

# ลาซาด้า 11.11 สร้างนิยามแก่ประสบการณ์การช้อปปิ้งทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



– ผนึกนวัตกรรมต้นยอดโตยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ลาซาด้า 11.11 เทศกาลช้อปปิ้งร้อนแรงที่สุดในรอบปี พร้อมมอบนิยามใหม่ให้กับประสบการณ์การช้อปปิ้งทั่วทั้งภูมิภาค ด้วยพีเจอาร์ใหม่ภายใต้กลยุทธ์ “Shoppertainment” เดิมความสนุกในการช้อปปิ้ง ด้วยการสะสมคูปองผ่านการสื่อสารกับแบรนด์ ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นภายใต้เทคโนโลยีระบบจัดการสุดทันสมัยระดับโลกของลาซาด้าและการเป็นผู้นำด้านระบบโลจิสติกส์

ลาซาด้า แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นผู้นำในการเปิดตัวเทศกาลช้อปปิ้ง 11.11 ขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2555 และยังคงขับเคลื่อนนวัตกรรมแห่งการช้อปปิ้งและกระตุ้นตลาดค้าปลีกในหกประเทศอย่างต่อเนื่อง

“เทศกาลช้อปปิ้งระดับโลก ลาซาด้า 11.11 เป็นงานเฉลิมฉลองประจำปีที่สำคัญ ที่จะสร้างปรากฏการณ์ใหม่พร้อมกระตุ้นการขยายตัวของอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซในภูมิภาคนี้ให้ก้าวไปข้างหน้า ซึ่งเห็นได้จากปัจจุบันอุตสาหกรรม

อีคอมเมิร์ซกลายเป็นเซ็กเตอร์ใหญ่ที่สุดในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โดยคาดว่าจะเติบโตถึง 300 แสบล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2568 เรามีความภาคภูมิใจที่ได้ทำให้ ลาซาด้า 11.11 เป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของเศรษฐกิจ และช่วยเปลี่ยนแปลงวิธีช้อปปิ้งของผู้บริโภค ตลอดจนวิธีการทำธุรกิจของผู้ขาย” มร. ปีแอร์ บัวยอง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ลาซาด้า กรุ๊ป กล่าว

“วันนี้ ลาซาด้าเป็นแพลตฟอร์มหลักของกลุ่มอาลีบาบาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ถือเป็นผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซที่เติบโตเร็วที่สุด โดยมีผู้ใช้งานมากกว่า 50 ล้านคนต่อปี และเพิ่มขึ้นมากกว่า 100 เปอร์เซ็นต์ต่อปีในช่วงสามไตรมาสที่ผ่านมา[1] แต่นับเป็นเพียงจุดเริ่มต้นเท่านั้น เพราะเป็นสัดส่วนเพียงแค่ 3% ของธุรกิจค้าปลีกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เท่านั้น”

เทศกาลช้อปปิ้ง ลาซาด้า 11.11 จะเริ่มขึ้นในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 พร้อมกิจกรรมและโปรโมชั่นจูงใจตลอดทั้งวันที่ให้ผู้บริโภคได้ค้นหาแบรนด์และสินค้าที่ต้องการ เปิดให้มีการสั่งซื้อล่วงหน้า (Pre-order) เพิ่มรายการที่ต้องการลงในรถเข็น หรือแม้แต่จะเข้ามารับความบันเทิงจากลาซาด้าไปพร้อมๆ กันในช่วงเทศกาลช้อปปิ้งครั้งใหญ่นี้ก็สามารถทำได้

Shoppertainment สร้างการบูรณาการใหม่สำหรับแบรนด์ในการเชื่อมโยงกับผู้บริโภค

ลาซาด้า 11.11 ช่วยให้แบรนด์และผู้ขายสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้นผ่านรูปแบบและช่องทางใหม่ๆ โดยตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายนทั้งหกประเทศจะมีไลฟ์สตรีมเกมโชว์ GUESS IT! King พร้อมพีเจอร์ใหม่ “Must-Buy List” ขณะเดียวกันยังมีเกมใหม่ LazCity Wonderland ที่ให้ผู้บริโภคสามารถสร้างและสำรวจเมืองเสมือนจริงของแบรนด์ต่างๆ ใน LazMall พร้อมสนุกสนานไปกับคูปองส่วนลดพิเศษจากแบรนด์ด้วย

นอกจากนี้ ลาซาด้ายังทำงานอย่างใกล้ชิดกับพันธมิตรต่างๆ ในการนำเสนอกิจกรรมแบบ Offline to Online อาทิ Stamp Hunt ซึ่งผู้บริโภคสามารถเข้าไปใช้บริการในร้านค้าพันธมิตรเพื่อสแกน QR CODE พร้อมรับรางวัลทันที ขณะที่แบรนด์ต่างๆ พากันเข้าร่วมกิจกรรม Lazada’s Super Show รายการวาไรตี้ที่ถ่ายทอดสดผ่านสถานีโทรทัศน์หลักของแต่ละประเทศ ซึ่งจะจัดขึ้นพร้อมกันในมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม วันที่ 10 พฤศจิกายนนี้ และเป็นการเปิดตัวครั้งแรกของ Voucher Rain ที่ผู้ชมผ่านแอปพลิเคชันลาซาด้า จะสามารถสะสมคูปองส่วนลดในแคมเปญ 11.11 สุดพิเศษได้แบบเรียลไทม์

11 วัน 11 วิธีสนุกๆ กับการสะสมคูปองส่วนลดพร้อมกันกับครอบครัวและเพื่อน ๆ

ปีนี้เป็นปีแรกที่ ลาซาด้าได้วางแผนให้ทุกคนในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนได้สนุกไปกับการค้าปลีกแคมเปญใหญ่ผ่านกิจกรรมรายวันร่วมกันตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน ด้วยภารกิจแบบกลุ่ม หรือ Group Missions เพื่อให้การช้อปปิ้งเป็นกิจกรรมเชิงสังคมอย่างแท้จริง มีวิธีสนุกๆ 11 วิธีในการปลดล็อกภารกิจมากมาย โดยจะได้รับคูปองส่วนลดแบบกลุ่ม ตั้งแต่การเพิ่มสินค้าลงรถเข็นเพื่อเริ่มเล่นเกม อาทิ Moji-Go เกมจดจำใบหน้า เป็นต้น คาดการณ์

ว่าจะมีจำนวนคูปองส่วนลดถูกสะสมจากผู้บริโภคในแคมเปญนี้มากกว่า 50 ล้านใบ

LazMall หรือห้างสรรพสินค้าเสมือนจริงของลาซาด้า เตรียมนำเสนอแบรนด์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับแคมเปญ 11.11 รวมถึงบรรดาแบรนด์ที่มีแฟลกชิปส์ที่อยู่ใน LazMall ก็มาร่วมกันในกิจกรรมนี้ด้วย ไม่ว่าจะเป็นลอรีอัล ปารีส และเมย์เบลลีนที่จะพานักช้อปปิ้งเดินทางบนเส้นทางเสมือนจริงไปยังกรุงปารีสและนิวยอร์ก หรือแม้แต่ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมของ Mamypoko 11.11 ก็มีรุ่นลิมิเต็ด อิดิชั่นเฉพาะในประเทศไทยและฟิลิปปินส์เท่านั้นที่มีแพ็คเกจดีไซน์เป็นน้อง Lizzie มาสคอตชื่อดังของลาซาด้า

“LazMall เป็นแหล่งรวมแบรนด์สินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำจำนวนกว่า 60% จากลิสต์แบรนด์ดังระดับ ท็อป 100 ที่จัดอันดับโดยนิตยสาร Forbes เรามุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างแบรนด์และผู้ขายให้แข็งแกร่งมากขึ้นด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ในการเชื่อมต่อกับผู้บริโภค แคมเปญลาซาด้า 11.11 คือทั้งหมดของการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุดในช่วงฤดูกาล เทศกาล และประเพณีใหม่ๆ ในภูมิภาคแห่งนี้ ถือเป็นกิจกรรมช้อปปิ้งออนไลน์ประจำปีสำหรับผู้บริโภคตลอดจนแบรนด์และผู้ขายต่างรอคอยและเตรียมพร้อมที่จะเข้าร่วมทุกปี” มร. จิง ยิน ประธานกรรมการร่วม ลาซาด้า กรุ๊ป กล่าว

ผู้นำด้านโครงสร้างพื้นฐานของโลจิสติกส์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

โลจิสติกส์ถือเป็นหัวใจหลักของเทศกาลช้อปปิ้ง ลาซาด้า 11.11 ที่จะเป็สิ่งเติมเต็มประสบการณ์ในการ ช้อปปิ้งของผู้บริโภค ศูนย์ปฏิบัติการมากกว่า 30 แห่งใน 17 เมืองพร้อมที่จะรองรับปริมาณการสั่งซื้อในช่วงเวลาที่มีจำนวนมากที่สุด โดยพัสดุมากกว่า 75% ถูกจัดส่งโดยลาซาด้าเอง ทั้งยังมี Collection Points หรือจุดรับพัสดุในแต่ละประเทศที่ลาซาด้าได้ร่วมกับพันธมิตรเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกรับพัสดุเองอย่างสะดวก ง่ายดาย และยังสามารถเติมเงินใน Lazada Wallet ได้ด้วยเช่นกัน

เกี่ยวกับลาซาด้า (Lazada)

ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2012 ลาซาด้า กรุ๊ป เป็นผู้นำแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม ด้วยการนำเสนอธุรกิจการค้าและเทคโนโลยีอันทันสมัย พร้อมระบบโลจิสติกส์ที่แข็งแกร่ง และเครือข่ายการชำระเงินที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค ลาซาด้าได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคทั่วภูมิภาค พร้อมความมุ่งมั่นที่จะให้บริการเหล่านักช้อปปิ้งออนไลน์กว่า 300 ล้านคนภายในปี 2030 ทั้งนี้ นับตั้งแต่ปี 2016 เป็นต้นมา ลาซาด้าได้กลายเป็นแพลตฟอร์มที่สำคัญของกลุ่มอาลีบาบาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ได้รับการขับเคลื่อนโดยโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย

[1] 3 ไตรมาส สิ้นสุดเดือนมิถุนายน 2562

Photo - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191024/2621206-1-a>

Photo - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191024/2621206-1-b>

Photo - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191024/2621206-1-c>

Photo - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191024/2621206-1-d>

Logo - <https://photos.prnasia.com/prnh/20190619/2502193-1logo>