



Anda mungkin menyukainya atau tidak, tetapi 14 Februari, yang dikenali sebagai Hari Kekasih (Valentine's Day) telah menjadi tarikh tetap dalam kalendar moden sebagai hari untuk bertukar hadiah, bunga, kad, dan manisan dengan orang tersayang. Ia juga merupakan peluang bagi SME dalam industri runcit, makanan dan minuman (F&B), serta kecantikan dan kosmetik untuk meningkatkan jualan.

Menurut Kajian Keutamaan Pembelian Pengguna oleh MasterCard, sebahagian besar rakyat Malaysia merancang untuk makan di luar dan memberikan hadiah kepada orang tersayang pada Valentine's Day. Data ini selaras dengan tinjauan yang dikeluarkan oleh National Retail Federation, yang menunjukkan bahawa perbelanjaan untuk Valentine's Day meningkat secara konsisten, sebanyak \$23.9 bilion pada beberapa tahun yang lepas.

Sebanyak 68% rakyat Malaysia yang menjalani survey menyatakan bahawa mereka menyambut Valentine's Day, manakala 75% mengatakan mereka akan memberikan sesuatu kepada pasangan mereka. Ini menunjukkan bahawa walaupun ada yang tidak menyambut Valentine's Day, mereka tetap menganggap pemberian hadiah sebagai sesuatu yang wajar.



Trend & Peluang Industri Runcit Sempena Valentine's Day

Industry: Retail

- Kajian tahunan Mastercard menunjukkan Asia Pasifik mencatatkan peningkatan terbesar dalam perbelanjaan sebanyak 33%.
- Corak perbelanjaan ini menunjukkan bahawa majoriti pembeli Asia (29%) membeli hadiah Valentine's Day pada 12 Februari untuk mengelak kesesakan, berbeza dengan pembeli di Amerika Latin yang cenderung membeli lebih dekat dengan tarikh itu sendiri
- Secara purata, kebanyakannya membelanjakan RM195 untuk hadiah Valentine's Day di Malaysia, dengan lelaki membelanjakan 8% lebih banyak daripada wanita (RM202 berbanding RM188)
- Analisis lain yang dijalankan oleh Optimove yang dijalankan antara 7 hingga 14 Februari (seminggu sebelum Valentine's Day) menunjukkan bahawa bilangan pelanggan meningkat sebanyak 47%, manakala jumlah keseluruhan pesanan meningkat secara purata sebanyak 64%

Analisis trend aktiviti pelanggan daripada beberapa peruncit dalam beberapa sektor menyatakan:

- Minggu menjelang Valentine's Day adalah masa untuk meningkatkan jualan, dengan masa kemuncak berlaku pada 12 Februari
- Perbandingan tahun ke tahun (YoY) menunjukkan peningkatan 47% dalam jumlah pelanggan dan peningkatan 64% dalam jumlah keseluruhan pesanan - menjadikan tahun ini berpotensi menjadi yang paling menguntungkan
- 86% pelanggan memilih membeli hadiah secara langsung berbanding 10% secara dalam talian
- Semakin ramai pelanggan mula menggunakan teknologi untuk membeli-belah, menyebabkan peningkatan sebanyak 60% dalam penggunaan transaksi tanpa sentuh dan pembelian dalam talian.
- E-commerce mencatatkan pertumbuhan populariti sebanyak 32% sepanjang beberapa tahun lalu

Peluang Strategik



1. **Promosi & Diskaun Menarik** - Tawarkan potongan harga untuk produk popular
2. **Pemasaran Digital** - Gunakan platform e-commerce dan media sosial. Tawarkan juga penghantaran percuma atau diskaun khas untuk pembelian dalam talian
3. **Pengalaman Membeli-belah** - Hias kedai dengan tema romantik untuk menarik pelanggan. Adakan aktiviti interaktif seperti sudut bergambar
4. **Kempen Last Minute** - Sediakan produk "Grab-and-go" untuk pembeli saat akhir. Tawarkan juga promosi khusus untuk pembelian pada 11 hingga 14 Februari
5. **Gabungan Online & Offline** - Sediakan perkhidmatan pembelian dalam talian dengan pengambilan di kedai (click-and-collect)



Trend Perbelanjaan & Peluang Strategik Industri F&B Sempena Valentine's Day

Industry: Food & Beverages (F&B)

- Mengikut kaji selidik yang dijalankan oleh Picodi.com ke atas 11,000 orang dari 38 negara bagi memahami tabiat perbelanjaan dan jangkaan sempena Valentine's Day, berikut adalah dapatan utama Valentine's Day di Malaysia:

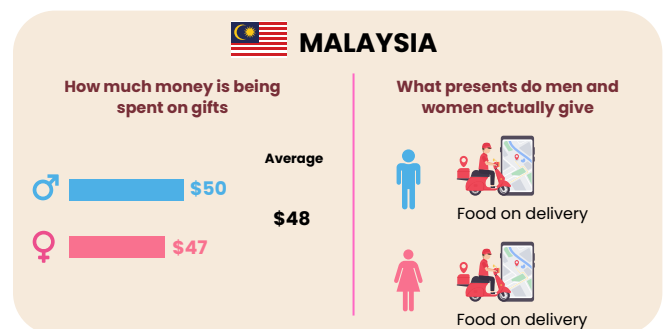
"What are Malaysians going to buy as a gift?"

- Dalam kalangan lelaki yang menjawab survei, jawapan paling popular adalah makanan penghantaran (24%), makan malam di restoran (21%), dan bunga (20%).
- Sementara itu, wanita pula mengatakan mereka akan membeli makanan penghantaran (21%), makan malam di restoran (20%) dan minyak wangi (15%).

"What Gifts Malaysians Expect to Receive from Their Significant Others"

- Bagi lelaki, hadiah yang paling diharapkan adalah makanan penghantaran (45%), makan malam di restoran (72%), bunga (22%), barang kemas (22%), dan wang tunai (20%).
- Wanita paling mengharapakan makan malam di restoran (61%), makanan penghantaran (41%), bunga (33%), wang tunai (28%), dan barang kemas (25%).

- Ini menunjukkan majoriti rakyat Malaysia lebih memilih makanan sebagai hadiah semasa Valentine's Day, sama ada dalam bentuk penghantaran makanan atau makan malam di restoran.
- Ini memberikan peluang besar kepada perniagaan dalam industri F&B untuk memanfaatkan trend ini.



Peluang Strategik



- Promosi Pakej Makan Malam Romantik** – Tawarkan pakej makan malam untuk pasangan dengan menu khas bertemakan Valentine's Day.
- Penghantaran Makanan** – Sediakan pakej penghantaran makanan. Tawarkan promosi seperti penghantaran percuma untuk pesanan tertentu
- Kolaborasi dengan Jenama Lain** – Bekerjasama dengan kedai bunga, kedai coklat, atau platform penghantaran makanan untuk menawarkan pakej kombo seperti "Food & gifts" atau "Dinner & Flowers"
- Menu Khas Valentine's Day** – Perkenalkan menu eksklusif seperti hidangan berbentuk hati, pencuci mulut berwarna merah jambu, atau minuman khas untuk Valentine's Day



Strategi Pemasaran & Peluang Industri Kecantikan Sempena Valentine's Day

Industry: Beauty & Cosmetics

- Produk kecantikan adalah antara hadiah yang paling banyak diminta sempena Valentine's Day, menurut laporan Bazaarvoice's Influencer.
- Dalam laporan tersebut, kira-kira 70% pengguna mengatakan mereka lebih gemar menerima produk kecantikan dan kosmetik berbanding hadiah lain.
- Produk kecantikan berada dalam senarai 10 barangan paling popular yang dijadikan hadiah semasa musim Valentine's Day.
- Antara produk kecantikan yang sering dibeli sempena Valentine's Day ialah penjagaan rambut, alatan kecantikan, dan penjagaan kulit
- Bagi produk kecantikan mewah, kategori yang paling laris termasuk penjagaan kulit, produk salon professional, dan produk penjagaan kulit professional.
- Oleh itu, jenama kecantikan mempunyai peluang untuk menarik perhatian pembeli sebelum Valentine's Day.
- Jenama kecantikan disarankan untuk membuat kempen pemasaran berdasarkan produk popular ini dengan menggunakan penyelesaian seperti iklan TV penstriman, Sponsored Display, dan Sponsored Products.
- Jalankan kempen ini beberapa minggu sebelum Valentine's Day untuk menarik minat pembeli dengan lebih efektif.

Peluang Strategik



1. **Kempen Hadiah Eksklusif** - Tawarkan set hadiah khas dengan pembungkusan bertema Valentine
2. **Promosi dan Diskaun Awal** - Tawarkan potongan harga untuk kategori popular seperti penjagaan kulit, minyak wangi dan alat solek
3. **Kolaborasi dan Influencer Marketing** - Kolaborasi dengan jenama lain (contohnya, kedai bunga atau kedai coklat) untuk pakej hadiah eksklusif.
4. **Kempen Digital dan Iklan Berbayar** - Gunakan Sponsored Display dan Streaming TV Ads untuk menargetkan pembeli yang mencari hadiah kecantikan. Jalankan juga kempen di media sosial dengan konsep "self love" untuk menarik pelanggan membeli produk untuk diri sendiri
5. **Pengalaman Membeli yang Lebih Menarik** - Tawarkan pembungkusan hadiah percuma atau ukiran nama pada produk eksklusif. Adakan juga sesi percubaan produk atau mini makeover di kedai fizikal bagi menarik lebih ramai pelanggan.