

# “ลาซาต้า” ชุกกลยุทธ์หนุนผู้ค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ เน้นเข้าถึงตลาดนักช้อปทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



“ลาซาต้า” ผู้นำด้านอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รุกคืบกลยุทธ์อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน หนุนผู้ค้าและสินค้าแบรนด์นอกให้เข้าถึงตลาดนักช้อปออนไลน์บนแพลตฟอร์มลาซาต้าเพิ่มมากขึ้น หลังพบความต้องการของผู้บริโภคพุ่งสูงเป็นประวัติการณ์ ดันยอดขายสินค้าข้ามพรมแดนเติบโตกว่าสี่เท่าในช่วงสามปีที่ผ่านมา

มร. จิง ยิน (Jing Yin) ประธานกรรมการ (ร่วม) ของ ลาซาต้า กรุ๊ป กล่าวระหว่างการประชุมผู้ขายสินค้าข้ามพรมแดนบนแพลตฟอร์มลาซาต้า ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี นี้ ที่เมืองเซินเจิ้น ประเทศจีน โดยมีผู้ค้ากว่า 1,000 ราย เข้าร่วมประชุมและรับฟังคำแนะนำด้านกลยุทธ์ที่ลาซาต้าพัฒนา เพื่อให้ผู้ค้าสามารถเข้าถึงลูกค้าในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ดียิ่งขึ้นว่า หนึ่งในกลยุทธ์สำคัญของลาซาต้า คือการนำแบรนด์สินค้าที่มีคุณภาพจากผู้ค้าข้ามพรมแดน (Cross-border sellers) มาแนะนำบนแพลตฟอร์มของลาซาต้า ผลักดันให้เติบโต พร้อมทั้งดูแลรักษา แบรนด์ชั้นนำ 300 อันดับแรกใน 6 ตลาดหลักในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม โดยลาซาต้าต้องการทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมโยงระหว่างร้านค้าข้ามพรมแดนที่มีคุณภาพกับผู้บริโภคกว่า 560 ล้านคนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อเปิดโอกาสให้แบรนด์เหล่านี้สามารถพัฒนาตลาดและเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ผ่านการแสดงผลการค้นหาที่ช่วยให้สินค้าข้ามพรมแดนจากผู้ขายสามารถปรากฏต่อสายตาลูกค้าได้มากขึ้น เมื่อลูกค้ามีการเรียกดูเว็บไซต์หรือใส่คำค้นหาสินค้า นอกจากนี้ ยังมีการปรับปรุงระบบการคัดแยกประเภทสินค้าข้ามพรมแดนบนแพลตฟอร์มลาซาต้าให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอีกด้วย

“ด้วยความเชี่ยวชาญและโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นสุดยอดจากอาลีบาบา (Alibaba) ผนวกกับความเข้าใจด้านตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในเชิงลึกของเรา ลาซาต้าสามารถหยิบยื่นความรู้และเครื่องมือต่างๆ ให้กับผู้ขายสินค้าข้ามพรมแดนและบรรดาแบรนด์สินค้าต่างๆ เพื่อก้าวไปพร้อมกับการเติบโตอย่างมหาศาลในภูมิภาคนี้” มร.จิง กล่าว สำหรับการพัฒนาของลาซาต้าที่สำคัญคือ การปรับปรุง “โกลบอล คอลเลคชั่น” (Global Collection) ช่องทางการซื้อขายสินค้าข้ามพรมแดนบนแพลตฟอร์มลาซาต้า ซึ่งได้อัพเกรดเป็น “โกลบอล คอลเลคชั่น 2.0” โดยพัฒนาฟังก์ชันช่วยการค้นหาด้วยอัลกอริทึมการคัดกรองประเภทสินค้าข้ามพรมแดนและแสดงผลผู้ขายสินค้าคุณภาพและได้รับความนิยม ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้าเหล่านั้นได้ง่ายดายยิ่งขึ้น

ในส่วนของการบริการภายใต้ โกลบอล คอลเลคชั่นนี้ ลาซาต้ายังได้พัฒนาระบบให้ลูกค้าได้รับสินค้ารวดเร็วยิ่งขึ้น

โดยลูกค้าที่เลือกประเภทบริการจัดส่งพัสดุสินค้าแบบมาตรฐาน จะสามารถรับสินค้าได้ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่วันที่ส่งสินค้า ด้านผู้ค้าเองยังสามารถพัฒนาประสิทธิภาพการบริการและขายสินค้าบนแพลตฟอร์มลาซาด้า ด้วยแคมเปญใหม่ที่มาพร้อมกับเครื่องมือและข้อมูลเชิงลึก โดยผู้ค้าจะได้รับรายงานประจำสัปดาห์เกี่ยวกับคำค้นยอดนิยมและรายการสินค้าที่ลูกค้ามองหาบนลาซาด้า ทั้งนี้เพื่อผู้ค้านำไปพัฒนาการขายให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ดีขึ้น สำหรับ โกลบอล คอลเลชัน ของลาซาด้า เปิดตัวครั้งแรกเมื่อปี 2556 และได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นตลาดซื้อขายสินค้าที่มีความหลากหลายที่สุดแห่งหนึ่งที่รวมเอาแบรนด์และผู้ค้าจากทั่วทุกมุมโลกมาไว้ในที่เดียว โดยผู้ขายสินค้าข้ามพรมแดนห้าอันดับแรกมาจากประเทศจีน ฮองกง เกาหลี สหรัฐอเมริกา และยุโรป ตามลำดับ และมีสินค้ายอดนิยมได้แก่ สินค้าประเภทแฟชั่นสตรี สินค้าสำหรับบ้านและที่อยู่อาศัย และแฟชั่นเด็ก ทั้งนี้จากการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีพื้นฐานอันแข็งแกร่งของอาลีบาบา รวมถึงเครือข่ายโลจิสติกส์ที่ครอบคลุมในวงกว้างและไร้คู่แข่ง ลาซาด้ายังเตรียมที่จะเปิดตัวตลาดสินค้าประเภทใหม่ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีขนาดใหญ่ อาทิ เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในบ้านอีกด้วย

ปีที่ผ่านมา ลาซาด้าได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ด้วยสถิติการจัดส่งสินค้าผ่านตัวแทนรับส่งพัสดุของลาซาด้าในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นจำนวนมากว่าหนึ่งล้านชิ้นต่อวัน ทั้งนี้ลาซาด้าได้ตอบรับต่อความต้องการของลูกค้าซึ่งมากเป็นประวัติการณ์ โดยจับมือพันธมิตรด้านโลจิสติกส์กว่าหนึ่งร้อยราย รวมถึงผู้ให้บริการจัดส่งพัสดุรายอื่นๆ เพื่อเสริมประสิทธิภาพการบริการและจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ นอกจากนี้ยังได้เข้าเครื่องบินขนส่งสินค้าแบบเหมาลำส่งพัสดุสินค้าข้ามพรมแดนนำหน้ารวมกว่า 200 ตันสู่มือนักช้อปปิ้งในประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และ ไทย เพื่อให้ทันเวลาสำหรับช่วงเทศกาลวันหยุดพิเศษอีกด้วย

ทั้งนี้ ยอดการใช้จ่ายผ่านอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เพิ่มสูงมากเป็นประวัติการณ์ได้สะท้อนถึงความต้องการสินค้าข้ามพรมแดนที่เพิ่มมากขึ้นด้วย โดยยอดขายสินค้าข้ามพรมแดนบนแพลตฟอร์มของลาซาด้าในภูมิภาคนี้มีการเติบโตถึง 4.6 เท่าภายในระยะเวลาสามปี นอกจากนี้ มีการคาดการณ์ว่า ธุรกิจอีคอมเมิร์ซในภูมิภาคนี้จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าตลาดจะมีมูลค่าสูงถึง 2.4 แสนล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2568 ซึ่งสูงกว่าการคาดการณ์ก่อนหน้านี้ถึง 40,000 ล้านเหรียญสหรัฐ