

Komitmen Pengendali 4PU / Trading House

Di antara perkara yang perlu dilaksanakan pemasaran adalah seperti berikut:-

- i) Menjalankan risikan pasaran bagi mengenalpasti produk dan trend untuk keperluan pasaran;
- ii) Melaksanakan aktiviti (*event*) sekali setahun dengan kerjasama MITI sama ada di outlet / premis / trading house sedia ada;
- iii) Mengadakan sesi *business matching* di antara EKS di bawah penyelarasan usahawan pemasaran dengan pembeli berpotensi sebanyak 3 kali setahun;
- iv) Mencadang dan melaksanakan aktiviti promosi ke atas produk usahawan;
- v) Memberikan laporan atau maklumbalas ke atas aktiviti promosi dan pemasaran yang dilaksanakan dan prestasi kewangan kepada MITI dua kali setahun;
- vi) Menyertai program-program yang ditentukan oleh MITI;
- vii) Mengambil inisiatif berunding dengan pembeli berpotensi;
- viii) Bertindak sebagai pembawa imej Malaysia dan mewujudkan produk champion;
- ix) Melaksanakan pemantauan dan penilaian terhadap usahawan di bawah program pemasaran; dan
- x) Bertindak sebagai penasihat teknikal terhadap spesifikasi produk, polisi untuk eksport ke sesebuah negara, syarat atau standard yang perlu ada terhadap sesebuah produk yang hendak dipasarkan.



Kementerian
Perdagangan,
Antarabangsa dan
Industri

Untuk maklumat lanjut:

Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI), Malaysia

Seksyen Pembangunan Perniagaan dan Pemasaran

Tel: (603) 8880 5121

Faks: (603) 8880 5122

Atau layari www.miti.gov.my



Kementerian
Perdagangan,
Antarabangsa dan
Industri



PUSAT PENGUMPULAN DAN PEMASARAN PRODUK USAHAWAN (4PU) / TRADING HOUSE



Pusat Pengumpulan Dan Pemasaran Produk Usahawan



Pengenalan

Pusat Pengumpulan dan Pemasaran Produk Usahawan (4PU) yang juga dikenali sebagai *Trading House* berperanan untuk mengumpul produk-produk EKS dan seterusnya membantu memasarkan produk tersebut. Pusat ini juga mempunyai elemen pengumpulan, pemasaran dan juga *value added services* (di bawah Program *Groom Big*). Program ini dilaksanakan dengan kerjasama individu atau syarikat pengedaran (*trading*) yang mempunyai kepakaran dan menjalankan aktiviti pemasaran yang dikenali sebagai 'usahawan pemasaran' yang telah dilantik. Program ini memberi peluang kepada EKS untuk memasarkan produk mereka ke pasaran tempatan mahupun ke luar negara.

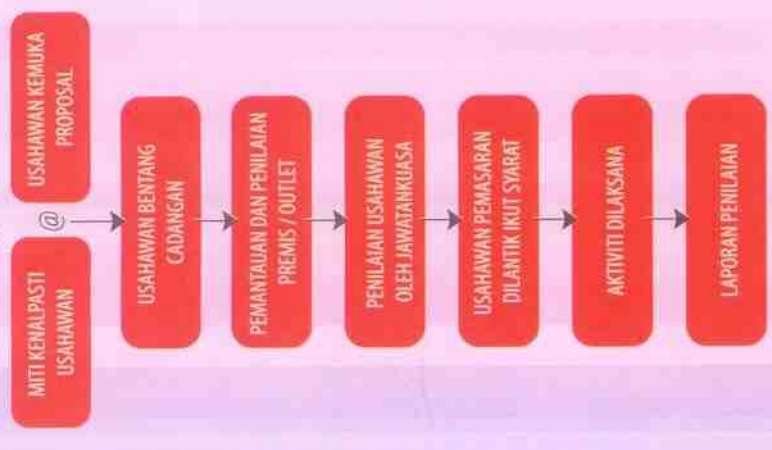
Objektif

Di antara objektif program adalah seperti:

- I) Sebagai 'one stop centre' untuk mengumpul produk-produk EKS dan membantu memasarkan produk mereka secara berterusan;
- II) Membantu EKS pengeluar untuk memasarkan produk mereka menerusi *outlet* atau *trading house* usahawan pemasaran;
- III) Mewujudkan penjenamaan produk yang lebih khusus dan berkesan;
- IV) Menemukan produk EKS dengan pembeli yang berpotensi sama ada di pasaran domestik ataupun luar negara; dan
- V) Membantu usahawan pengeluar untuk menumpukan kepada aktiviti pengeluaran.



Mekanisme Pelaksanaan 4PU / Trading House



Di Antara Kriteria 4PU / Trading House

BIL	KRITERIA	CATAN
1	Operator / Pemadahan	Syarikat sekurang-kurangnya berdaftar sebagai Sdn. Bhd. atau berdaftar di luar negara atau berdaftar di bawah Akta Koperasi 1957 atau Akta SKM 2007. Pemilikan ekuiti syarikat perlu ialah sekurang-kurangnya 75% adalah Bumiputera.
2	Outlet / Premis	Outlet pusat pengumpulan (<i>trading house</i>) sama ada di dalam atau di luar negara.
3	Pengalaman	Sekurang-kurangnya telah melaksanakan peniagaan selama 5 tahun dan aktiviti usahawan pemasar tidak kurang daripada dua tahun.
4	Rakan Niaga / Networking	Mempunyai rakan niaga di luar negara atau mempunyai rangkaian perniagaan yang meluas di dalam negara.
5	Produk atau Perkhidmatan Yang Dipasarkan	Memasarkan sekurang-kurangnya 10 produk atau perkhidmatan sebelum dilantik sebagai usahawan pemasaran oleh MITI.
6	Keupayaan Kewangan	Mempunyai kedudukan kewangan yang stabil selama 2 tahun.
7	Mempunyai Kemudahan atau Pampasan Logistik	Mempunyai kemudahan logistik seperti pengangkutan, kawalan, gudang dan juga sistem logistik yang berkesan.

Di Antara Insentif Yang Disediakan

BIL	INSENTIF
1	Penajaan booth sebanyak tiga kali di mana-mana pameran yang diklifir oleh MITI atau agensi kerajaan sama ada di peringkat tempatan atau antarabangsa.
2	Subsidi ke atas aktiviti promosi dan pemasaran seperti bunting, brosur, filets, banner, iklan di majalah, radio dan televisyen, website dan lain-lain aktiviti promosi yang berkaitan.
3	Boleh menyertai program yang ditawarkan oleh MITI dalam negara secara percuma. Di antaranya seminar atau bengkel anjuran INSSBN, pameran perdagangan seperti Gerak Usahawan dan Satu Daerah Satu Industri (SDSI), serta aktiviti promosi menerusi media cetak dan media elektronik.
4	Penajaan bagi kos pengaluan <i>seo</i> business marketing atau <i>networking</i> diadakan (maksimum 3 kali) berskala dengan mana-maha program yang dilaksanakan oleh MITI atau agensi kerajaan dan tanpa meslah diluluskan oleh pihak MITI terlebih dahulu.
5	Bayak untuk dipertimbangkan dalam program Peningkatan Kualiti Produk. (Groom Big).