

通过Lazada向 东南亚地区销售



机遇

作为整个东南亚顾客的顶级在线购物平台之一，Lazada正迅速成为一个家喻户晓的名字，也是全球卖家不能再忽视的机会。



Lazada的目标是到2030年为3亿客户提供服务。它于2012年推出，总部设在新加坡，并在该国以及其他五个东南亚市场（印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、泰国和越南）拥有重要的业务。消费者最喜欢的LazMall是该地区的第一个虚拟商场，在过去的三年中已经发展到拥有32,000多个本地和国际品牌。利用Lazada的购物者娱乐战略和技术，商家能够直接参与和策划买家的定制体验，并保证100%的正品和优质产品。

作为各品牌的首选平台，加上消费者的信心和购买支出的增加，LazMall现在还推出了一个独家的个性化门户，LazMall Prestige。知名和优质品牌能够通过Lazada的平台整合其独特的线下特权和产品，以提供全面的品牌购物体验。

市场上销售的热门商品因国家而异，但最主要的类别包括婴儿用品、玩具、电子产品、化妆品、运动和户外产品、时尚和服装等等。为了确保平台的完整性和管理，市场确实有一些限制，如销售二手或以前使用过的商品，某些宗教和政治物品以及假冒产品。

Lazada关注的三个核心领域是点对点的物流能力，适应性强的创新技术和安全、无缝的交易。Lazada在2016年成为阿里巴巴集团的区域旗舰，并得到阿里巴巴最好的技术基础设施的支持。

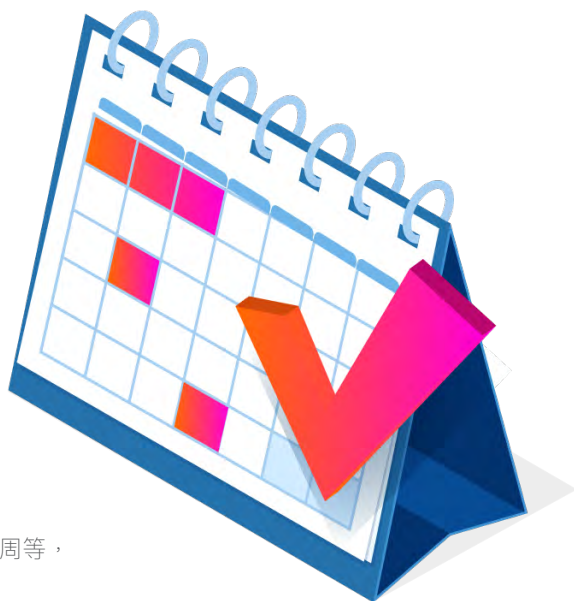
活动介绍

Lazada以其大规模的销售折扣、年度活动和非传统的方法吸引消费者而闻名。

该平台完全致力于改善和重塑网上购物者的体验，将基本的浏览和购买交易活动转变为被称为“购物者娱乐”的共享和生动的更广泛的活动。这类活动包括现场音乐会、名人亮相、在线游戏等等。

Lazada的年度活动 – 通常被称为“购物节” – 包括：

- 3月** 通常在3月进行的年度生日销售
- 夏天的几个月** 夏季的年中活动
- 9月9日** 9月9日，LazMall的周年庆活动
- 11月11日** 11月11日是Lazada最大的购物节，恰逢中国光棍节，价格最优惠
- 12月12日** 12月12日，最后的节日/年终大促销



Lazada还通过两位数的活动以及主题活动，如“支付日”、“在线技术展”、种类周等，组织本地化的全年活动，这些活动是他们所经营的国家所特有的。

这些活动使商家能够提高买家的渗透率，以及增加销售额。它还允许定制消费者的购物体验——好评、售后护理，甚至个性化的咨询。

策略

客户行为是 Lazada 的一大推动力。在其在线目录中，品牌过滤器基于一种根据当前趋势变化的算法，根据客户搜索、点击、购买或评论的品牌不断优先或限制过滤器上显示的内容。



搜索结果

提高你的产品在市场上的搜索结果的最佳方法是确保这些组件都被彻底解决:

- 产品名称
- 属性
- 客户满意度
- 服务
- 产品性能



内容评分

内容评分是Lazada提供的一项功能，以帮助您了解您的产品信息，并确定下一步行动以改善你的搜索排名和销量。你写的信息越多，你的内容评分就越好。

为了提高你的内容评分（以及最终的可见度），确保你在以下方面优化了内容：

- 强制性属性
- 产品图片
- 产品描述
- 关键产品信息

设置

卖家可以创建一个账户并开始列出他们的产品，[无需支付设置费或月费](#)。

ChannelAdvisor如何支持Lazada

ChannelAdvisor通过简化你在市场平台上的运营，从发布到履单，以及通过自动化繁琐的日常任务，支持你在Lazada上的销售活动。使用ChannelAdvisor，您可以:

- ① 通过动态策略和间隔自定义您的列表
- ① 一站式管理和更新您的产品目录
- ① 扩大您的受众和客户群
- ① 优化内容
- ① 监控销售和提要

而这一切都发生在一个集中的平台上。您可以通过自定义小部件和强大的报告，了解您在 Lazada 和其他市场上的销售盈利能力，直至产品级别。

ChannelAdvisor Marketplaces 集中您的市场平台集成、自动化关键任务并优化性能，使您能够更具战略性地运营，轻松扩展到新渠道并击败竞争对手。

