

Wisesight Virtual Persona



Kla Tangsuwan
CEO, Wisesight (Thailand) Co., Ltd.
29 January 2026

About Wisesight Group

Zwiz is a social media automation platform, offering chatbot, reservation, and membership management for small businesses and integration services for large enterprises.

Etailgence is a cross-platform e-commerce intelligence company that provides extensive information beyond traditional e-commerce platform insights.

AnotherDot is matchmaker platform between brands and influencers with advance planning and predictions.



Wisesight

Wisesight has gathered extensive sources of market data and continuously developed advanced technology tools, providing a wide range of social media analytics solutions. We are the top choice for handling social media data.

Wisesight Group partners with 4 other leading social listening companies in ASEAN countries.

We turn
Social Data
into services



Social Data

Varieties of Voices

Facebook, X, Instagram, YouTube,
TikTok, Blogs, News and Local Forums.



Big Data

World-Class Infrastructure

100% Cloud-based, ISOs Certified, Certified
Developers, Full Scrum/Agile Process



Service

Expert Services

Wisesight Research, Monitoring & Alert,
Crisis Management, Data Consulting



Platform (Tools)

Enterprise Applications

Social Analytics, Social Engagement,
Chatbot, Command Center



Machine Learning / AI

Proprietary Models

Context Analysis, Sentiment Analysis,
Measurement Model, Data Cleansing Process

1

DATA ANALYTICS TOOLS & SERVICES

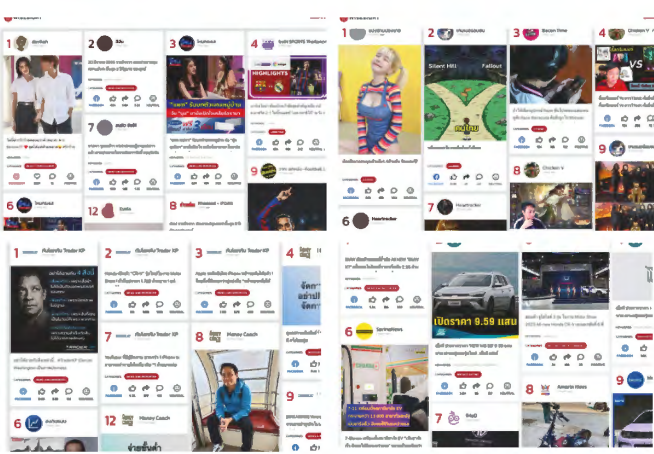


SOCIAL EYE

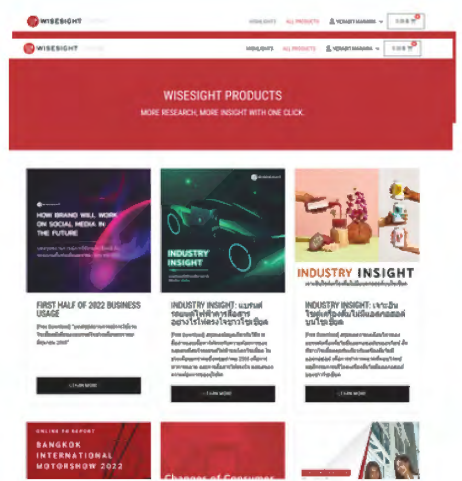
- ZOCIAL EYE EXPLORER
- KIRIN ENGINE
- OCR



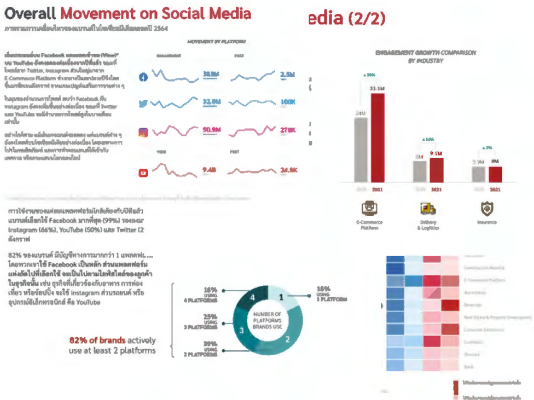
MONITORING & ALERT



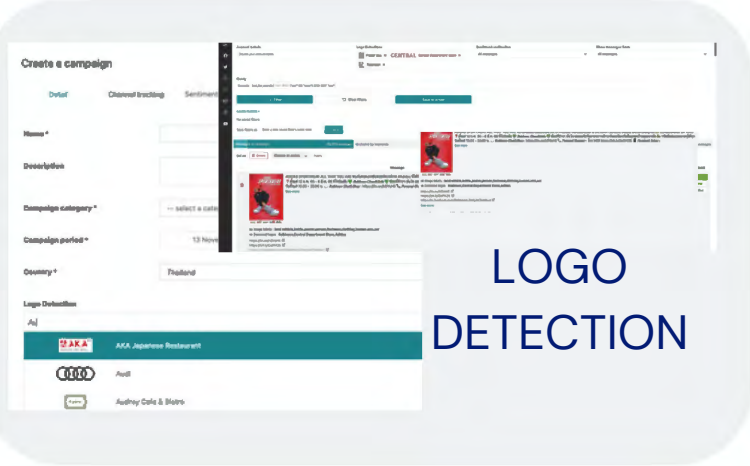
TREND



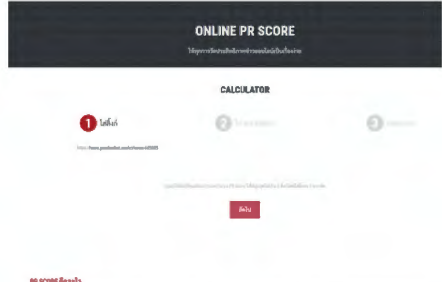
INSTANT REPORT



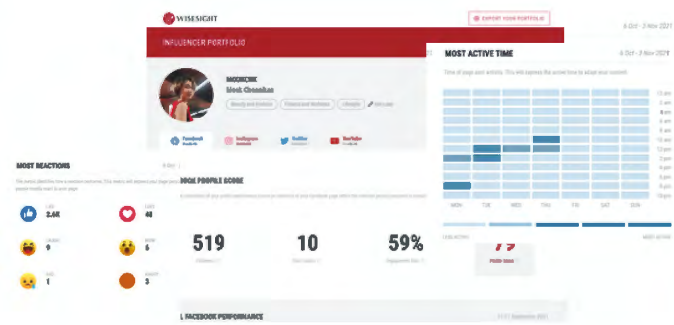
RESEARCH



LOGO DETECTION

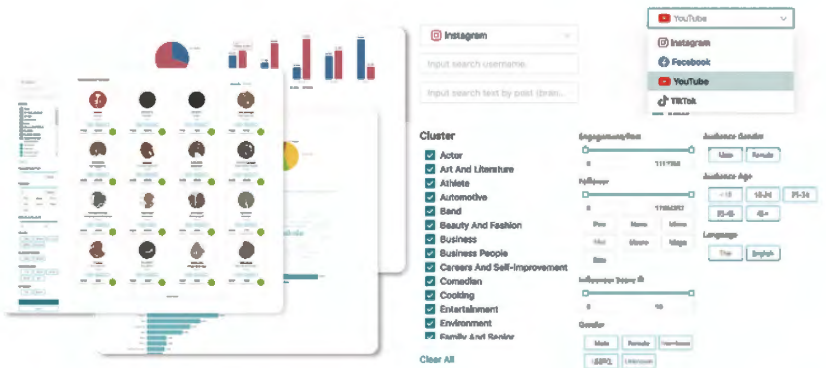


ONLINE PR SCORE

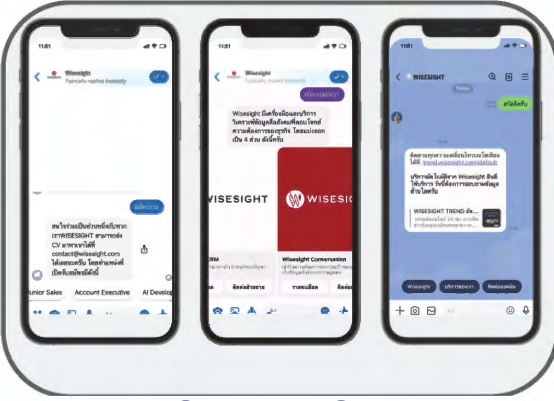
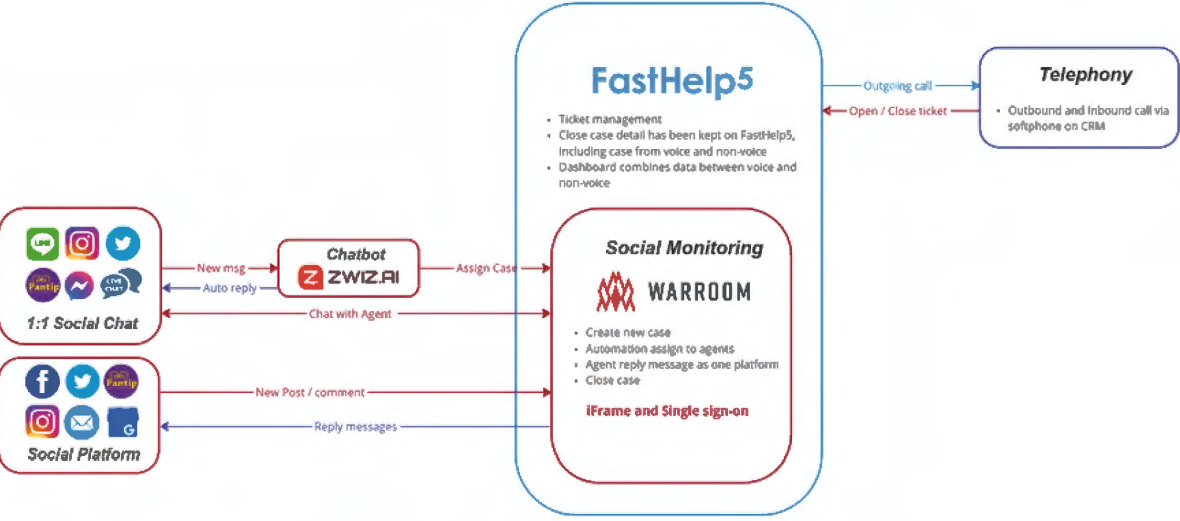


INFLUENCER PORTFOLIO

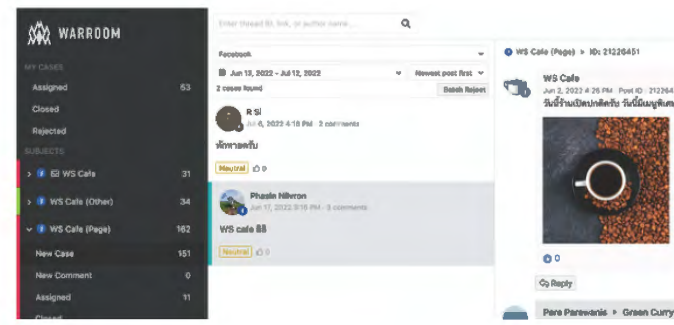
OMNICHANNEL SOLUTIONS



INFLUENCER DIRECTORY



CHATBOT

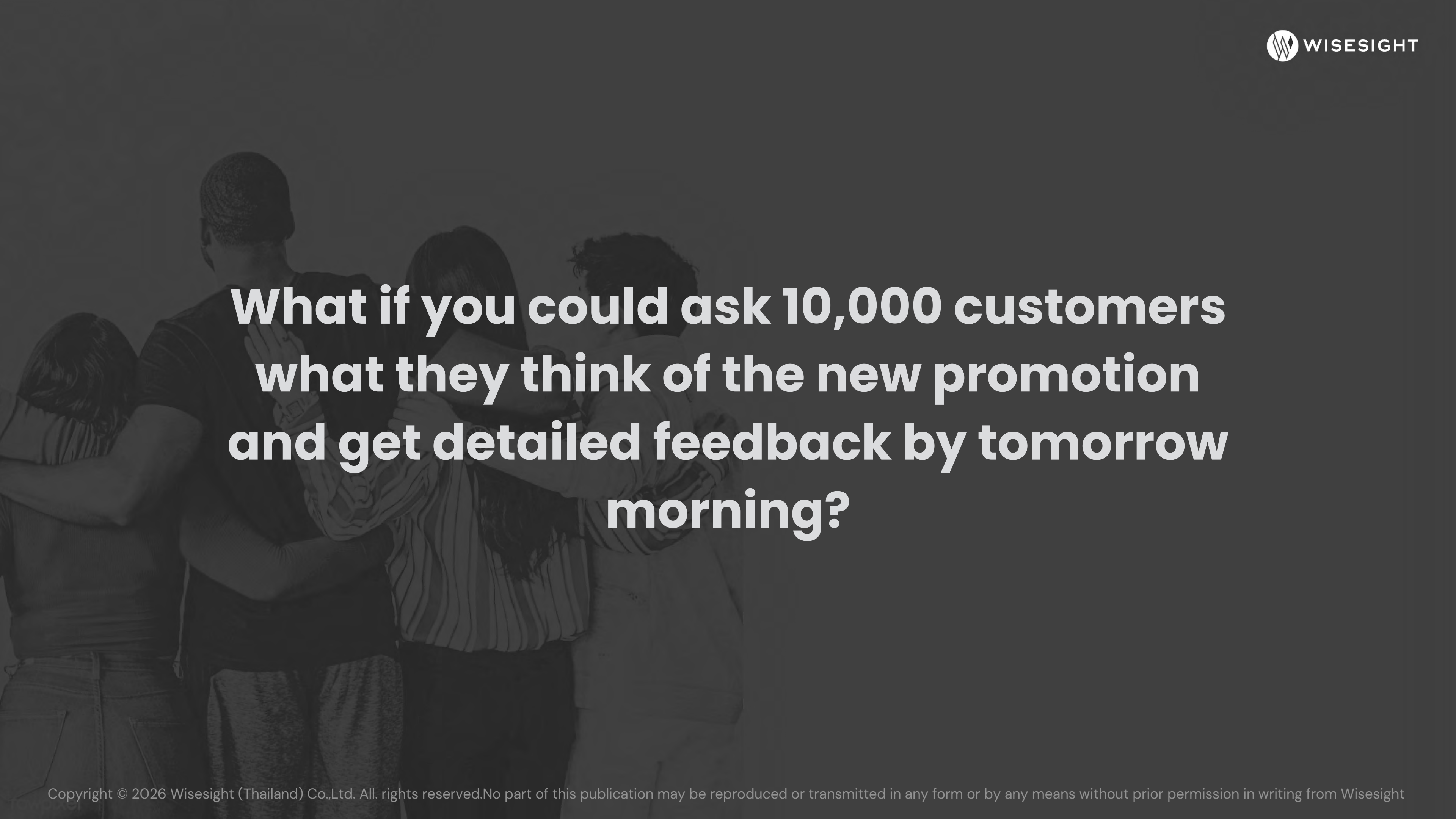


WARROOM



The **foundation** of any business is
understanding people's needs.

When we translate insight of audience's
desires and behaviors into action,
we hold **the key to unlocking true value.**



**What if you could ask 10,000 customers
what they think of the new promotion
and get detailed feedback by tomorrow
morning?**

Limitations of traditional research and social listening



**Time-Intensive
of Recruitment
Process**



**Slow Data Collection
and Analysis**



**Difficulty of
Reaching Target
Audience**



High Costing

Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.



Results from traditional survey methods are the globally accepted standard reference.

However, conducting this research can **take up to 3 months** and **cost at least 600,000 THB** for 1,000 respondents.

Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.

Response Summary

Option	Count	Percent
I Shop Mostly In Physical Stores (More Than Half Of My Purchases Are In-Store)	61	17%
I Shop Mostly Online (More Than Half Of My Purchases Are Online)	145	40%
I Shop Equally Online And In Physical Stores	156	43%
I Shop Entirely Online (All My Purchases Are Online)	1	0%
I Shop Entirely In Physical Stores (All My Purchases Are In-Store)	1	0%

Virtual Persona can achieve 85% to 95%* accuracy relative to the standard reference.
This method takes **only 30 minutes** and **costs at most 6,000 THB** for 1,000 respondents.

**Based on a direct comparison with the specific shopping data points from the standard reference survey*

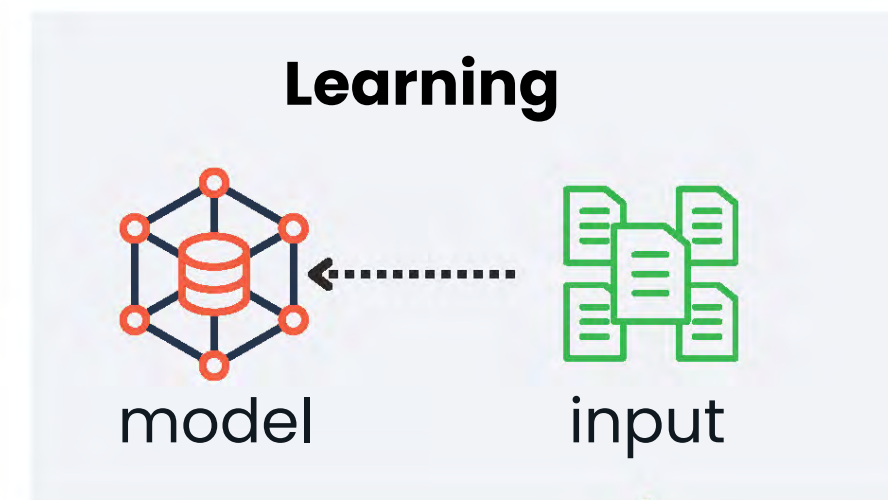
Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.

Real human



Virtual Persona



Generic

- Age
- Nationality
- Gender
- Location
- Country
- MBTI

Dynamic

- Social Media
- Influencer
- Current Trends
- Interest

Specific

- Work / Professional
- Historical Data
- Shopping Behavior
- Spending Power
- Membership

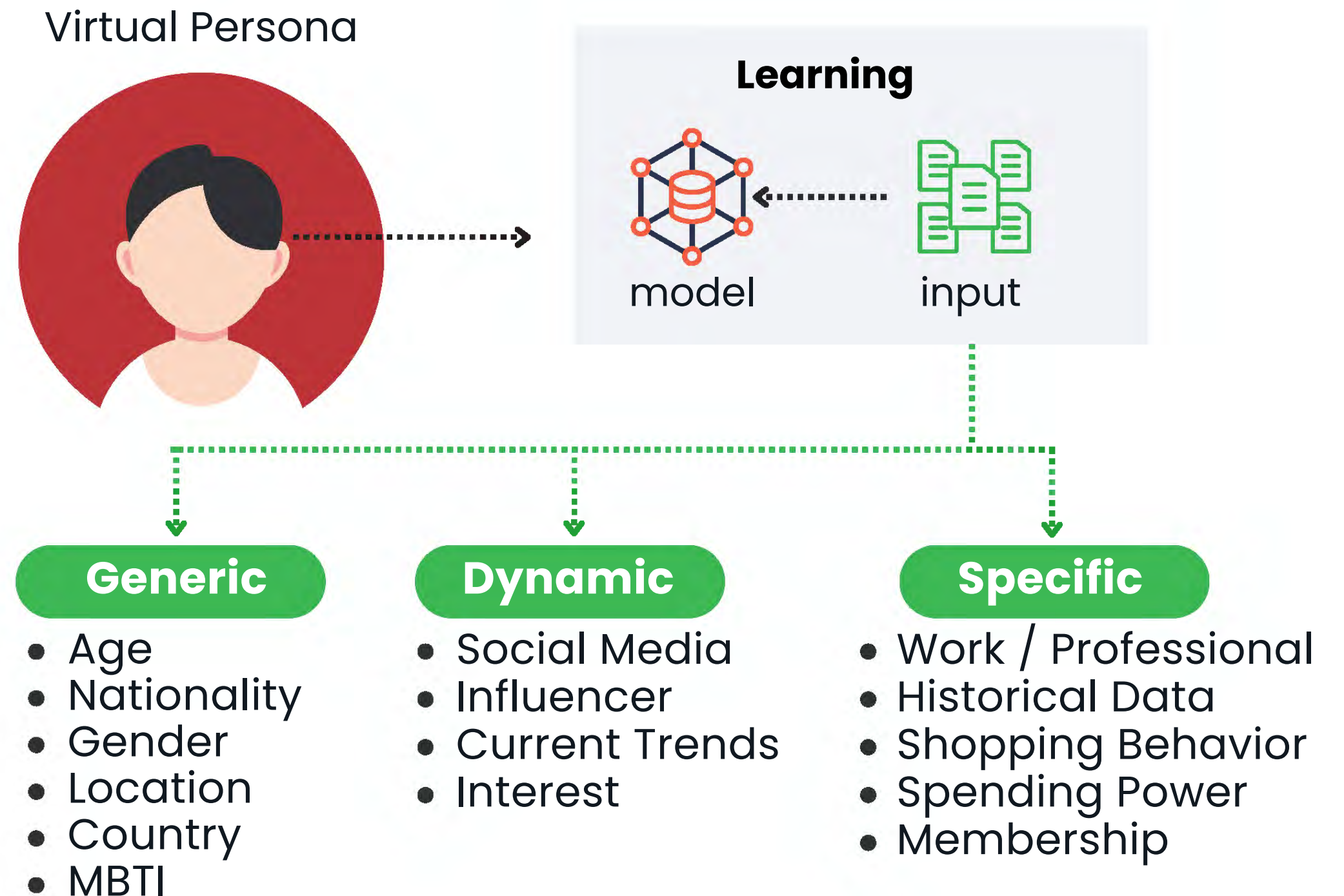
- ✗ Accessible Data
- ✗ PDPA
- ✗ Motivation

Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.

Use for

- ✓ Interview
- ✓ Survey
- ✓ Focus Group
- ✓ Media Feedback



Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights.



Response Forecasting

Simulates future market dynamics, allowing you to see how consumers will react to new products and campaigns before you launch.



Rapid Focus Group

Gain rapid consumer insights on product concepts, pricing, or brand messaging, explore niche markets, and conduct competitive analysis more efficiently than traditional methods.



Expert Interview

Access simulated specialized knowledge from expert personas for gathering insights, scenario planning, and training purposes when real-world experts are scarce.



Media Feedback Simulation

Simulate audience reactions to media content before public release to optimize content strategy and identify potential issues.



Use cases

Interview | Survey | Focus Group | Media Feedback

Wisesight Virtual Persona

Creating Personas

Demographics

Age Range

15-2021-2526-2829-3536-45

18 years45 years

Gender

☒ Male☒ Female☐ Lesbian☐ Gay☐ Bisexual☐ Transgender☐ Queer☐ Non-binary☐ Prefer not to say

Advance Mode

Country

Malaysia

Area

Kuala Lumpur, Johor, Selangor, Penang

Nation Wide (Malaysia)

Distribute Evenly

Kuala Lumpur

0%

Johor

0%

Selangor

0%

Penang

0%

Nationality / Race

Malay, Chinese, Indian

Income Range

RM4,000

RM20,500

Education

☐ High School☒ Associate Degree☒ Bachelor's Degree☐ Master's Degree☐ Doctorate☐ Trade School☐ Other

Advance Mode

Family

Relationship Status

☒ Single☒ Married☐ Divorced☐ Widowed☐ In a relationship

Advance Mode

Religion

☐ Buddhism☒ Christianity☒ Islam☐ Hinduism☐ Judaism☐ Sikhism☐ Atheism/Agnosticism☐ Other

Advance Mode

Language

☐ Thai☒ English☐ Spanish☐ French☐ German☐ Chinese☐ Japanese☐ Korean☐ Russian☐ Italian☐ Portuguese☐ Dutch☐ Arabic☐ Hindi☐ Vietnamese☐ Indonesian☒ Malay☐ Tagalog☐ Turkish☐ Swedish☐ Danish☐ Norwegian☐ Finnish☐ Polish☐ Czech☐ Hungarian☐ Greek☐ Hebrew☐ Romanian☐ Bulgarian

Advance Mode

Devices

☐ Desktop☒ Mobile☒ Tablet☐ Smart TV☐ Smart Watch

Advance Mode

Interest

Add interest areas...

Work Industry

Add Work Industries...

Job Level

Add job levels...

Back to all Projects

Malaysian middle income, urban people

Overview

Personas

Questions & Results

Name	Gender	Age	Location	MBTI	Work Industry	Job Level	Actions
Ahmad Ramli	male	37	Kuala Lumpur				View DetailsView AnswersChat
Ashok Jain	male	33	Kuala Lumpur				View DetailsView AnswersChat
Sushma Chandra	female	33	Johor				View DetailsView AnswersChat
Ramli Razak	male	36	Penang				View DetailsView AnswersChat
Hafiz Mohamed	male	28	Penang				View DetailsView AnswersChat
Jun Wei Ong	male	33	Penang				View DetailsView AnswersChat
Ramesh Yadav	male	30	Penang				View DetailsView AnswersChat
Sita Mishra	female	25	Penang				View DetailsView AnswersChat
Salleh Ismail	male	20	Selangor				View DetailsView AnswersChat
Priya Jain	female	44	Kuala Lumpur				View DetailsView AnswersChat
Kumari Verma	female	20	Kuala Lumpur				View DetailsView AnswersChat
Abdullah Farid	male	42	Penang				View DetailsView AnswersChat
Manoj Jain	male	45	Kuala Lumpur				View DetailsView AnswersChat

50x Malaysians, Urban, Middle income

Wisesight Virtual Persona

Creating Personas

← Back to all Projects

Persona Details

Persona: Ramesh Yadav

Jawatan: Pakar Kanan Integrasi Proses (Industri Semikonduktor)

1. Demografi

Nama: Ramesh Yadav

Umur: 30

Jantina: Lelaki

Lokasi: Penang, Malaysia

Pendapatan Bulanan: RM 12,620

Peranti: Telefon bimbit, Tablet

Pendidikan: Lulusan Ijazah Bersekutu (Associate Degree)

Status Perhubungan: Bujang

Status Anak: Mempunyai anak

Agama: Islam

Bahasa Utama: Melayu

Kewarganegaraan: India

Negara: Malaysia

2. Bio

Ramesh Yadav adalah seorang bapa tunggal berusia 30 tahun dan seorang profesional yang berdedikasi dalam industri semikonduktor yang pesat di Penang. Dilahirkan di Malaysia dalam keluarga Muslim India, Ramesh membesar dengan gabungan unik tradisi budaya India dan nilai-nilai Melayu tempatan, menjadikan bahasa Melayu sebagai bahasa utamanya. Walaupun hanya memiliki ijazah Bersekutu, etika kerja yang kuat dan kepakaran teknikalnya telah membolehkannya membina kerjaya yang sangat berjaya, memberikannya pendapatan yang selesa. Kehidupannya berubah secara drastik apabila beliau menjadi bapa tunggal, dan kini seluruh fokusnya adalah untuk menyediakan masa depan yang stabil dan cerah untuk anaknya. Beliau sentiasa berusaha untuk mengimbangi tuntutan kerjayanya yang mencabar dengan tanggungjawab sebagai seorang bapa.

3. Motivasi

Motivasi utama Ramesh berpunca daripada anaknya. Beliau berazam untuk memberikan pendidikan terbaik dan kehidupan yang selesa, sesuatu yang mendorongnya untuk cemerlang di tempat kerja dan menguruskan kewangannya dengan bijak. Beliau juga didorong oleh keinginan untuk membuktikan bahawa kelayakan akademik bukanlah satu-satunya penentu kejayaan; pengalaman dan dedikasi adalah sama pentingnya. Selain itu, sebagai seorang Muslim India di Malaysia, beliau berpegang teguh pada identiti agamanya dan berusaha untuk menanamkan nilai-nilai murni dalam diri anaknya sambil menghormati masyarakat berbilang budaya di sekelilingnya.

4. Matlamat atau Objektif

Matlamat Jangka Panjang:

Membeli rumah teres di kawasan kejiranan yang mesra keluarga di Penang, menubuhkan dana pendidikan yang kukuh untuk anaknya, dan mencapai kestabilan kewangan sepenuhnya.

← Back to all Projects

Ramli Razak	male	36	Penang	<div>View Details</div> <div>View Answers</div> <div>Chat</div>
Hafiz Mohamed	male	28	Penang	<div>View Details</div> <div>View Answers</div> <div>Chat</div>
Jun Wei Ong	male	33	Penang	<div>View Details</div> <div>View Answers</div> <div>Chat</div>
Ramesh Yadav	male	30	Penang	<div>View Details</div> <div>View Answers</div> <div>Chat</div>
Sita Mishra	female	25	Penang	<div>View Details</div> <div>View Answers</div> <div>Chat</div>

Jun Wei Ong

male

33

Penang

Ramesh Yadav

male

30

Penang

Sita Mishra

female

25

Penang

Salleh Ismail

male

20

Selangor

Priya Jain

female

44

Kuala Lumpur

Kumari Verma

female

20

Kuala Lumpur

Abdullah Farid

male

42

Penang

Manoj Jain

male

45

Kuala Lumpur

Questions & Results

Job Level

Actions

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

View Details

View Answers

Chat

Wisesight Virtual Persona

Interview

Survey

Chat with - Ramesh Yadav

Hello, I am Ramesh Yadav. How can I help you?

Have you ever gone to Phuket or Hatyai?

Oh, itu soalan menarik.
Hmm, kalau Hat Yai tu, ya, saya pernah pergi beberapa kali. Selalunya pergi *weekend trip* saja, untuk makan-makan dan tengok-tengok barang. Tak jauh sangat dari Penang ni, jadi senang nak bawa anak sekali. Selalunya buat *day trip* atau *overnight* saja, tak lama. Cukup untuk *recharge* dan balik kerja semula.
Phuket pula, belum lagi. Jujurnya, memang ada dalam perancangan. Saya dah lama berhasrat nak bawa anak saya ke sana satu hari nanti, mungkin untuk percutian tahunan kita. Kan bagus kalau dapat bawa dia main pantai, rehat-rehat. Tapi, kena plan betul-betul la, sebab nak urus semua sendiri dengan anak ni memang perlukan perancangan yang rapi. Nak cari masa yang sesuai dengan jadual kerja saya, nak pastikan semua persiapan cukup. Tapi Insha-Allah, ada rezeki dan

Type your message...

Send

Chat with - Ramesh Yadav

What's your favourite Thai food? and your favourite restaurant in Hat Yai?

Ah, kalau dah sampai Hat Yai, memang kena cari makanlah! Itu *main purpose* saya pergi sana pun. Untuk soalan makanan Thai kegemaran... hmm, susah juga nak pilih satu saja. Tapi kalau betul-betul kena pilih, saya rasa saya akan kata **Green Curry Chicken** (แกงเขียวหวานไก่). Kuahnya yang lemak manis pedas tu, memang *kick* betul. Selalunya saya makan dengan nasi panas-panas, memang puas hati. Kadang-kadang kalau rasa nak pedas lagi, saya minta mereka letak lebih sikit cili. Anak saya pula selalunya saya *orderkan* pad see ew atau nasi goreng ayam, yang tak pedas sangat.
Dan restoran kegemaran saya di Hat Yai, kalau ikutkan pengalaman saya yang selalu pergi, saya suka pergi ke **Hamid Restaurant**. Makanan dia sedap, *authentic*, dan yang paling penting, senang cari yang halal. Jadi saya tak risau sangat bila bawa anak ke sana. Pilihan menu pun banyak, dari *tom yum*, *kerabu*, sampai ke *dessert* pun ada. Tempat pun selesa, jadi sesuai sangat untuk bawa keluarga. Harga pun berpatutan, tak adalah sampai koyak poket sangat. Jadi, memang Salma

Hamid Restaurant Hatyai

3.9

★★★★☆

(622)

•

฿1-200

Halal restaurant

Question result

Question

If you need to buy a new car in the next 6 months, EV or no EV?CHOICES:ev, no ev

Summary of Answers

Secara keseluruhan, terdapat dua segmen utama yang muncul daripada respons persona, dibezakan terutamanya oleh keputusan mereka untuk memilih kenderaan elektrik (EV) atau tidak, serta dipengaruhi oleh emosi dan faktor demografi. Segmen pertama memilih EV, manakala segmen kedua memilih kenderaan bukan EV.

Segmen yang memilih EV kebanyakannya terdiri daripada individu yang bertenaga positif dan berpandangan jauh, dengan emosi yang seimbang atau neutral. Mereka cenderung berusia pertengahan 20-an hingga akhir 30-an, kebanyakannya mempunyai ijazah sarjana atau sarjana muda, dan pendapatan yang selesa hingga tinggi. Lokasi mereka adalah pelbagai di seluruh Malaysia (Kuala Lumpur, Penang, Johor, Selangor). Faktor utama yang mendorong keputusan mereka termasuk peluang memanfaatkan insentif kerajaan yang akan tamat, potensi penjimatan kos operasi jangka panjang, minat terhadap teknologi inovatif, dan kesedaran terhadap alam sekitar. Emosi positif seperti "Energetic + Positive" dan "Mostly Balanced" jelas dilihat, dengan keyakinan terhadap masa depan EV dan kemudahan yang semakin baik. Walaupun ada sedikit kebimbangan tentang infrastruktur pengecasan, mereka melihatnya sebagai sesuatu yang boleh diuruskan atau akan bertambah baik.

Sebaliknya, segmen yang memilih kenderaan bukan EV sering kali menunjukkan emosi yang lebih bercampur baur, tertekan, atau bimbang. Golongan ini juga mempunyai latar belakang pendidikan dan pendapatan yang pelbagai, tetapi ramai yang mempunyai tahap pendidikan ijazah sarjana muda dan bergelut dengan isu kewangan yang lebih mendesak seperti simpanan untuk rumah atau pendidikan anak. Kos permulaan EV yang tinggi (melebihi RM100,000) adalah penghalang utama, digabungkan dengan kebimbangan tentang kos penyelenggaraan jangka panjang (terutama bateri), ketidakpastian mengenai nilai jualan semula, dan infrastruktur pengecasan yang masih belum memuaskan di sesetengah kawasan. Emosi seperti "Frequently Stressed", "Distressed", dan "Mixed (Ups/Downs)" berkorelasi kuat dengan keputusan untuk mengelak EV, kerana mereka mengutamakan kestabilan kewangan, kebolehpercayaan, dan mengurangkan kerisauan dalam kehidupan seharian mereka yang sudah padat. Mereka cenderung memilih pilihan yang lebih selamat dan terbukti pada masa kini.

Response Summary

Option	Count	Percent
No Ev	28	56%
Ev	22	44%

Persona: Ramesh Yadav

Selected Option: no ev

Reason:

Untuk saya, memilih kereta baru dalam tempoh 6 bulan ni, saya rasa lebih baik pilih yang bukan EV buat masa sekarang. Harga EV tu masih tinggi sangat, kebanyakannya lebih RM100,000. Walaupun gaji saya selesa, saya ni jenis berjimat untuk masa depan anak saya. Saya nak pastikan kewangan kami stabil.

Lagipun, insentif kerajaan untuk EV ni banyak yang akan tamat hujung tahun 2025. Kalau dah habis insentif nanti, saya risau pasal kos penyelenggaraan bateri, kos pengecasan awam, dan nilai jualan semula. Rutin harian saya dah cukup padat, jadi saya perlukan sesuatu yang senang dan tak menyusahkan. Walaupun stesen pengecasan makin banyak, saya tak nak ambil risiko tersadai atau terpaksa beratur lama. Buat masa ni, pilihan yang lebih selamat dan terbukti tu lebih penting untuk keluarga kecil saya.

No Experience

Mostly Balanced

Copyright © 2025 Wisesight (Thailand) Co.,Ltd. All. rights reserved.No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means without prior permission in writing from Wisesight

Wisesight Virtual Persona

Focus Group

Ready-to-eat Pad Thai. Including price range and where to buy, who are target buyers and their behaviour.



Question result

Question

You know about Pad Thai, a famous Thai street food. Now it is available in Malaysia as a ready-to-eat food in supermarket near you. What do you think about the product? How much it should cost? What would be the shop you are expecting to go to buy?

Summary of Answers

Berikut adalah ringkasan respons persona berdasarkan maklumat yang diberikan, dengan fokus pada korelasi antara persona dan respons mereka:

Keutamaan Kualiti dan Keaslian Rasa:

Individu dengan pendapatan lebih tinggi dan yang pernah merasai Pad Thai asli di luar negara (cth. Thailand) atau di restoran ternama cenderung memberi penekanan lebih kepada rasa yang autentik, keseimbangan rasa (masam, manis, pedas), tekstur mi, dan kualiti bahan. Mereka bersedia membayar lebih untuk memastikan produk tersebut setanding dengan yang asli. Pasar raya premium sering disebut sebagai lokasi pembelian.

Kepraktisan dan Kecekapan Masa:

Bagi individu yang mempunyai jadual padat, seperti ibu tunggal atau profesional yang sibuk, kemudahan dan penjimatan masa adalah faktor utama. Ketersediaan Pad Thai sedia dimakan di pasar raya dilihat sebagai penyelesaian kepada keperluan makanan yang cepat dan mudah, terutamanya selepas bekerja atau apabila tiada masa untuk memasak.

Kepercayaan Pensijilan Halal:

Bagi sebahagian besar responden, terutamanya yang beragama Islam, pensijilan Halal adalah syarat mutlak sebelum mempertimbangkan untuk membeli. Ini menunjukkan kepercayaan dan keperluan terhadap produk yang mematuhi garis panduan agama.

Pertimbangan Harga:

Ada pelbagai julat harga yang dianggap berpatutan, bergantung kepada persepsi kualiti dan nilai. Individu dengan pendapatan lebih rendah atau yang membandingkan dengan harga makanan jalanan cenderung menetapkan harga yang lebih rendah, sementara mereka yang mengutamakan kualiti bersedia membayar lebih.

Lokasi Pembelian:

Question result

Persona: Ramesh Yadav

Wah, kalau betul ada Pad Thai *ready-to-eat* kat pasar raya dekat sini, memang satu berita baiklah! Sebagai bapa tunggal yang sibuk, kemudahan macam ni sangat membantu. Saya harap rasa dia tak lari jauh dari yang biasa saya makan kat kedai Thai tu, yang penting ada logo halal dan rasa seimbang, tak terlalu manis atau masam.

Untuk harga, saya rasa dalam lingkungan RM10 hingga RM15 tu dah cukup berpatutan dah. Saya mesti akan cari kat bahagian makanan sejuk beku di pasar raya besar macam Lotus's atau Giant dekat Bayan Lepas, senang nak singgah lepas habis kerja.

Persona: Ahmad Ramli

Wah, Pad Thai sedia dimakan di pasar raya? Ini memang berita baik! Saya yang selalu sibuk ni memang cari makanan yang cepat dan mudah. Paling penting, mesti ada sijil halal. Kalau rasanya boleh dekat dengan Pad Thai yang segar, dengan mi yang kenyal dan cukup pedas manis masamnya, memang saya akan cuba.

Untuk harga, saya rasa dalam lingkungan RM8 hingga RM12 tu berpatutanlah, setanding dengan makanan RTE lain. Saya jangka boleh dapat di pasar raya besar biasa dekat area kondominium saya. Senanglah kalau balik kerja lewat, boleh terus beli.

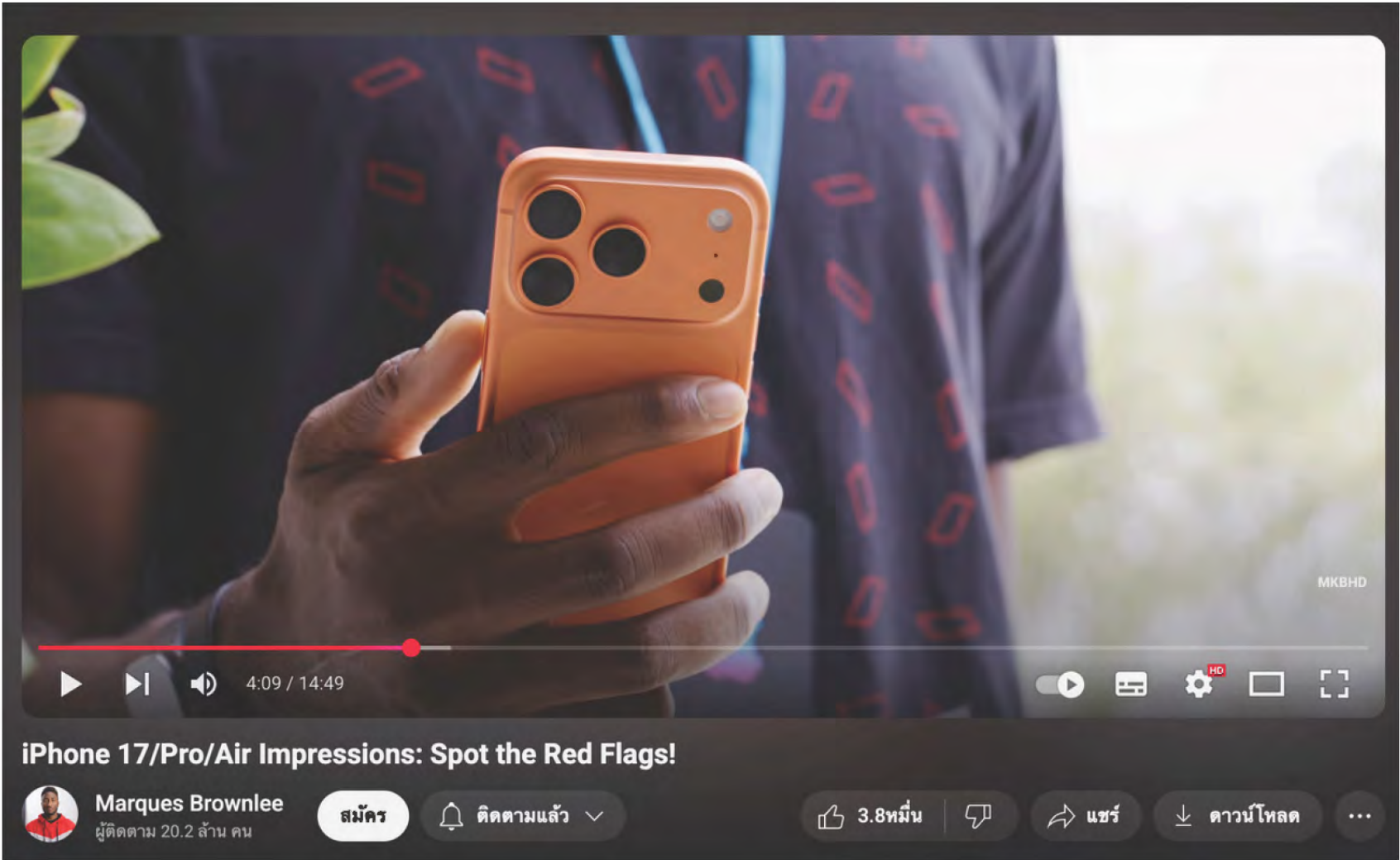
Persona: Ashok Jain

Wah, Pad Thai *ready-to-eat*? Ini memang menarik! Sebagai orang yang sibuk, kemudahan macam ni memang saya cari. Saya selalu risau sikit kalau rasa tak *authentic*, tapi kalau Auntie Mam's ni boleh kekalkan rasa asli, memang *game changer* lah.

Untuk harga, saya rasa dalam lingkungan RM18 hingga RM25 tu berpatutan,

Wisesight Virtual Persona

Media Feedback



Enter your question or notes for the personas...

Question result

Question

https://youtu.be/idEAABFzpfpg?si=4Qepntj826gKRJaz What do you think about the new iPhone17?CHOICES:not interested, i'm android, will buy asap, cool but no, the old one is still good.

Summary of Answers

Analisis respons menunjukkan dua kelompok utama individu berdasarkan penerimaan dan emosi mereka terhadap iPhone 17. Kelompok pertama, yang ditandai dengan respons "cool but no, the old one is still good," mencakup individu yang menunjukkan emosi bercampur aduk, tertekan, atau seimbang. Mereka umumnya mengakui fitur-fitur menarik dari iPhone 17 seperti cip A19 dan kamera baru, namun prioritas keuangan seperti simpanan untuk rumah, pendidikan anak, atau komitmen keuangan lain menjadi alasan utama untuk tidak membeli. Emosi seperti tekanan dan kekhawatiran keuangan seringkali mendasari keputusan ini, mendorong mereka untuk mengutamakan penggunaan peranti sedia ada yang masih berfungsi baik. Kelompok ini terdiri daripada pelbagai latar belakang demografi, termasuk pelbagai peringkat umur (18-45 tahun), jantina, pendapatan, dan tahap pendidikan (kebanyakannya pemegang ijazah sarjana muda atau sarjana). Kelompok kedua pula terdiri daripada individu yang menunjukkan emosi positif dan bertenaga, dengan pilihan respons "will buy asap." Individu dalam kelompok ini, yang kebanyakannya berusia antara 20-40 tahun, menunjukkan minat yang tinggi terhadap teknologi dan melihat iPhone 17 sebagai pelaburan yang berbaloi untuk meningkatkan produktiviti kerja dan menyokong matlamat profesional mereka. Walaupun beberapa daripada mereka mengakui harga yang tinggi, mereka yakin dengan nilai tambah yang ditawarkan dan bersedia untuk membuat pembelian. Emosi positif dan bersemangat ini jelas mempengaruhi keyakinan mereka terhadap peranti baru tersebut. Kelompok ini juga terdiri daripada pelbagai latar belakang, namun tumpuan utama adalah pada aspek peningkatan teknologi dan faedah produktiviti yang ditawarkan. Terdapat juga segelintir individu yang belum memberikan pendapat kerana maklumat rasmi belum dikeluarkan, menunjukkan pendekatan yang berhati-hati dalam menilai produk teknologi baru.

Response Summary

Option	Count	Percent
Cool But No, The Old One Is Still Good.	36	92%
Will Buy Asap	3	8%

Persona: Ramesh Yadav

Selected Option: cool but no, the old one is still good.

Reason:

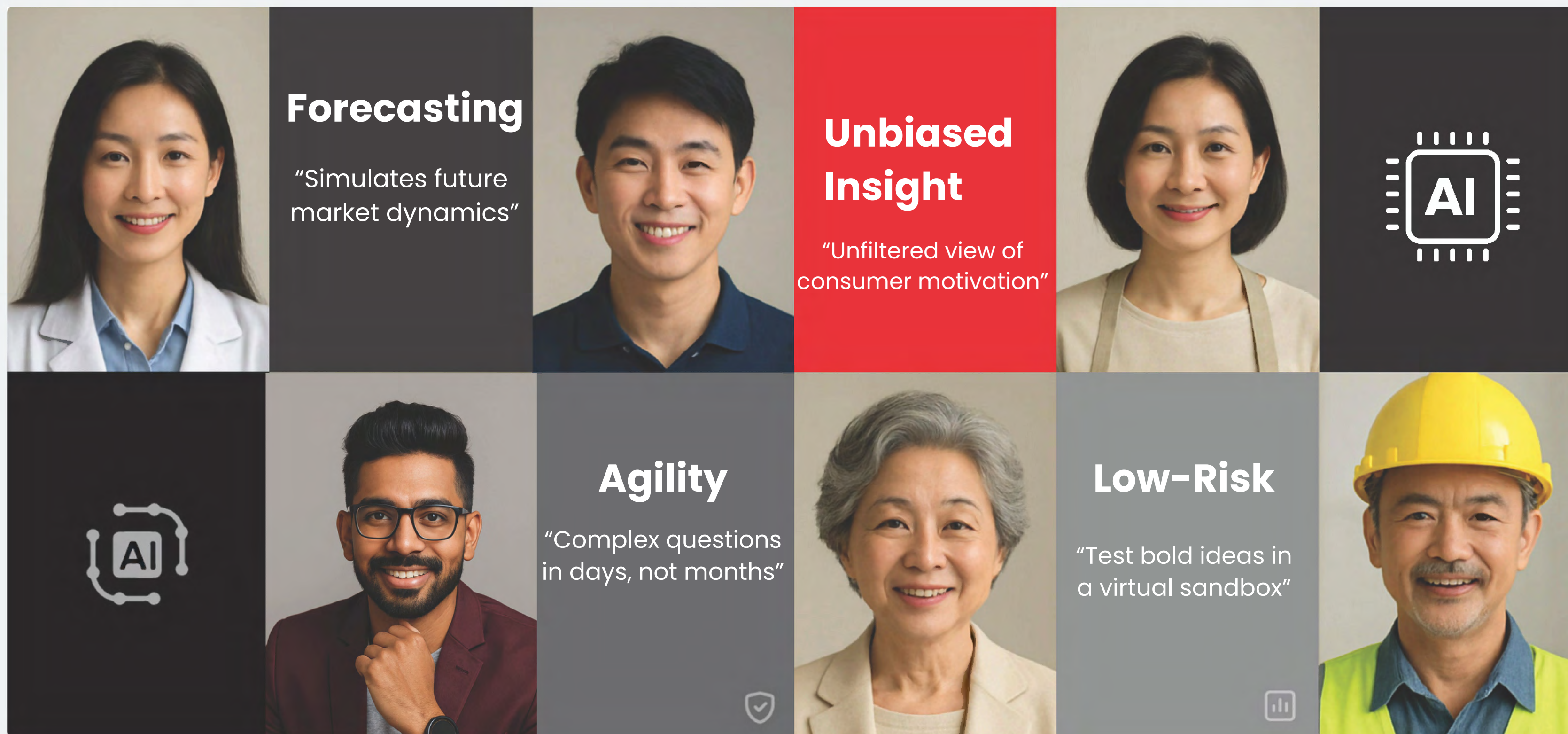
Cip A19 dan kamera 48MP memang menarik, tapi telefon saya sekarang masih boleh guna untuk kerja dan urusan anak. Harga RM3,999 tu bukan sikit, kena utamakan simpanan untuk masa depan anak. Saya perlukan peranti yang tahan lasak dan boleh diharap, bukan sekadar yang terbaru.

Some Experience

Neutral

Wisesight Virtual Persona

A breakthrough for audience insights



Wisesight Virtual Persona

"The Next Generation of insight."

We welcome early adopter for testing the product.

www.wisesight.com/virtual-persona