



**Kata-kata Aluan** daripada

# Ahli Lembaga Pengarah

Sejak bermulanya abad ke-19, pergerakan wanita seluruh dunia telah kian meningkat setiap hari dengan wujudnya sambutan Hari Wanita Sedunia. Wanita hari ini mampu menikmati lebih kebebasan ekonomi berbanding sebelumnya. Seperti yang dinyatakan oleh Fara Warner, pengarang buku – “*The Power of the Purse: How Smart Businesses Are Adapting to the World's Most Important Consumers*”, wanita hari ini menawan lebih daripada 70% pembelian peribadi seluruh dunia dan lebih daripada separuh keputusan korporat kini dikuasai wanita. Namun, cuma beberapa syarikat sahaja yang telah mengalihkan fokus mereka kepada wanita untuk mencapai keputusan yang memberangsangkan.

Kini, wanita bukan sahaja terdedah kepada banyak barangan dan perkhidmatan, mereka juga berpengaruh besar dalam proses membuat keputusan. Mereka turut memiliki harta peribadi bernilai beratus juta dolar. Akan tetapi, segmen pasaran yang berpotensi tinggi ini sentiasa dipandang rendah dan ini merupakan ruang pasaran yang mana kita harus kuasai. Sebagai sebuah syarikat jualan langsung, **K-LINK International** mempunyai kelebihan berbanding yang lain untuk mencipta ruang pasaran yang tersendiri terutamanya dalam segmen pasaran wanita. Lebih daripada separuh pengedar kami merupakan wanita dan sedang kita menjalankan perniagaan secara profesional, kami turut merupakan pengguna pada masa yang sama. Kami sebenarnya mengaplikasikan konsep “prosumerisme” (professional + pengguna), dan kami lebih memahami kehendak pengguna berbanding yang lain.

Buat masa depan, Syarikat bukan sahaja akan memberikan lebih tumpuan kepada pasaran wanita tetapi juga bercadang untuk meningkatkan peratus pengeluaran produk kecantikan sebanyak 20%. Potensi industri produk kecantikan amat tinggi, misalnya di China, industri tersebut meningkat pada kadar 15% setiap tahun dengan jumlah kira-kira RM150 billion. Malah, kadar peningkatannya adalah

lebih tinggi berbanding Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) China sendiri.

Walaupun bagaimanapun, fokus jangka masa panjang **K-LINK** tetap akan kekal dalam industri penjagaan kesihatan. Kami akan mengekalkan 80% produk penjagaan kesihatan disamping lain-lain produk yang dihasilkan Syarikat. Selaras dengan halatuju utama kami, **K-LINK** akan memberikan lebih tumpuan kepada rangkaian produk Ayurveda-nya. Ini adalah kerana Ayurveda merupakan satu sistem perubatan yang lengkap yang mengutamakan keharmonian minda, rohani dan jasmani. Produk Ayurveda bukan sahaja membantu melegakan kesakitan dan kesengsaraan pesakit, ianya juga membantu menjaga kesihatan seseorang dan kesemua ini adalah selari dengan falsafah **K-LINK**.

Sebagai memberikan galakan kepada pengedarnya, dan dengan bantuan daripada pengilang, Syarikat telah memperkenalkan pembungkusan Ayurveda bagi memenuhi citarasa pasaran terkini dan bukan sahaja ramuan tradisional kepada pengguna. Matlamatnya adalah untuk mengubahsua imej produk berkenaan agar ianya dapat dipersembahkan kepada semua lapisan masyarakat dan tidak terhad kepada sesetengah kaum ataupun tempat atau masa.

Selain itu, **K-LINK** juga akan memperkenalkan beberapa jenis produk baru – seperti peralatan diagnostik dan sistem iridologi yang baru sebagai produk sokongan untuk meluaskan ruang pemasarannya. Dengan sistem sokongan ini, adalah diharap pengedar kami mampu menyampaikan idea pemasaran mereka kepada pengguna dengan cara yang lebih profesional, lalu meminimalkan kesilapan. Dengan semua ini, kami sememangnya mampu memberikan keyakinan kepada orang ramai dan dengan itu nama K-Ayurveda akan sinonim dengan **K-LINK** pada masa akan datang.