



# 15 Soalan Kritikal Yang Pemilik Restoran Perlu Jawab Sebelum Belanja Duit Marketing

Dokumen ini direka untuk membantu pemilik restoran menilai kesediaan strategik mereka sebelum melabur dalam pemasaran.

## Arahan:

Jawab setiap soalan dengan **Ya / Tidak / Tidak Pasti**.

Jika banyak jawapan anda ialah *Tidak* atau *Tidak Pasti*, itu petanda keputusan pemasaran anda sedang dibuat tanpa kejelasan yang mencukupi.

## A. Kejelasan Pelanggan Sebenar

1. Adakah saya tahu **siapa pelanggan utama** restoran saya (bukan sekadar "semua orang")?
2. Adakah saya tahu **sebab utama pelanggan memilih restoran saya** berbanding pesaing?
3. Adakah saya tahu **pelanggan datang untuk apa** — harga, rasa, suasana, lokasi atau kemudahan?
4. Adakah pelanggan yang datang melalui promosi **cenderung datang semula**?

👉 Jika anda tidak jelas pelanggan sebenar, pemasaran anda hanya menambah trafik — bukan nilai.

## B. Kejelasan Kawasan & Lokasi

1. Adakah saya tahu **majoriti pelanggan datang dari radius berapa km?**
2. Adakah setiap outlet saya berada dalam **catchment area yang berbeza?**
3. Adakah strategi pemasaran setiap outlet **disesuaikan dengan kawasan setempat**, bukan disamaratakan?
4. Adakah saya tahu **pesaing sebenar di sekitar outlet**, bukan sekadar pesaing besar di media sosial?

👉 Lokasi yang berbeza memerlukan keputusan pemasaran yang berbeza.

## C. Kejelasan Prestasi Pemasaran

1. Adakah saya tahu **saluran pemasaran mana yang benar-benar menyumbang kepada jualan?**
2. Adakah saya menilai pemasaran berdasarkan **jualan & kunjungan**, bukan sekadar reach atau engagement?
3. Adakah saya tahu **iklan yang saya jalankan menarik pelanggan yang betul**, bukan pelanggan sekali datang?
4. Adakah saya tahu **apa yang patut dihentikan**, bukan hanya apa yang patut ditambah?

👉 Marketing yang sibuk tidak semestinya marketing yang berkesan.

## D. Kejelasan Keputusan & Sistem

1. Adakah keputusan pemasaran saya dibuat berdasarkan **data & pemerhatian sebenar**, bukan andaian?

2. Adakah pasukan atau vendor saya **bergerak dengan hala tuju yang sama**, atau masing-masing buat kerja sendiri?
3. Adakah restoran saya mempunyai **sistem pemasaran yang boleh diulang**, bukan kempen rawak setiap bulan?

👉 *Tanpa sistem, pertumbuhan akan sentiasa bergantung pada nasib dan promosi.*

## Cara Menilai Jawapan Anda

Berikut adalah panduan untuk menilai tahap kejelasan strategik anda:

- **0–4 "Tidak / Tidak Pasti"**  
→ Anda mempunyai asas yang baik, tetapi masih ada ruang untuk memperkemas keputusan.
- **5–9 "Tidak / Tidak Pasti"**  
→ Terdapat kebocoran dalam keputusan pemasaran yang mungkin sedang menjejaskan konsistensi jualan.
- **10 ke atas "Tidak / Tidak Pasti"**  
→ Pemasaran restoran anda berisiko besar dibuat tanpa kejelasan strategik.

## Nota Penting Untuk Owner Restoran

Masalah pemasaran restoran **jarang berpunca daripada kurang usaha**. Ia lebih kerap berpunca daripada **keputusan yang dibuat tanpa kefahaman mendalam tentang pelanggan, kawasan dan realiti setempat**.

## Langkah Seterusnya

Jika checklist ini membuatkan anda sedar bahawa banyak keputusan dibuat secara meneka:

👉 Langkah pertama **bukan menambah iklan atau kempen**, tetapi mendapatkan **kejelasan strategik** tentang apa yang sebenarnya berlaku dalam perniagaan restoran anda.

Saya menyediakan sesi perbincangan ringkas untuk menilai:

- sama ada cabaran anda benar-benar isu pemasaran, atau
- isu yang lebih kritikal dalam sistem pertumbuhan restoran.

*Tiada pitching agresif. Tiada janji kosong.*

## Tindakan Lanjut

Jika anda ingin menilai sama ada cabaran anda adalah isu pemasaran atau isu sistem pertumbuhan, anda boleh menjadualkan perbincangan ringkas dengan **DR. KAMISAH KORMIN**, perunding pemasaran setempat di **011-1112538** atau email: **drkamisah.kormin@gmail.com**