

# ลาซาด้า ตีตลาดอีคอมเมิร์ซฟอรัมแบรนด์และผู้ขายสู่ “Super eBusinesses”



ชุด “ซูเปอร์ โซลูชันส์” (Super-Solutions) ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ลาซาด้า ผู้นำด้านอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกาศกลยุทธ์ “ซูเปอร์ โซลูชันส์” (Super-Solutions) ตีตลาดแบรนด์และผู้ขายทั้งรายเล็กและรายใหญ่สู่การเป็น “Super eBusiness” (สุดยอดธุรกิจออนไลน์) เพื่อสร้างโอกาสในการชิงส่วนแบ่งการตลาดในระดับภูมิภาค

โดย Super-Solutions จะช่วยตอบโจทย์ปัญหาหลัก 3 ประการที่แบรนด์และผู้ขายมักประสบในการทำธุรกิจออนไลน์ ได้แก่ การสร้างแบรนด์ (Branding) การทำการตลาด (Marketing) และการขาย (Sales) โดยมุ่งหวังให้แบรนด์และผู้ขายทุกรายสามารถเกาะกระแสการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ และจะเริ่มมีการประกาศใช้ในเดือนนี้ (มีนาคม) เนื่องในโอกาสฉลองครบรอบ 7 ปีของลาซาด้า

มร. ปีแอร์ บัวยอง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ลาซาด้า กรุ๊ป กล่าวภายในงาน LazMall Brand Future Forum ว่า “ไม่มีผู้ขายรายใดที่เลิกเกินไปที่จะเติบโต และไม่มีแบรนด์ใดที่ใหญ่เกินสำหรับการเป็นสุดยอดธุรกิจออนไลน์ คือแนวคิดสำคัญที่ทำให้ลาซาด้าเปิดตัว Super-Solutions เพื่อผลักดันแบรนด์และผู้ขายบนแพลตฟอร์มของเราให้สามารถดำเนินธุรกิจออนไลน์และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ตรงเป้าหมาย และเพิ่มจำนวนได้มากยิ่งขึ้น”

โดย “Super-Solutions” ที่มีการเปิดตัวภายในงาน LazMall Brands Future Forum (BFF) ได้แก่

– แคมเปญ “Super” Series โดยแบรนด์และผู้ขายบน LazMall สามารถเข้าร่วมแคมเปญ “Super” ใดก็ได้จาก 4 ซีรีส์ เพื่อส่งเสริมการขายและพัฒนาการสื่อสารกับลูกค้าผ่านวิธีต่างๆ

– แพลตฟอร์มโซลูชันทางการตลาดและ Business Advisor Dashboard ซึ่งเป็นกระดานแสดงผลข้อมูลทางธุรกิจใหม่ที่ดีกว่าเดิม เพื่อให้แบรนด์และผู้ขายนำไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมหน้าร้าน ทำให้นักซ้อพบเห็นผลิตภัณฑ์ของพวกเขามากขึ้น และผู้ขายเองสามารถเลือกสรรโปรโมชั่นที่เหมาะสม ตอบโจทย์ลูกค้าที่เปลี่ยนไปได้ดียิ่งขึ้น และเพิ่มยอดขายได้

– เครื่องมือเทคโนโลยีล้ำยุคเพื่อเพิ่ม Brand Awareness และยอดขาย ด้วยการใช้ Store Builder เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับหน้าร้านของตัวเอง รวมถึงการเปิดตัวเครื่องมือแบบโซเชี่ยลสำหรับแสดงความคิดเห็นระหว่างการใช้ไลฟ์สดริม และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าผ่านกิจกรรมในแอปพลิเคชัน อาทิ เกม เพื่อให้แบรนด์และผู้ขาย

สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ขณะเดียวกัน ลาซาด้าได้ประกาศความร่วมมืออย่างเป็นทางการกับ 12 บริษัทชั้นนำด้านไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยี และ แฟชั่น เพื่อแสดงถึงความร่วมมือและทำให้การค้าออนไลน์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของบริษัทดังกล่าวแข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยความร่วมมือในครั้งนี้เป็นไปในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ (JBP) เพื่อให้แบรนด์ต่างๆ สามารถเข้าถึงโครงสร้างเทคโนโลยีและการขนส่งชั้นนำ รวมไปถึงนวัตกรรมและความเชี่ยวชาญด้านอีคอมเมิร์ซของลาซาด้า ขณะนี้ ลาซาด้าได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงและความร่วมมือ (MOU) กับแบรนด์ผู้นำทางด้านเทคโนโลยีและ อิเล็กทรอนิกส์อย่าง Realme และ Coocaa แล้ว ส่วนแบรนด์ Huawei ได้มีการลงนามความร่วมมือไปแล้วก่อนหน้านี้ นอกจากนี้ ลาซาด้ามีแผนที่จะลงนามความร่วมมือกับแบรนด์ FMCG ชั้นนำอีกหลายหลายแบรนด์ในอนาคตข้างหน้า

“ด้วยการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและโลจิสติกส์จากอาลีบาบา ทำให้ลาซาด้าเป็นผู้นำด้านการใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรม อาทิ ฟังก์ชันการค้นหารูปภาพ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านเกม และพีเจอร์ไลฟ์สตรีมในแอปพลิเคชัน ทำให้เกิดการนำความบันเทิงเต็มรูปแบบสู่แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (Shoppertainment) ซึ่งลูกค้าสามารถชม ซ้อป และเพลิดเพลินไปพร้อมๆกันได้” มร.ปิแอร์ กล่าวในงานสัมมนาครั้งใหญ่ของลาซาด้า LazMall Brands Future Forum (BFF) ที่ได้รวบรวมแบรนด์และผู้ค้าจากทั่วทั้งภูมิภาคเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างโอกาสการเติบโต เพื่อสร้าง “Super eBusiness” เพื่อวางแผนให้กับอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอนาคต

สำหรับกลยุทธ์ Super-solutions จะทำให้แบรนด์และผู้ขายสามารถเปิดร้านบน LazMall ได้ง่ายยิ่งขึ้น แบรนด์และผู้ขายที่มีคุณสมบัติสามารถลงทะเบียนได้ด้วยตนเองอย่างสะดวกและรวดเร็ว ทำเสร็จได้ในไม่กี่นาที ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของลาซาด้าที่จะทำให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถแข่งขันในระดับสากลได้

ด้าน มร. จิง ยิน (Jing Yin) ประธานกรรมการ (ร่วม) ของ ลาซาด้า กรุ๊ป กล่าวว่า “ตั้งแต่มีการเปิดตัว LazMall ในปี พ.ศ. 2561 ลาซาด้าได้เห็นแบรนด์คู่ค้ารายแรกๆ ของเราเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงต้องการมอบสิทธิประโยชน์ของ LazMall นี้ให้กับแบรนด์และผู้ขายรายอื่นๆด้วย เพราะต้องการบ่มเพาะให้สามารถเติบโตไปพร้อมกับลาซาด้าอย่างยั่งยืนและประสบความสำเร็จในฐานะธุรกิจออนไลน์”

โดยกลุ่มผู้ประกอบการ SME ประมาณ 60% ในภูมิภาคนี้ มีความตั้งใจที่จะลงทุนด้านเทคโนโลยี เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนท่ามกลางเศรษฐกิจดิจิทัลในยุคปัจจุบัน เครื่องมือทางธุรกิจ เช่น โซลูชันการค้าออนไลน์ ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) และธุรกิจอัจฉริยะ (Business Intelligence) ได้รับการบ่งชี้ว่าเป็นการลงทุนที่ควรค่าแก่การลงทุนเป็นอันดับต้นๆ

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาความเป็นเลิศด้านอีคอมเมิร์ซ ลาซาด้ายังได้มอบรางวัลให้กับแบรนด์ที่สามารถดำเนิน

งานได้ดีเยี่ยม เพื่อแสดงความยินดีและชื่นชมในด้านความคิดสร้างสรรค์และการดำเนินงานที่ดีเยี่ยมของแบรนด์และผู้ขาย โดยได้มอบรางวัลทั้งหมด 5 รางวัลให้กับแบรนด์ที่มีความโดดเด่นด้านการสร้างสรรค์วิธีการใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงลูกค้าในลาซาด้า ซึ่งมีทั้งแบรนด์ระดับโลกและแบรนด์จากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ Unilever (นวัตกรรมด้านการตลาดยอดเยี่ยม) Pampers (กิจกรรมทางโซเชียลมีเดียยอดเยี่ยม) Coocaa (แบรนด์ที่เติบโตเร็วที่สุด) Phillips (แบรนด์ขวัญใจลูกค้า) และ Wardah (เปิดตัวผลิตภัณฑ์ยอดเยี่ยม)

ทั้งนี้ ลาซาด้าได้จับเคลื่อนอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไปอีกขั้นด้วยการนำความบันเทิงเต็มรูปแบบสู่แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (Shoppertainment) เพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ช้อปปิ้งอินเทอร์เน็ตที่รูปแบบใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน พร้อมเฉลิมฉลองครบรอบ 7 ปีของลาซาด้าด้วยการจัดคอนเสิร์ต “Super Party” ที่ไม่เหมือนใคร ในวันที่ 26 มีนาคม เวลา 20.00 น. ณ กรุงจาการ์ตา โดยจะได้พบกับไลฟ์คอนเสิร์ตของนักร้องสาวสุดฮอตแห่งยุค ดูกา ลิปา (Dua Lipa) เจ้าของรางวัลแกรมมี่และบริทอวอร์ดส์ ตามมาด้วยมหกรรมลดราคาตลอดหนึ่งวันเต็มเพื่อฉลองครบรอบของลาซาด้าในวันที่ 27 มีนาคม พร้อมด้วยเกมรูปแบบใหม่เพื่อมอบส่วนลดผ่านวิธีการที่ไม่น่าเบื่ออีกต่อไป ซึ่งลูกค้าสามารถช้อปได้สนุกและเพลิดเพลินยิ่งกว่าเดิม

#### เกี่ยวกับ LazMall

LazMall เปิดตัวบนแพลตฟอร์มของลาซาด้าในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2561 เพื่อเป็นพื้นที่ให้นักช้อปเข้าถึงทั้งแบรนด์ต่างประเทศและในประเทศที่น่าเชื่อถือ แรนด์ออนไลน์ยอดนิยม และผู้แทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการได้ ด้วยจำนวนสินค้ากว่า 10,000 รายการจากกว่า 1,500 แรนด์ ทำให้ LazMall เป็นห้างสรรพสินค้าออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งให้บริการนักช้อปจากทั่วทั้งภูมิภาคด้วยแรนด์ สินค้า และการบริการที่วางใจได้ พร้อมทั้งการรับประกันคุณภาพ เพื่อให้ นักช้อปสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทุกชนิดตามต้องการ LazMall พร้อมมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับนักช้อปทุกท่านด้วยการรับประกันว่าเป็นของแท้ 100% การรับประกันสินค้าภายใน 15 วัน และการส่งสินค้าในวันถัดไป ขณะเดียวกัน แรนด์และผู้ขายจาก LazMall ยังสามารถปรับเปลี่ยนหน้าร้านของตนเพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับลูกค้าของพวกเขาได้อีกด้วย นอกจากนี้ LazMall ยังเปิดรับแรนด์หรือผู้ขายทุกท่านที่ต้องการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซอีกด้วย

#### เกี่ยวกับกลุ่มบริษัทลาซาด้า

ลาซาด้าเปิดตัวในปี พ.ศ. 2555 ปัจจุบันเป็นช่องทางซื้อขายออนไลน์อันดับหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยประกอบธุรกิจในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม ในฐานะที่เป็นผู้บุกเบิกวงการอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ลาซาด้าจึงมีผู้จำหน่ายจำนวนกว่า 400,000 ราย และอีกกว่า 3,000 แรนด์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 560 ล้านรายในภูมิภาคผ่านแพลตฟอร์มตลาดสินค้า พร้อมทั้งการทำตลาดแบบส่วนบุคคล ข้อมูล และการบริการครบวงจร ด้วยสินค้า 450 ล้านชิ้น ทำให้ลาซาด้าสามารถจัดจำหน่ายสินค้าได้หลากหลายประเภท เช่น ความงาม แฟชั่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ของ

เล่น อุปกรณ์กีฬา และสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ประสบการณ์ลูกค้าที่ดีเยี่ยมผ่านช่องทางทางการเงินที่หลากหลาย ไปจนถึงการบริการดูแลลูกค้าที่เข้าใจง่ายและนโยบายการคืนสินค้าที่สะดวกสบายจากการส่งสินค้าถึงมือโดยพันธมิตรด้านโลจิสติกส์ราว 100 ราย ทั้งนี้ บริษัท อาลีบาบา กรุ๊ป โฮลดิ้ง จำกัด (NYSE: BABA) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของกลุ่มบริษัทเหล่านี้

โลโก้ - <http://photos.prnasia.com/prnh/20160928/8521606183LOGO>