

10,000 BOTOL BERPINDAH TANGAN

04 June 2016

- Utusan Online



Diana Ishak dan Wan Mohd. Ridzuan Wan Dagang menunjukkan produk keluaran syarikat mereka.

Produk jenama GreenAard semakin mendapat perhatian.
Buah asam gelugor berkesan untuk menurunkan berat badan.

KEINGINAN untuk mendapatkan bentuk badan yang langsing dan seksi menjadi dambaan setiap wanita. Namun lambakan produk menguruskan badan di pasaran hari ini, ada yang tidak terjamin keberkesanannya.

Namun, bagi seorang penulis blog, produk-produk yang kebanyakannya menggunakan bahan asas kimia untuk tujuan menguruskan badan akan meninggalkan kesan tidak baik pada tubuh dalam jangka panjang.

Justeru, semasa berpantang selepas melahirkan anak kedua, Diana Ishak, 39, sering menjadikan bahan tradisional seperti asam keping untuk mendapatkan berat badan idealnya. Bermula dari situ, Diana menghasilkan ramuan herba gabungan asam gelugor dan beberapa herba lain untuk dijadikan kapsul dan menggunakannya sendiri sepanjang tempoh berpantang.

Pengalamannya itu dititipkan di dalam blognya untuk tatapan pembaca. Tidak sangka, apa yang ditulisnya itu mendapat pertanyaan mereka yang berminat untuk mencuba bahan tradisionalnya itu.

Lantas, dia memutuskan untuk menghasilkan produk berasaskan asam keping atau nama saintifiknya, *Garcinia Cambogia* untuk dijual kepada pengikut blognya yang berminat.

“Tiga kali saya buat percubaan untuk produk herba ini. Kali terakhir saya berjaya mendapatkan berat badan ideal dalam masa empat bulan tanpa menahan lapar atau bersenam. Saya percaya bahan herba adalah yang terbaik untuk tubuh badan kita,” katanya kepada **S2**.

Lalu, Diana dan suaminya, Wan Mohd. Ridzuan Wan Dagang tidak menoleh ke belakang lagi. Bermula September 2015, sebanyak 100 botol produk jenama Auraherbs *Garcinia Plus* di bawah label GreenAard keluaran syarikatnya, Xziz Biotech Sdn. Bhd. diedarkan kepada pengikut blognya untuk percubaan.

“Ketika itu, testimoni mereka memberangsangkan. Kebanyakannya berjaya mendapat berat badan ideal. Bertitik tolak dari situ, kami berjaya memulakan pasaran produk Auraherbs *Garcinia Plus* secara lebih meluas melalui online,” katanya.

Sehingga kini, katanya, sebanyak 10,000 botol produk Auraherbs *Garcinia Plus* telah terjual dalam talian dan juga secara terus kepada pelanggan.

Latar belakang Diana yang mempunyai ijazah sarjana muda dalam bidang biokimia dari Universiti Malaysia Sarawak (UniMAS) tidak disia-siakan begitu sahaja. Dia memasarkan produk berasaskan asam keping yang diformulasikan bersama pegaga, bawang putih, halia, habbatusauda dan mengkudu ke serata Malaysia.

Selain menjual secara online, produk itu juga kata Diana turut diperkenalkan di acara-acara pameran dan jualan serata negara, bagi membolehkan jenama produknya itu dikenali ramai.

Walaupun mempunyai pengikut blog yang ramai, katanya, dia perlu turun padang untuk mempromosikan produknya agar dapat berinteraksi dengan pelanggan selain memberi nasihat mengenai cara penggunaan produk.

Ini kerana katanya, tidak semua boleh mengambil produk ini terutama mereka yang menghidap beberapa jenis penyakit seperti gastrik dan sebagainya.

Ditanya mengenai cabaran ketika memulakan perniagaan produk online, Diana berkata, strategi pemasaran merupakan antara liku-liku yang perlu dilaluinya.

Katanya, dia tidak boleh bergantung semata-mata melalui penerangan lengkap mengenai produknya melalui online sahaja sebaliknya perlu mengetahui tahap kesihatan pelanggan sebelum membeli produknya,

“Satu cara untuk tahu tahap kesihatan pelanggan ialah berjumpa mereka di acara-acara pameran yang kita sertai. Selain itu, kita juga memberi latihan lengkap kepada 40 agen rasmi yang dilantik untuk memasarkan produk ini bagi memudahkan pelanggan mendapat maklumat lengkap,” katanya.

Hasil usaha tidak kenal lelah, syarikat milik Diana dan suaminya kini bakal melancarkan satu lagi produk di bawah Label GreenAard iaitu Nutrijuice. Minuman suplemen madu bercampur dengan bahan-bahan seperti safron dan delima itu bakal dilancarkan tidak lama lagi.