

**MENJEMBATANI KESENJANGAN AI:
BUKU PANDUAN KESIAPAN
PENJUAL ONLINE TERHADAP
ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) ATAU
KECERDASAN BUATAN**



KATA PENGANTAR

Perdagangan telah berevolusi pesat, dari transaksi tatap muka tradisional hingga pengiriman *online* tanpa kontak yang kini menjadi bagian dari keseharian kita. Di tengah pesatnya perkembangan industri eCommerce, kita kini memasuki era transformasi baru – salah satunya yang digerakkan oleh kecanggihan Kecerdasan Buatan (AI).

Sebuah studi terbaru dari McKinsey & Company menemukan bahwa bisnis yang menggunakan AI dalam penjualan dan pemasaran dapat meningkatkan pendapatannya hingga 15%, sekaligus mengurangi biaya operasional sebanyak 20%¹. Di Asia Tenggara saja, solusi berbasis AI diperkirakan akan berkontribusi pada perekonomian kawasan ini sebesar lebih dari US\$1 triliun pada tahun 2030². Hal ini menggarisbawahi dampak tak terbantahkan yang akan ditimbulkan oleh AI terhadap perdagangan dan kewirausahaan digital.

Namun demikian, dibutuhkan lebih dari sekadar waktu dan tenaga untuk mengintegrasikan teknologi yang masih asing. Diperlukan **sumber daya khusus, panduan terstruktur, dan perencanaan strategis** untuk memastikan keberhasilan implementasi. Itulah mengapa di Lazada, kami berkomitmen untuk memudahkan perjalanan ini bagi para penjual kami, dengan inovasi kelas dunia dan alat bantu berbasis AI yang canggih.

"Menjembatani Kesenjangan AI: Buku Panduan Kesiapan Penjual Online Terhadap Artificial Intelligence (AI)", yang disusun melalui kemitraan dengan Kantar Singapore, dirancang untuk membekali para penjual dengan wawasan dan sumber daya yang dapat ditindaklanjuti untuk membantu Anda memanfaatkan teknologi ini secara efektif – terlepas apakah Anda termasuk seorang *AI Agnostics*, *AI Aspirants*, atau *AI Adepts*. Buku panduan ini juga menyoroti berbagai alat bantu AI yang tersedia di Lazada yang dapat mendorong efisiensi, meningkatkan pengambilan keputusan pelanggan, dan membuka peluang pertumbuhan baru untuk bisnis Anda.

Merangkul AI bukan hanya tentang mengikuti perubahan, melainkan tentang memimpin perubahan. Dengan mengambil langkah pertama menuju kesiapan AI, penjual dapat mempersiapkan bisnis mereka untuk menghadapi masa depan. Di Lazada, kami bangga menjadi mitra Anda dalam perjalanan ini, memastikan bahwa setiap penjual memiliki dukungan dan teknologi yang dibutuhkan untuk meraih kesuksesan di era baru.

Masa depan eCommerce adalah masa depan yang cerdas, dan itu dimulai hari ini. Mari kita rancang masa depan kita bersama-sama.

James Dong
Chief Executive Officer, Lazada Group

¹ *AI-powered marketing and sales reach new heights with generative AI*, McKinsey & Company, 11 Mei 2023

² *The economic potential of generative AI: The next productivity frontier*, McKinsey & Company, 14 Juni 2023

Disclaimer

Semua konten yang dibagikan di sini disediakan dalam konteks laporan ini. Konten ini boleh dibagikan tetapi tidak boleh direproduksi, sebagian atau seluruhnya, tanpa izin tertulis sebelumnya dari Lazada dan/atau pemilik konten yang bersangkutan. Sejauh diperbolehkan oleh hukum yang berlaku, Lazada dengan ini menyangkal setiap dan semua tanggung jawab kepada pihak mana pun atas segala kerugian langsung, tidak langsung, tersirat, khusus, insidental, atau kerugian konsekuensial lainnya yang timbul secara langsung atau tidak langsung dari penggunaan konten, yang disediakan "sebagaimana adanya" dan tanpa jaminan.

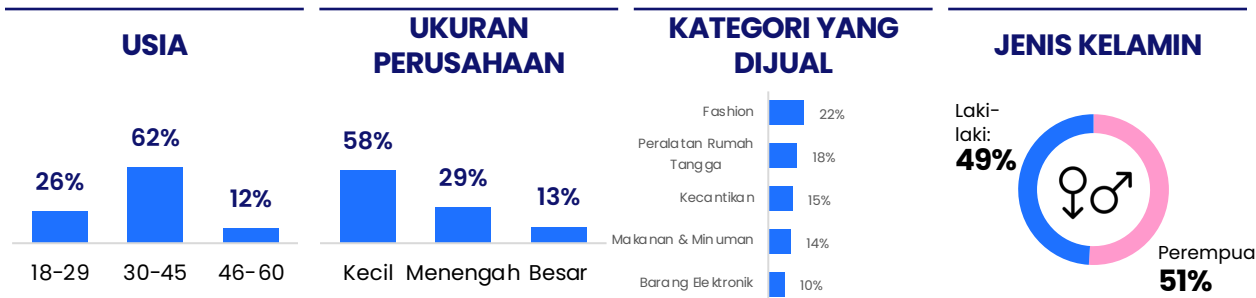
© 2025, Lazada South East Asia Pte. Ltd. Hak cipta dilindungi undang-undang.

Metodologi Penelitian



1.214

Tanggapan keseluruhan yang diperoleh



Untuk lebih memahami tingkat kesiapan AI yang dimiliki para penjual *online* di Asia Tenggara, Lazada melakukan survei terhadap 1.214 penjual *online* dari berbagai jenis kelamin, kelompok usia, dan tingkat pendapatan rumah tangga di enam negara Asia Tenggara, yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam.



01

GAMBARAN UMUM AI

Gambaran umum penggunaan dan adopsi AI saat ini

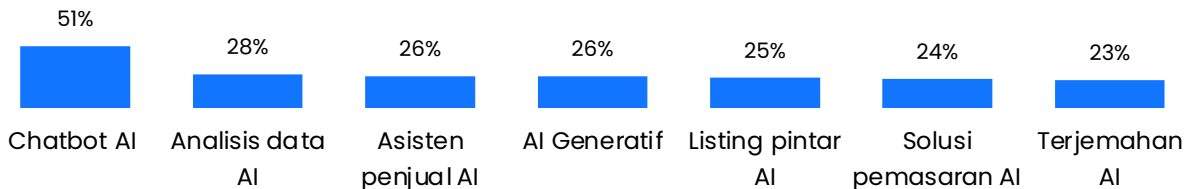


Rata-rata, para penjual di Asia Tenggara menggunakan 4 alat bantu AI dalam bisnis mereka

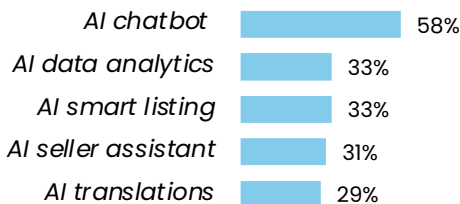
Para penjual di Asia Tenggara lebih cenderung mengadopsi alat bantu AI yang lebih umum digunakan dan sudah ada sejak lama, seperti *AI Chatbot*, *AI Data Analytics*, *Gen AI*.

Penggunaan AI dalam Aplikasi

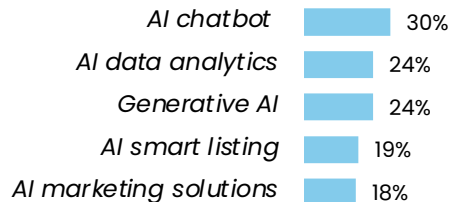
Asia Tenggara



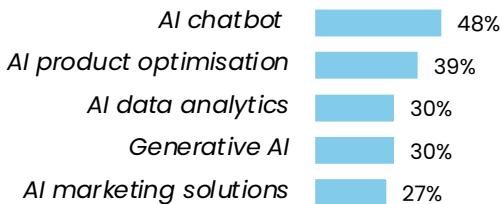
Malaysia



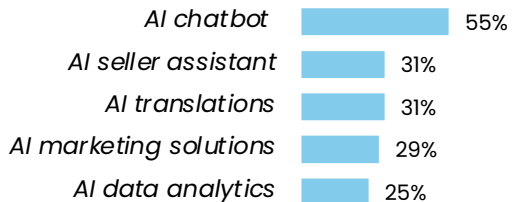
Singapura



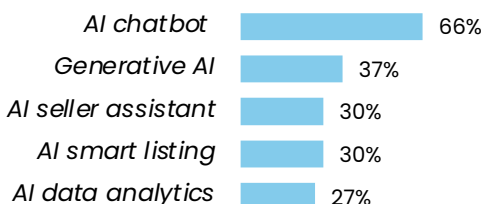
Thailand



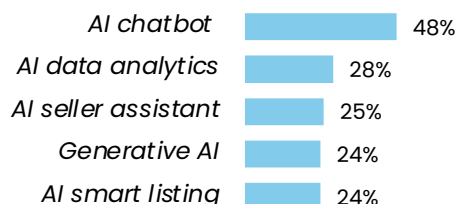
Indonesia



Filipina



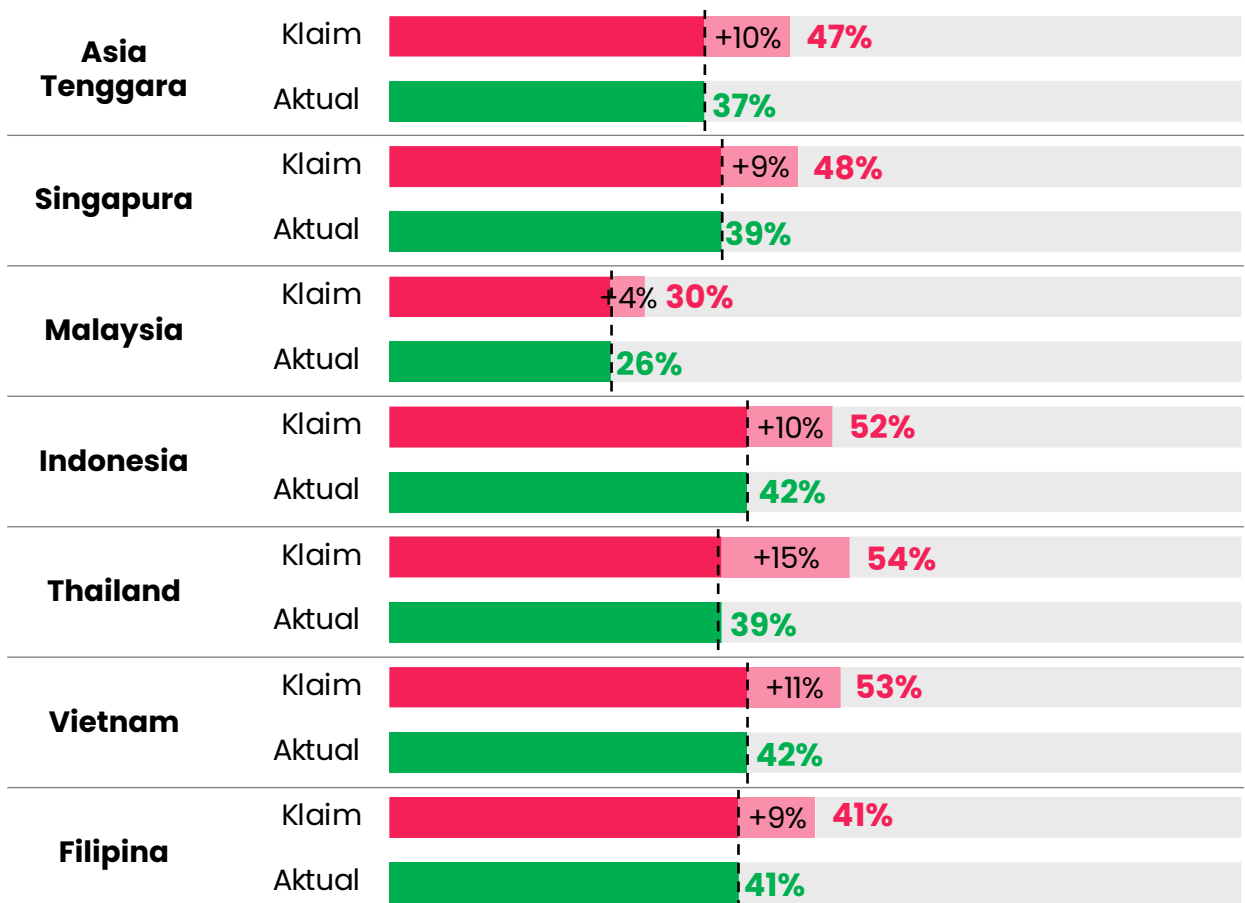
Vietnam



Perbedaan antara klaim adopsi dan implementasi aktual menekankan pentingnya sistem pendukung yang kuat

Hampir setengah dari penjual di Asia Tenggara mengklaim bahwa mereka telah banyak mengadopsi AI dalam bisnis mereka, namun implementasi aktualnya masih jauh lebih rendah. Selain mengalokasikan biaya dan waktu untuk adopsi AI, memahami dan memanfaatkan sumber daya yang tepat sangatlah penting guna meminimalkan upaya yang diperlukan untuk manajemen perubahan yang efektif.

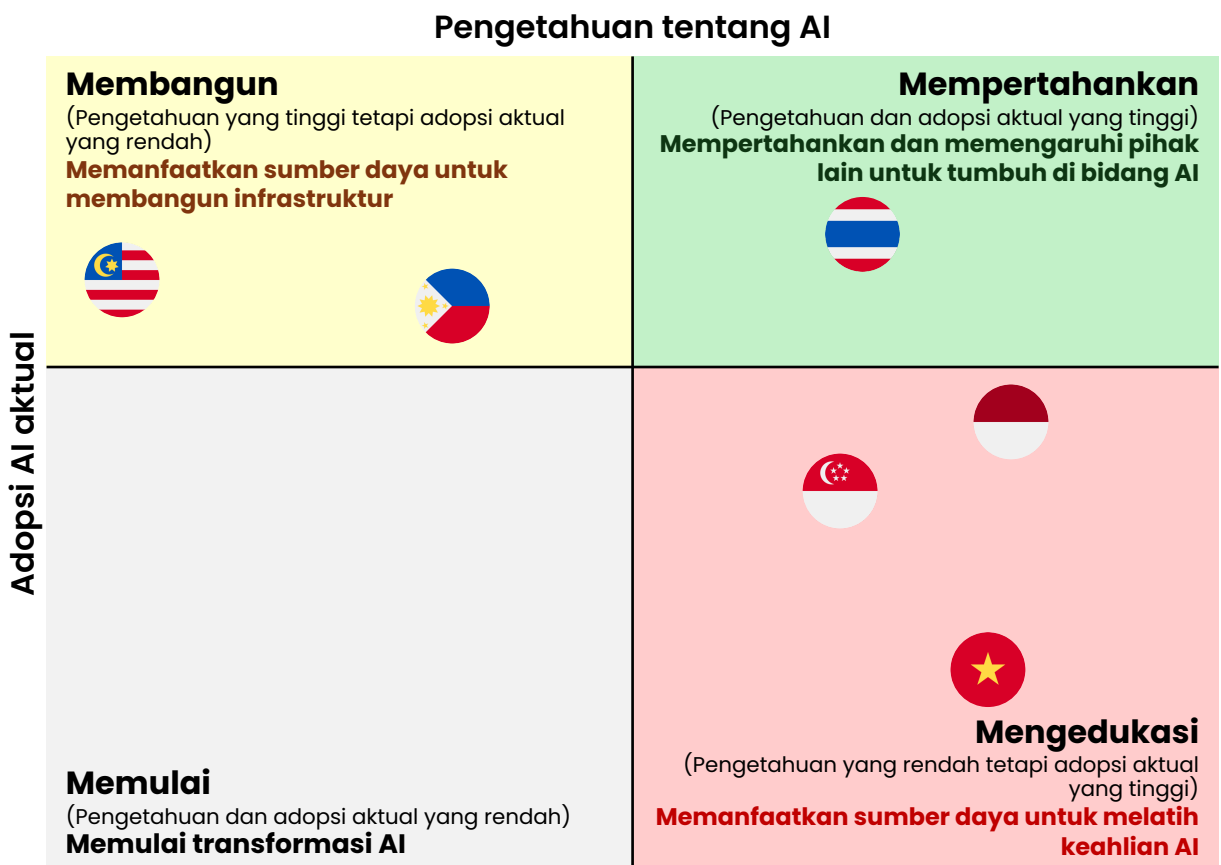
Klaim adopsi vs implementasi aktual



Untuk mengembangkan solusi yang lebih efektif, penting pula mempertimbangkan nuansa pasar (*market nuance*) guna mendorong pertumbuhan dan adopsi yang berkelanjutan

Di Malaysia dan Filipina, adopsi infrastruktur masih menjadi kendala utama, sedangkan di Indonesia, Singapura, dan Vietnam, meningkatkan pengetahuan tentang alat bantu AI akan sangat penting untuk mendorong penggunaan AI yang maksimal. Thailand telah mencapai keseimbangan yang baik dengan pengetahuan dan infrastruktur yang kuat.

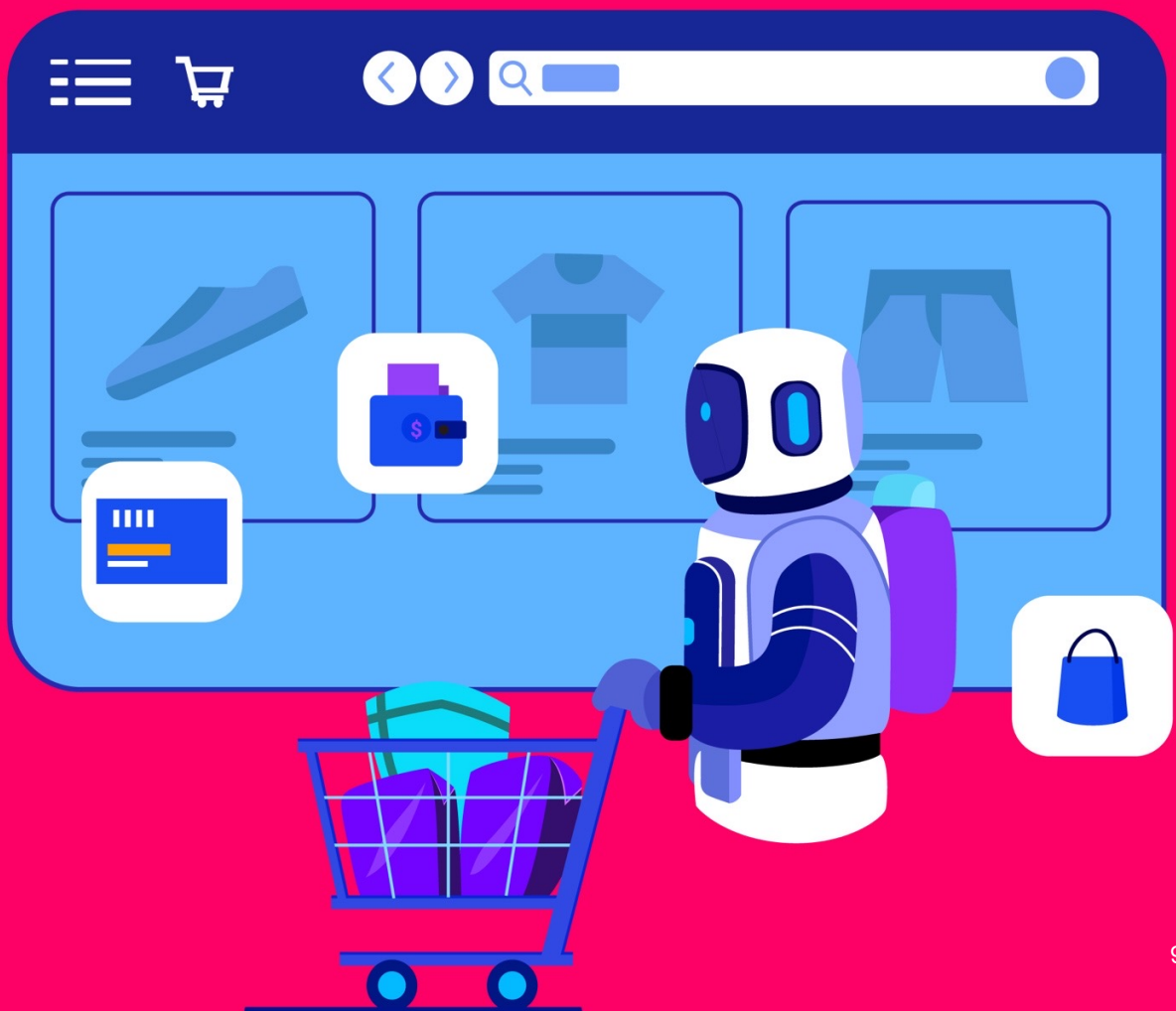
Matriks pengetahuan-adopsi



02

ARCHETYPES

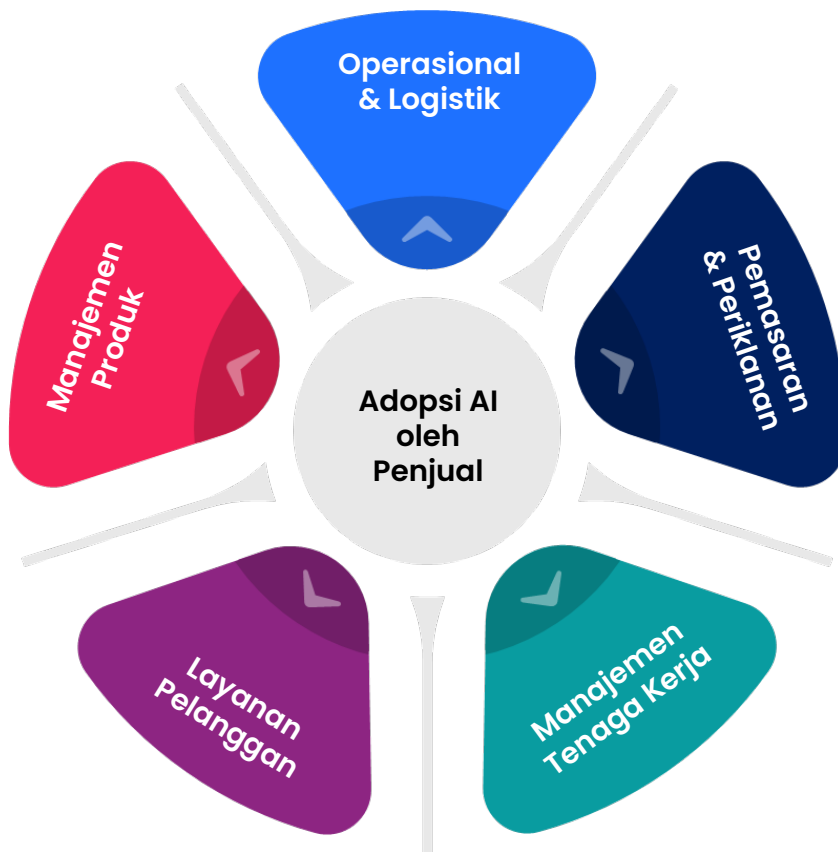
Memahami berbagai segmen penjual untuk menyusun strategi adopsi yang lebih tepat sasaran



Terdapat tiga *archetype* berdasarkan adopsi AI aktual dalam setiap aspek operasional bisnis penjual

Melalui survei yang menjangkau 1.214 penjual *online* di Asia Tenggara, kami telah mengembangkan tiga *archetype* berdasarkan tingkat adopsi AI di lima aspek inti dari operasional bisnis penjual (lihat di bawah).

Setiap aspek terdiri dari empat hingga sembilan proses kerja. Penjual diminta untuk memilih opsi yang paling menggambarkan cara kerja mereka saat ini untuk setiap proses kerja. Kemudian, tingkat adopsi AI penjual dinilai berdasarkan skor rata-rata yang diperoleh dalam setiap aspek operasional.

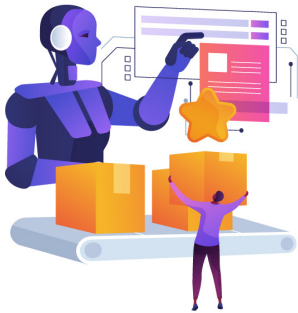


Setiap *archetype* mewakili tingkatan yang telah mereka capai dalam kegiatan penilaian, mulai dari *AI Adepts* sebagai yang terdepan dalam adopsi AI, hingga *AI Agnostics* yang lebih lambat dalam adopsi AI

A

AI Adepts

Penjual yang telah menerapkan AI di lebih dari 80% operasional mereka.



B

AI Aspirants

Penjual yang telah mengintegrasikan AI Sebagian, tetapi masih memiliki kesenjangan adopsi AI di beberapa fungsi utama.

C

AI Agnostics

Kelompok penjual yang masih mengandalkan proses manual di sebagian besar fungsi bisnis mereka.

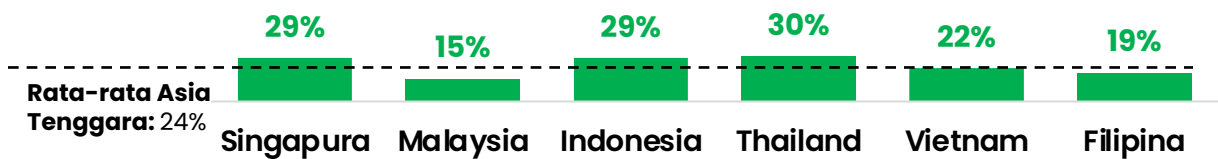


Di seluruh Asia Tenggara, 3 dari 4 penjual *online* membutuhkan dukungan tambahan dalam perjalanan adopsi AI

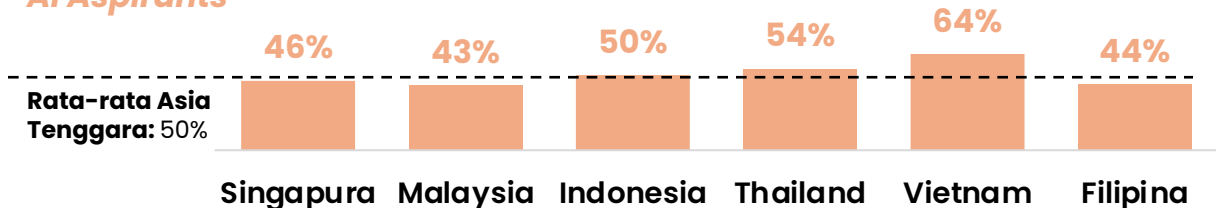
Serupa dengan hasil dalam matriks pengetahuan-adopsi, Singapura, Indonesia, dan Thailand memimpin dan memiliki jumlah *AI Adepts* tertinggi. Malaysia dan Filipina memiliki jumlah *AI Agnostics* yang lebih tinggi, kemungkinan besar akibat keterbatasan infrastruktur (adopsi operasional yang lebih lemah). Vietnam berada di tengah-tengah dengan jumlah *AI Aspirants* terbesar.

Skor Kesiapan AI

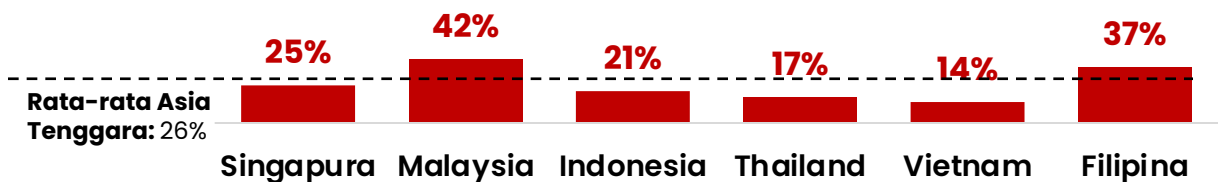
AI Adepts



AI Aspirants



AI Agnostics

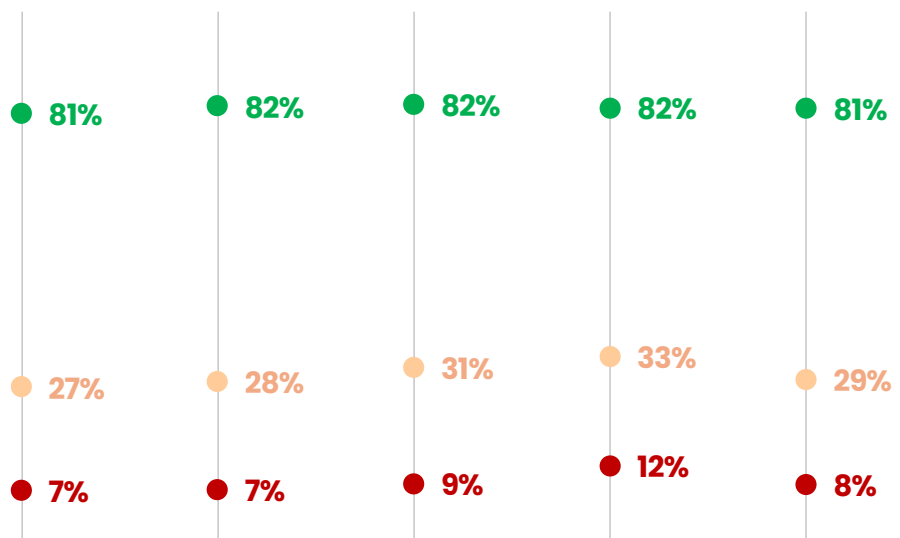


AI Agnostics dan AI Aspirants jauh tertinggal dari AI Adepts dalam implementasi proses AI

Adopsi AI umumnya konsisten di seluruh fungsi utama di setiap segmen. Rata-rata, *AI Agnostics* hanya menerapkan 1 hingga 2 proses AI per fungsi. *AI Aspirants* menerapkan sekitar 3 proses AI per fungsi. Sementara *AI Adepts* mengadopsi 5 proses AI per fungsi.

Adopsi aktual di seluruh fungsi

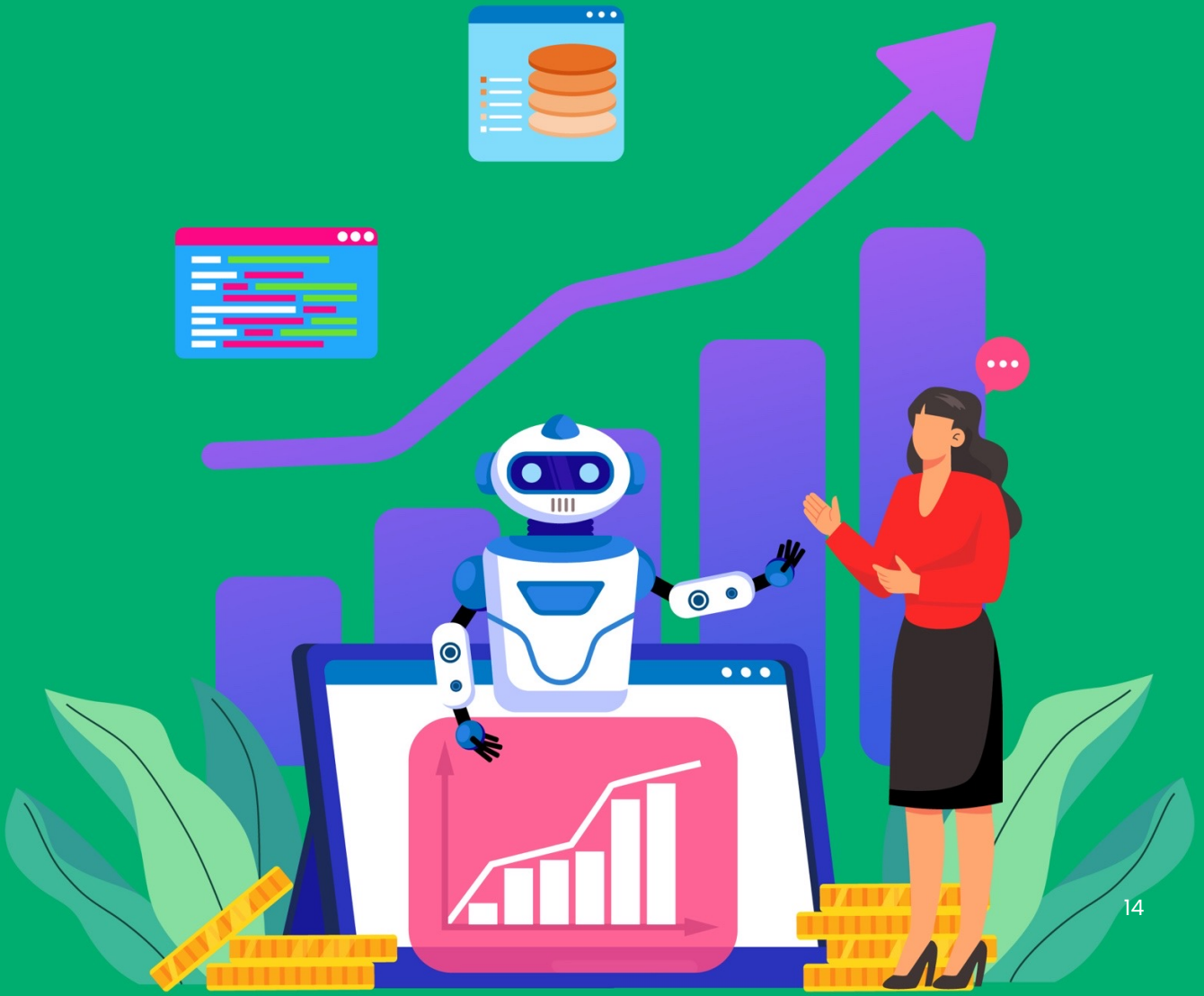
Jumlah proses AI yang diterapkan	Operasional & Logistik (Dari 8)	Manajemen Produk (Dari 9)	Pemasaran & Periklanan (Dari 5)	Layanan Pelanggan (Dari 4)	Manajemen Tenaga Kerja (Dari 5)
● AI Adepts	6 hingga 7	7 hingga 8	4	3	4
● AI Aspirants	2	2 hingga 3	1 hingga 2	1 hingga 2	1 hingga 2
● AI Agnostics	0 hingga 1	0 hingga 1	0 hingga 1	0 hingga 1	0 hingga 1



2.1

ARCHETYPE: AI ADEPTS

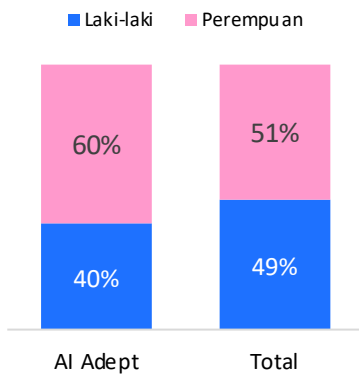
Pemimpin dalam integrasi AI di seluruh operasional bisnis.



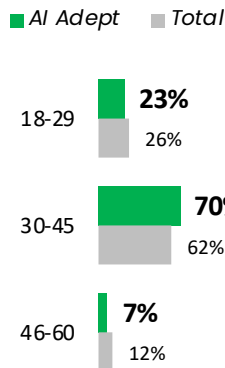
AI Adepts dalam Kecerdasan Buatan

Ringkasan profil

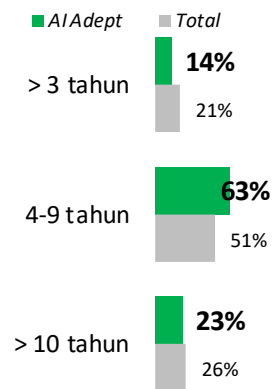
Jenis kelamin



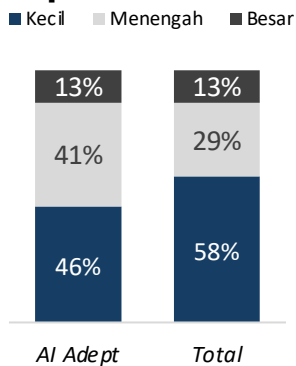
Usia



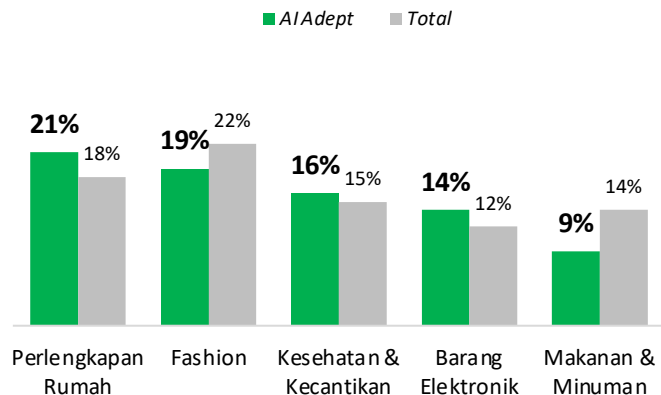
Lama beroperasi



Ukuran perusahaan



Kategori yang dijual

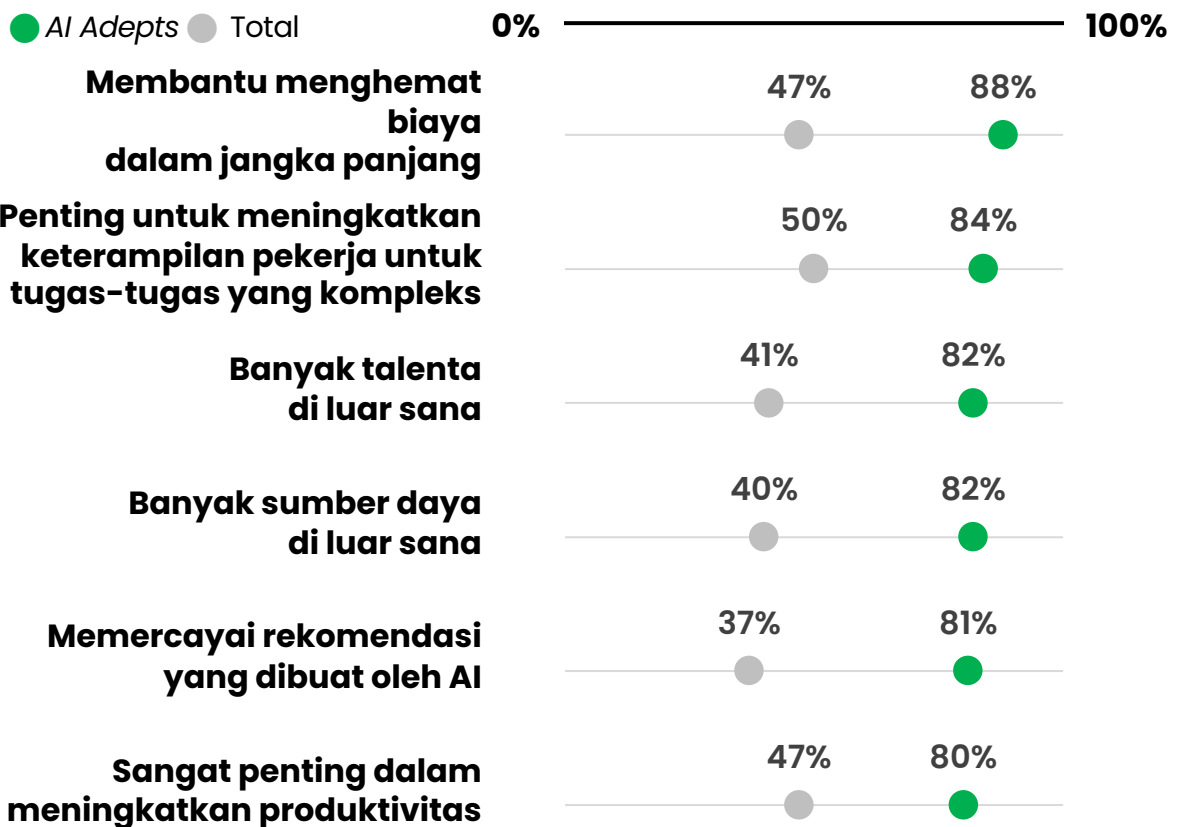


AI Adepts percaya bahwa AI akan membantu menghemat biaya dalam jangka panjang dan memungkinkan para pekerja untuk menyelesaikan tugas-tugas yang lebih kompleks

AI Adepts menganggap AI sebagai alat untuk mendukung para pekerja dalam mengelola tugas-tugas yang sulit. Hal ini pada gilirannya akan membantu mengurangi biaya overhead dalam jangka panjang. Malaysia lebih cenderung melihat biaya sebagai pendorong terbesar, sementara Singapura lebih fokus pada produktivitas.



Persepsi positif terhadap AI (sangat setuju)

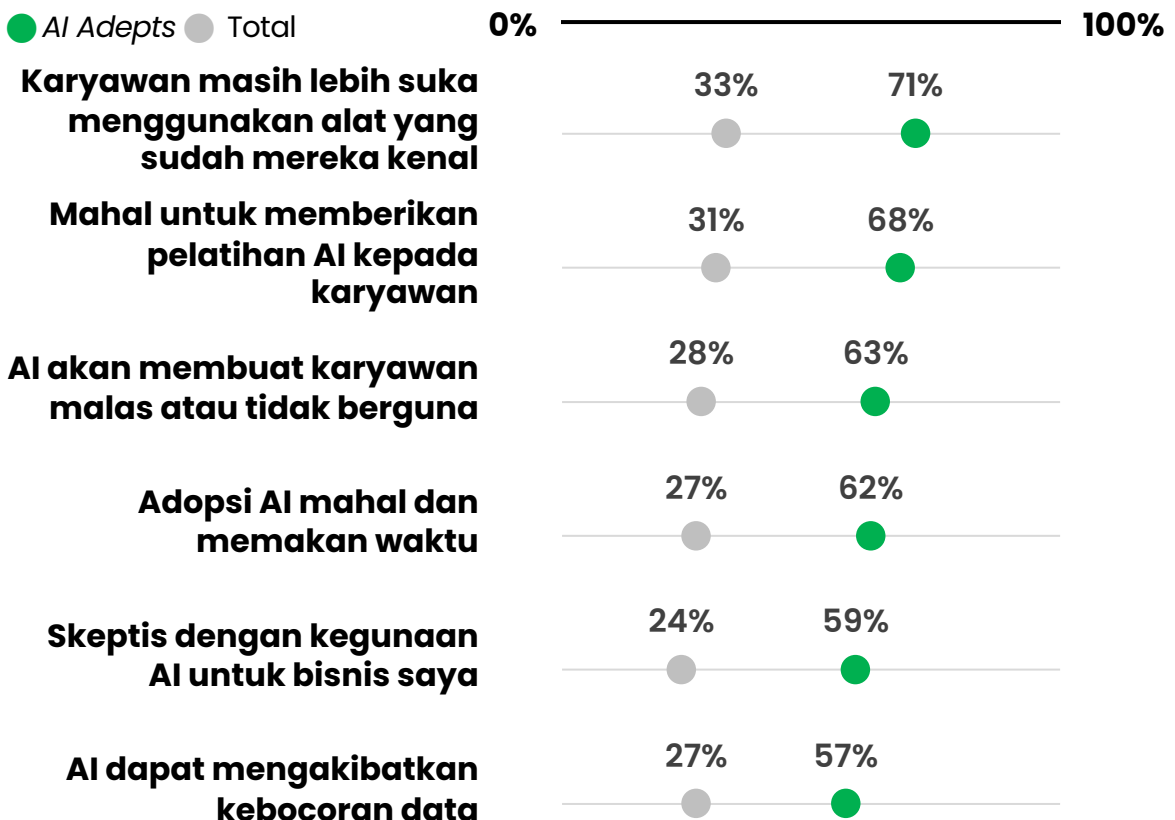


Keengganan untuk berubah dan biaya di muka adalah masalah utama yang dihadapi AI Adepts dalam hal implementasi proses

Terlepas dari penghematan biaya yang dapat diraih dalam jangka panjang, responden terus menyebutkan biaya sebagai salah satu faktor terbesar dalam implementasi AI. Keengganan untuk berubah juga menjadi penghambat lain yang mereka hadapi. Para penjual di Singapura cenderung menghadapi masalah dengan manajemen perubahan, sementara penjual di Thailand lebih mengkhawatirkan masalah biaya.



Persepsi negatif terhadap AI (sangat setuju)



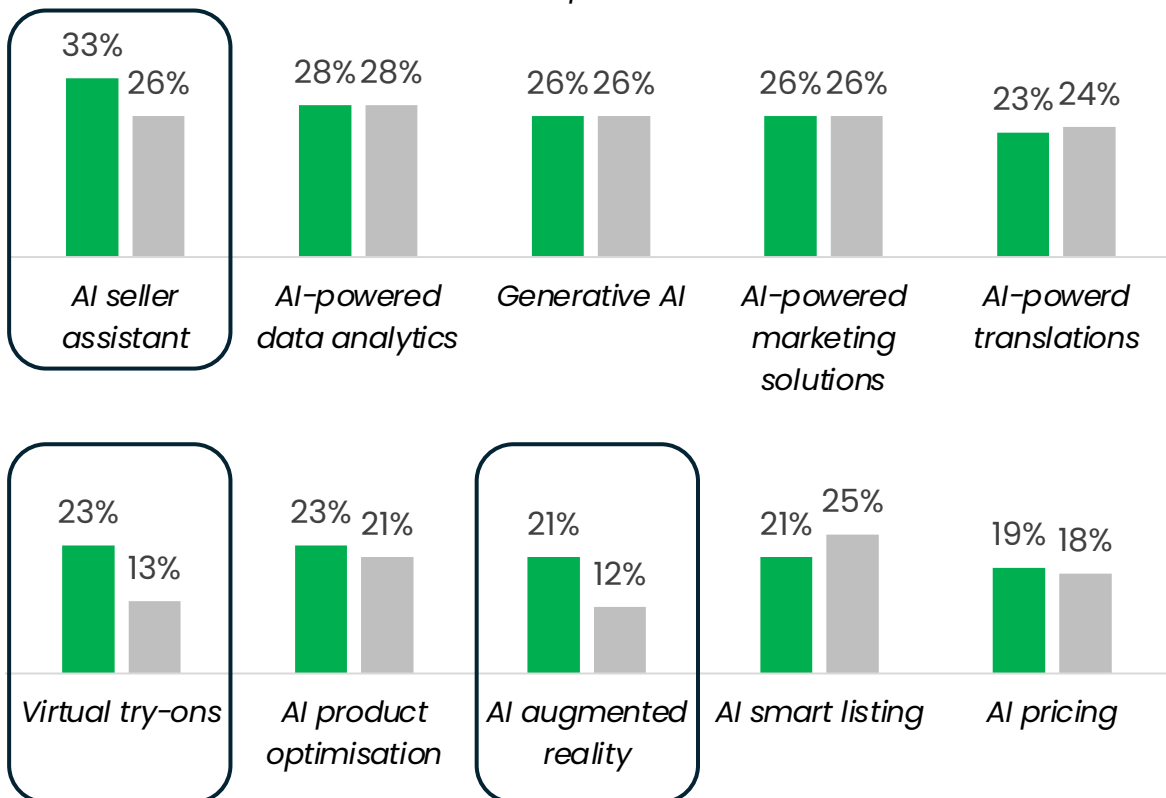
Virtual Try-on, Augmented Reality (AR), dan Seller's Assistant adalah alat bantu AI teratas yang umum digunakan oleh AI Adepts

Serupa dengan penjual *online* lainnya, asisten penjual AI dan analisis data bertenaga AI paling sering digunakan di kalangan *AI Adepts*. Selain itu, mereka lebih cenderung menggunakan teknologi yang lebih baru seperti *virtual try-on* dan *Augmented Reality (AR)*.

Alat bantu AI yang terbanyak digunakan dalam aplikasi

□: Kesenjangan terbesar dibandingkan Total

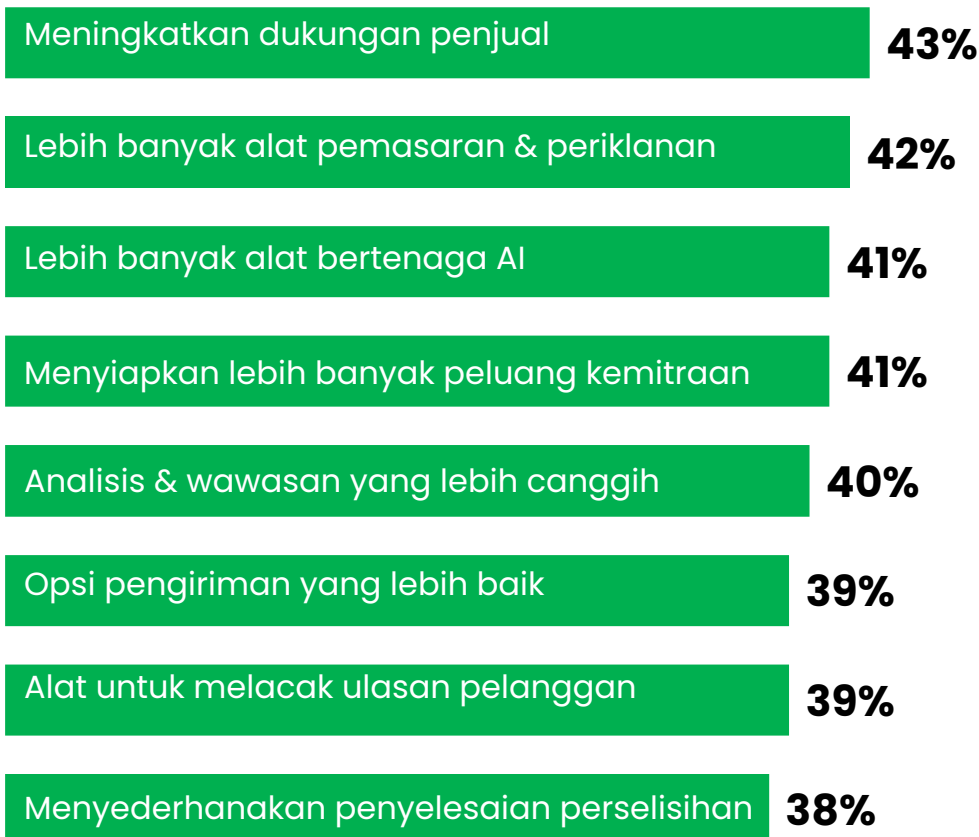
■ *AI Adepts* ■ Total



Selain membutuhkan sumber daya dan alat bantu tambahan untuk mendukung bisnis mereka, *AI Adepts* juga mengharapkan lebih banyak peluang kemitraan

Meski memimpin dalam adopsi AI, *AI Adepts* terus mengharapkan lebih banyak dukungan dalam perjalanannya, terutama dalam bentuk pemasaran tambahan atau alat bantu bertenaga AI. Bagi *AI Adepts*, mendapatkan akses ke inovasi terbaru akan membantu untuk makin melejitkan perjalanan AI mereka.

Cara meningkatkan pengalaman penjual



2.2

ARCHETYPE: AI ASPIRANTS

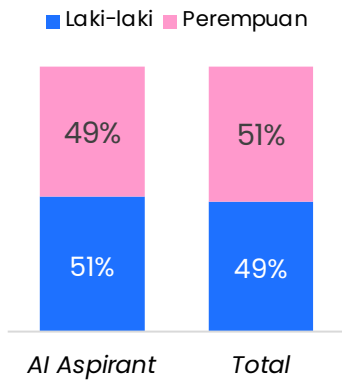
Peminat yang mengejar keunggulan dan pertumbuhan.



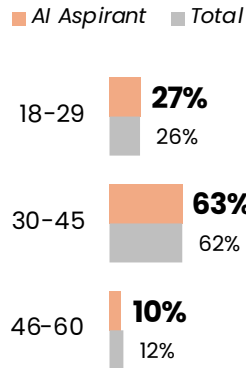
AI Aspirants dalam Kecerdasan Buatan

Ringkasan profil

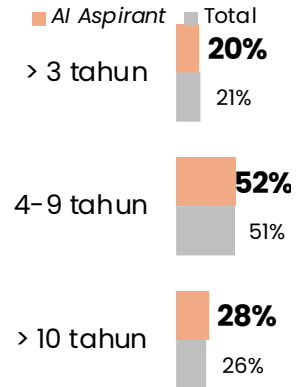
Jenis kelamin



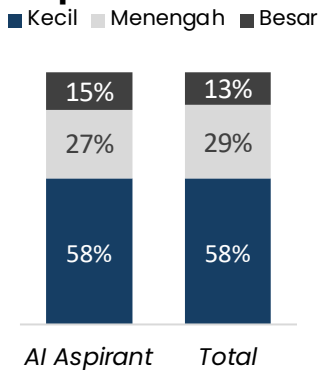
Usia



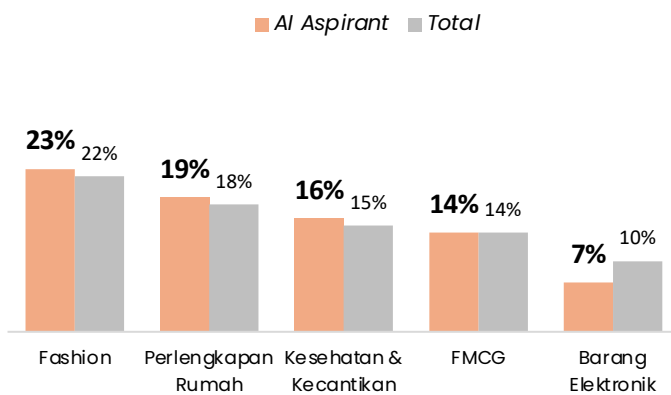
Lama beroperasi



Ukuran perusahaan



Kategori yang dijual

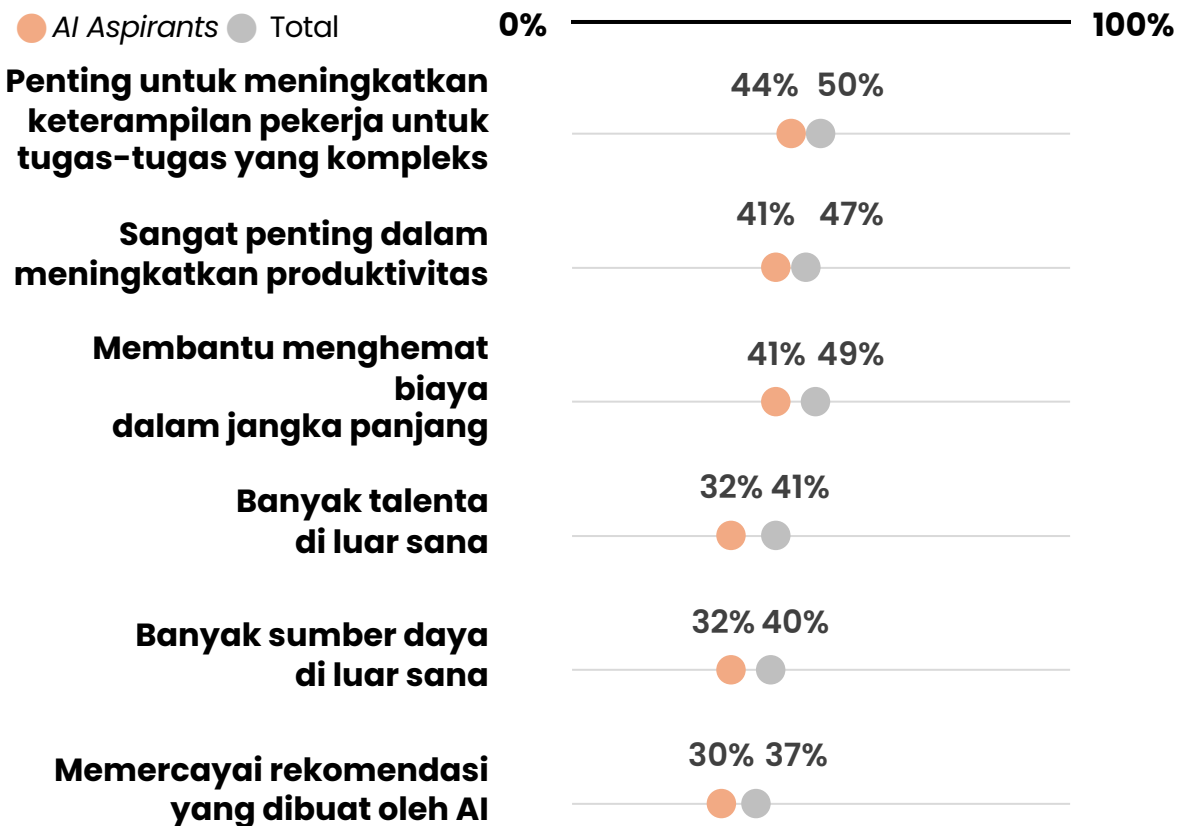


AI Aspirants percaya bahwa AI akan membantu mengelola tugas-tugas yang kompleks dan mendorong produktivitas

AI Aspirants berinvestasi dalam AI demi produktivitas, terutama dalam menangani tugas-tugas kompleks yang mungkin lebih rentan terhadap kesalahan atau memakan waktu. Filipina lebih cenderung melihat biaya sebagai pendorong, sementara Indonesia percaya bahwa ada banyak sumber daya untuk melatih pekerja tentang AI.



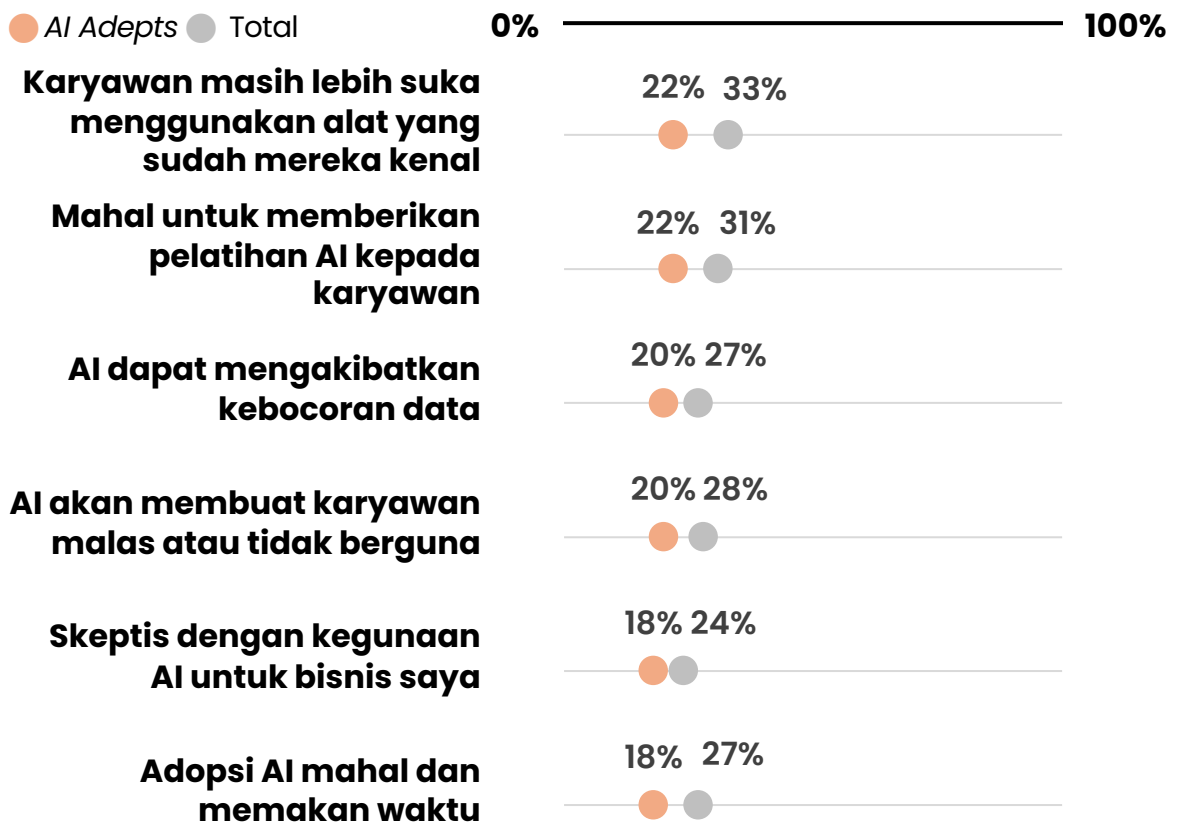
Persepsi positif terhadap AI (sangat setuju)



AI Aspirants menyebut manajemen perubahan, biaya pelatihan, dan ketakutan akan kebocoran data sebagai hambatan utama dalam implementasi AI

Seperti halnya AI Adepts, AI Aspirants menilai hambatan implementasi sebagai kelemahan terbesar dari AI. Mereka juga mengkhawatirkan kebocoran data (urutan ke-3 di kalangan AI Aspirants versus urutan ke-6 di kalangan AI Adepts). Kekhawatiran ini lebih banyak ditemukan di Thailand.

Persepsi negatif terhadap AI (sangat setuju)

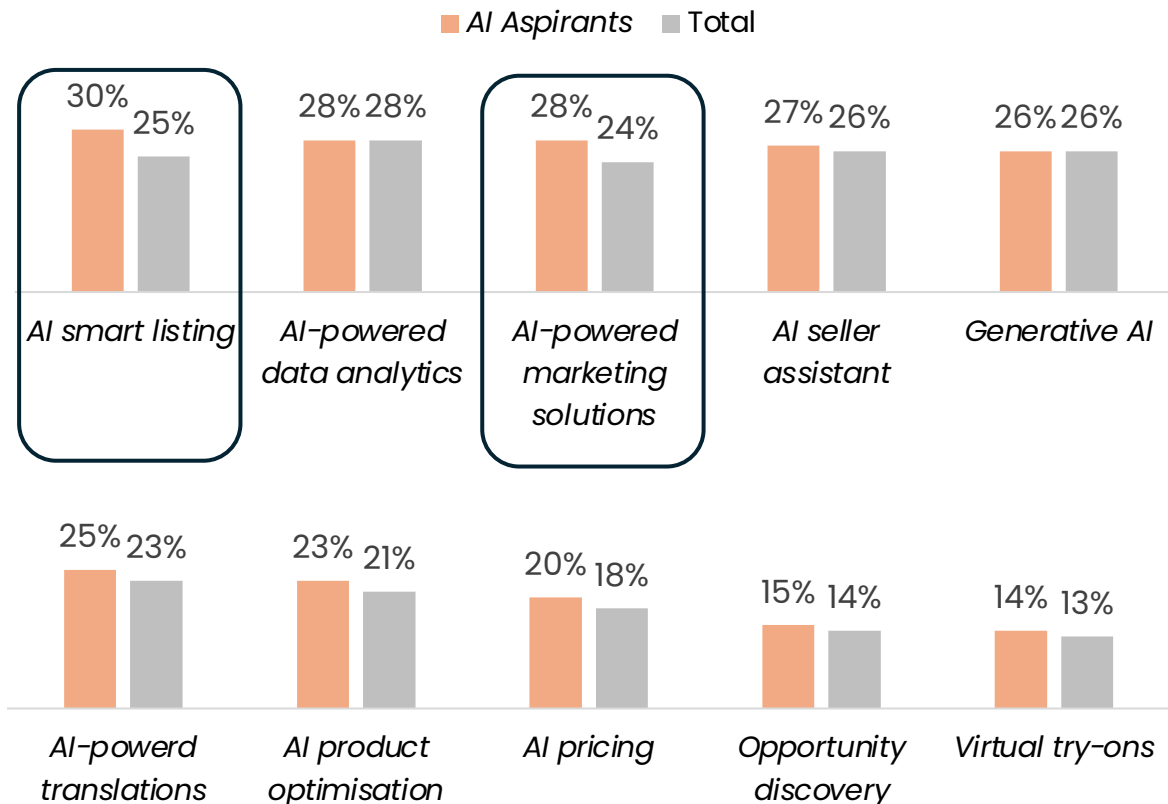


AI Smart Listings dan AI marketing solutions adalah alat bantu AI teratas yang umum digunakan oleh AI Aspirants

AI Aspirants lebih cenderung menggunakan alat pemasaran bertenaga AI untuk mengisi listing dan mengidentifikasi cara-cara untuk mengoptimalkan kinerjanya. Tidak seperti AI Adepts, mereka lebih memilih alat *backend* internal (tidak seperti alat yang berhadapan langsung dengan konsumen) yang memanfaatkan data yang ada untuk meningkatkan proses mereka.

Alat bantu AI yang terbanyak digunakan dalam aplikasi

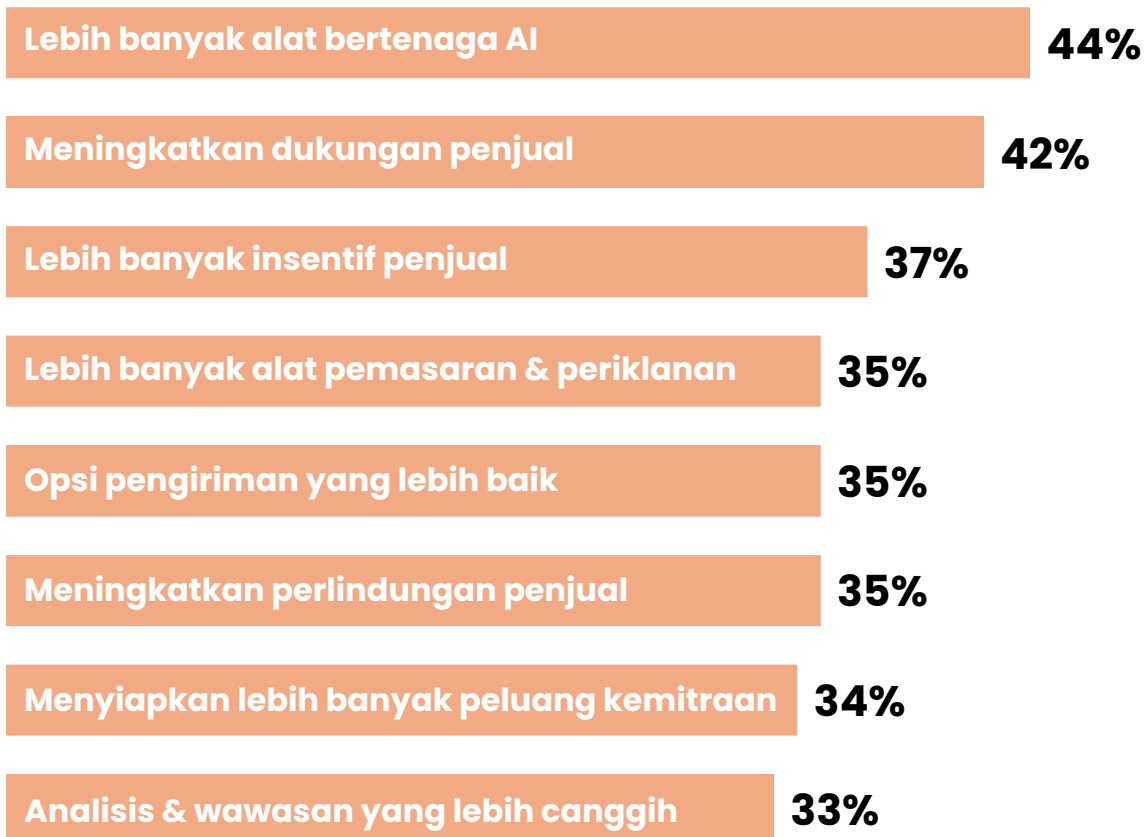
□: Kesenjangan terbesar dibandingkan Total



AI Aspirants menginginkan sumber daya tambahan dan insentif kinerja untuk meningkatkan pengalaman penjual

Akses yang lebih luas ke sumber daya dan dukungan AI, ditambah dengan skema insentif yang kuat untuk memberi penghargaan kepada penjual, merupakan saran utama yang muncul dalam memperkuat pengalaman penjual dari para *AI Aspirants*. Skema insentif berpotensi mengurangi kekhawatiran tentang biaya dan meningkatkan penggunaan alat AI baru untuk mendorong kinerja.

Cara meningkatkan pengalaman penjual



2.3

ARCHETYPE: AI AGNOSTICS

Penjelajah yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi AI.

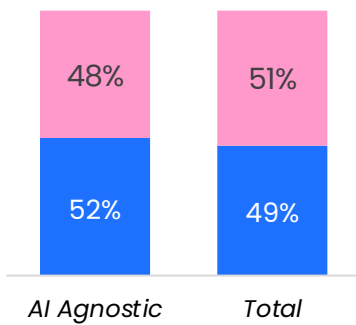


AI Agnostics dalam Kecerdasan Buatan

Ringkasan profil

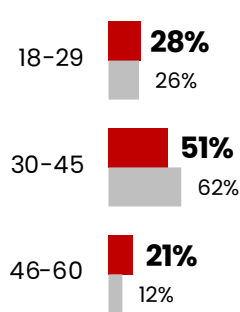
Jenis kelamin

■ Laki-laki ■ Perempuan



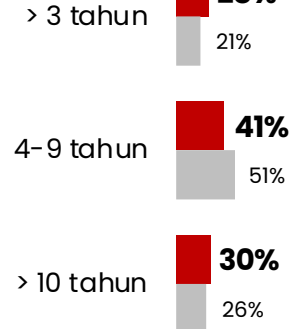
Usia

■ AI Agnostic ■ Total



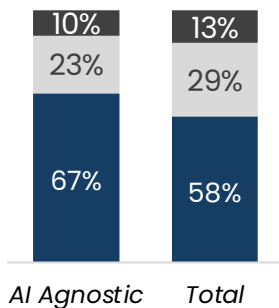
Lama beroperasi

■ AI Agnostic ■ Total



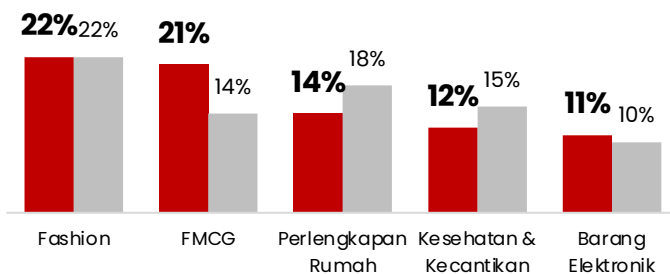
Ukuran perusahaan

■ Kecil ■ Menengah ■ Besar



Kategori yang dijual

■ AI Agnostic ■ Total

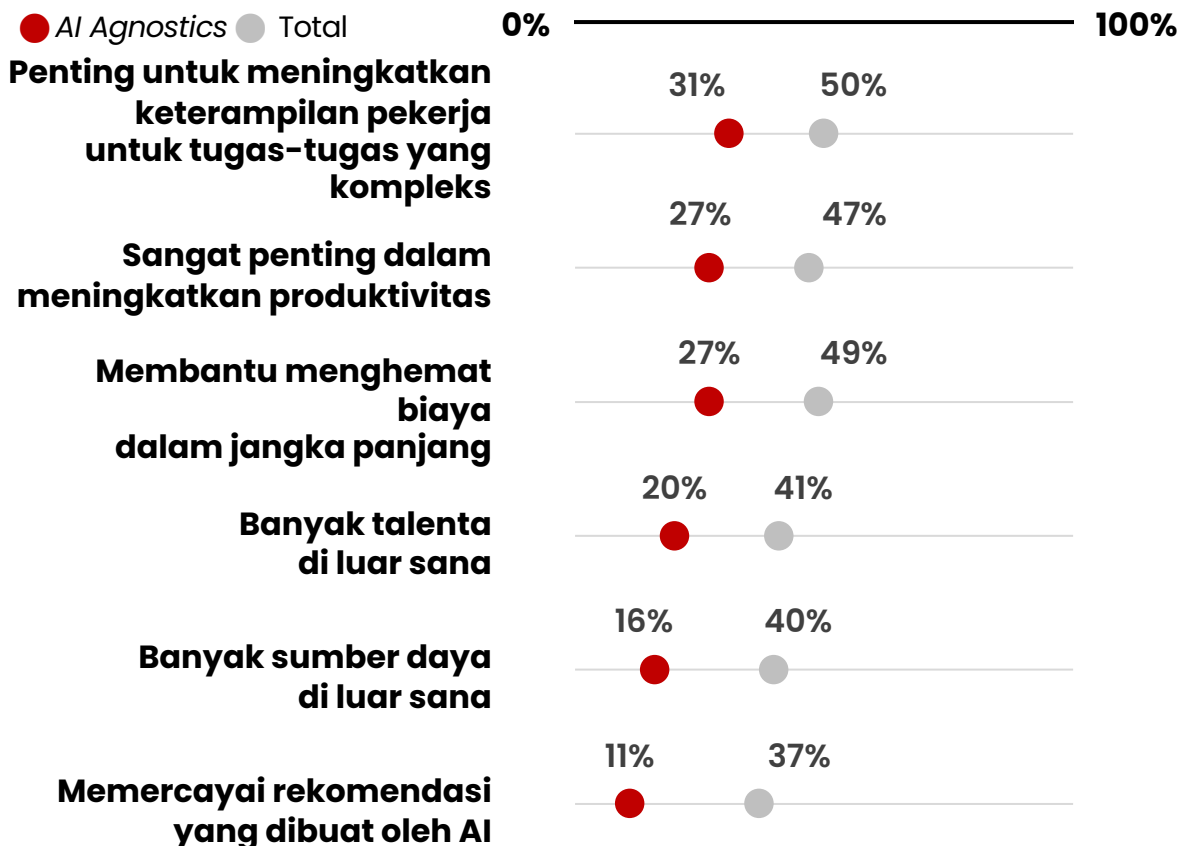


AI Agnostics lebih berhati-hati terhadap AI dan membutuhkan lebih banyak waktu dan pengalaman untuk menumbuhkan kepercayaan

AI Agnostics paling tidak antusias dengan adopsi AI. Meskipun 1 dari 3 orang sangat setuju dengan kemampuan AI untuk mengerjakan tugas-tugas yang kompleks, jauh lebih sedikit yang sepenuhnya memercayai rekomendasi AI. Kurangnya kepercayaan kemungkinan besar merupakan kelemahan utama bagi kelompok penjual ini.



Persepsi positif terhadap AI (sangat setuju)

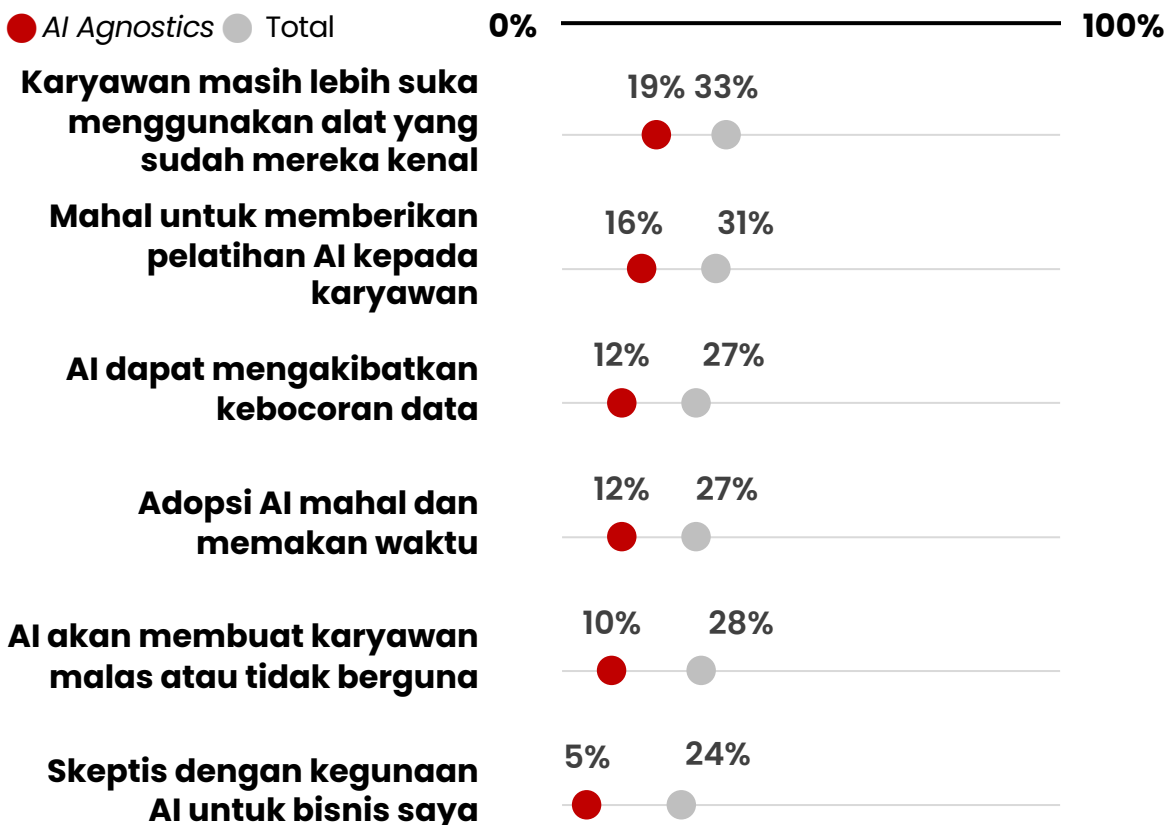


Banyak yang bersikap netral terhadap AI, yang menegaskan perlunya adopsi yang lebih bertahap

Akibat rendahnya kepercayaan terhadap AI dan kurangnya tingkat pengenalan AI, kelompok *AI Agnostics* memiliki sikap yang lebih netral terhadap adopsi AI (agak setuju, agak tidak setuju terhadap pernyataan). *AI Agnostics* dapat mempertimbangkan penggunaan AI secara perlahan, dengan dukungan dari *platform* untuk mengatasi berbagai kesulitan dalam implementasinya.



Persepsi negatif terhadap AI (sangat setuju)

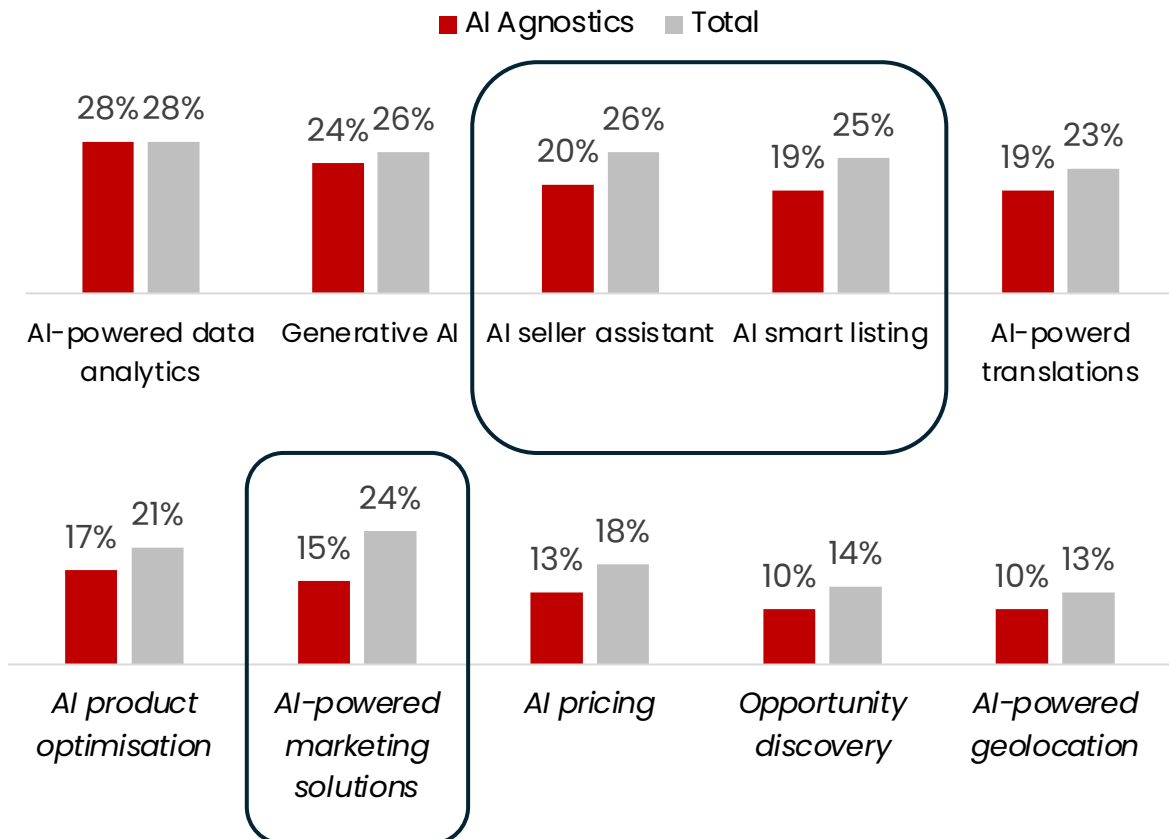


AI Agnostics adalah kelompok dengan penggunaan fitur AI terendah, dan alat bantu AI yang telah teruji dan terbukti menjadi alat yang paling banyak digunakan

Tidak seperti *AI Aspirants*, *AI Agnostics* cenderung tidak menggunakan alat pemasaran backend, dan lebih banyak menggunakan aplikasi yang telah teruji dan terbukti seperti analisis data dan AI generatif. Alat pemasaran *backend* dapat menjadi rangkaian berikutnya yang harus didorong seiring dengan perjalanan adopsi kelompok ini.

Alat bantu AI yang terbanyak digunakan dalam aplikasi

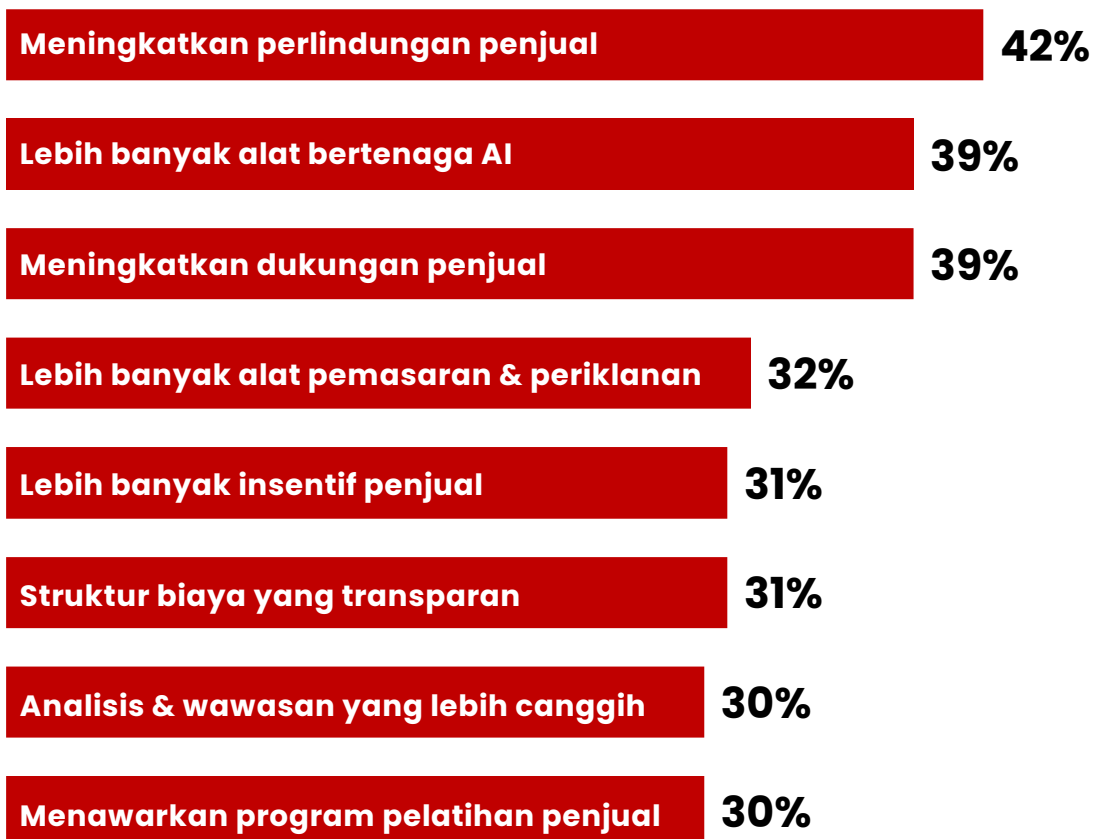
☐: Kesenjangan terbesar dibandingkan Total



Memperkuat perlindungan bagi penjual dapat meyakinkan kelompok *AI Agnostics* untuk mengadopsi AI

Sebagai *archetype* yang lebih menghindari risiko dan berhati-hati, *AI Agnostics* menginginkan jaminan perlindungan penjual untuk meningkatkan pengalaman berjualan mereka. Selain itu, *AI Agnostics* juga menginginkan akses yang lebih luas ke sumber daya dan dukungan, serupa dengan *AI Adepts* dan *AI Aspirants*.

Cara meningkatkan pengalaman penjual



Ringkasan tiga archetype

	AI Adepts	AI Aspirants	AI Agnostics
Demografi	Penjual berusia muda, perusahaan menengah, sudah lama beroperasi	Mirip dengan rata-rata penjual di Asia Tenggara	Penjual berusia lebih tua, perusahaan kecil dan belum lama beroperasi
Persepsi	Positif, percaya bahwa AI dapat meningkatkan produktivitas tetapi mengkhawatirkan biaya	Campur aduk, khawatir dengan kebocoran data	Berhati-hati, kepercayaan yang rendah, dan memiliki sikap yang lebih netral
% adopsi AI	Setidaknya 80% dari proses kerja menggunakan AI	Sekitar 20% proses kerja menggunakan AI di seluruh fungsi utama	Sebagian besar proses kerja masih ditangani secara manual
Aplikasi yang digunakan	Alat bantu yang lebih baru dan berhadapan langsung dengan konsumen	Alat bantu backend pemasaran	Alat bantu yang telah teruji & terbukti
Cara meningkatkan pengalaman	Lebih banyak sumber daya dan dukungan Lebih banyak peluang kemitraan	Lebih banyak sumber daya dan dukungan Lebih banyak insentif penjual	Lebih banyak sumber daya dan dukungan Lebih banyak perlindungan penjual
Langkah ke depan	Menawarkan akses ke alat bantu beta baru, mengajak penjual untuk berbagi pengalaman terkait manajemen perubahan	Berbagi tips dan kiat untuk alat pemasaran, memberikan jaminan perlindungan data	Menawarkan program pelatihan dan bimbingan, panduan langkah demi langkah

03

MEMAJUKAN BISNIS ANDA DENGAN AI

Temukan beragam fitur dan solusi AI dari Lazada, yang dirancang untuk memberdayakan penjual dan membantu memajukan bisnis mereka



Saat ini, alat bantu AI tersedia secara luas di seluruh *platform* eCommerce

Di Asia Tenggara, di mana respon cepat menjadi penting dalam lingkungan yang sangat kompetitif, *platform* eCommerce telah menerapkan serangkaian alat bantu AI untuk mendukung bisnis dalam optimalisasi proses.

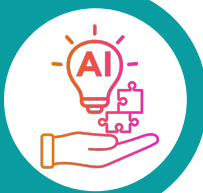
Seller Assistant

Chatbot cerdas yang menjawab pertanyaan dan mendukung penjual dalam menawarkan pengalaman yang lebih baik kepada para pembeli



AI Marketing Solutions

Mendukung penjual dalam meningkatkan trafik dan mengoptimalkan kinerja melalui wawasan data



AI Data Analytics

Memanfaatkan analisis canggih untuk memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti dan meningkatkan pengambilan keputusan



Generative AI

Membuat nilai jual (selling point) sebagai deskripsi produk yang akan selaras dengan target audiens penjual



AI Smart Listings

Solusi cerdas untuk menghasilkan dan mengisi atribut produk secara otomatis



AI Augmented Reality

Memanfaatkan teknologi AI dan AR untuk menciptakan pengalaman digital yang imersif



AI Product Optimisation

Peningkatan strategi pemasaran melalui analisis perilaku pembeli dan penjualan



AI Dynamic Pricing

Secara otomatis menyesuaikan harga berdasarkan permintaan, perilaku pembeli, kondisi pasar



AI Geolocation

Memanfaatkan AI dan data real-time untuk mengoptimalkan navigasi, mengurangi waktu tempuh, dan meningkatkan efisiensi logistik



Hal-hal dasar untuk memulai

Membuka toko dan berjualan di Lazada itu mudah, berkat berbagai fitur AI yang memudahkan proses *listing* dan manajemen produk. Berikut adalah beberapa fitur yang bisa dimanfaatkan oleh semua pengguna baru maupun pengguna lama untuk membangun bisnis mereka:

	<i>AI Smart Listing</i>	<i>Lazada Business Advisor</i>	<i>Lazzie Seller</i>
Kapan harus digunakan?	Ketika proses <i>listing</i> produk	Ketika menyiapkan toko	Ketika tidak tahu pasti apa langkah berikutnya
Fitur apa ini?	Pasarkan produk lebih cepat dengan AI Smart Listing , yang mengotomatiskan proses <i>listing</i> produk dengan menghasilkan dan mengisi atribut berdasarkan gambar atau kata kunci.	Setelah menyiapkan toko, manfaatkan Lazada Business Advisor – portal analisis AI yang memberikan gambaran komprehensif tentang kinerja toko.	Jangan pernah merasa kebingungan dengan Lazzie Seller , sebuah chatbot cerdas khusus di Alibaba Seller Centre (ASC).
Bagaimana fitur ini bisa membantu?	<ul style="list-style-type: none"> Membuat judul yang menarik dan deskripsi produk yang mendetail dengan mudah Menyempurnakan gambar produk dengan perubahan latar belakang, penyesuaian model, dan visual try-ons 	<ul style="list-style-type: none"> Menawarkan wawasan tentang metrik bisnis utama, data tingkat SKU seperti tingkat konversi dan jumlah kunjungan ke halaman (page view), dan informasi terbaru tentang minat pelanggan Penjual dapat membuat keputusan berdasarkan data untuk mengoptimalkan strategi mereka dan meningkatkan penjualan 	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan pengalaman penjual dengan menyediakan FAQ operasional, navigasi cepat ke fitur-fitur utama Memberikan penilaian risiko toko, dan saran bisnis untuk efisiensi dan kesuksesan



Selayang Pandang

Nilai jual yang dihasilkan AI membuat ringkasan yang mudah dibaca yang diambil dari informasi produk utama, yang mempercepat pengambilan keputusan bagi konsumen – sehingga menghasilkan penjualan yang lebih cepat dan lebih efisien

Optimalisasi untuk meraih kesuksesan

Ada banyak cara untuk meningkatkan efisiensi toko dengan AI di Lazada. Berbagai fitur, baik itu manajemen pelanggan atau lead generation, dapat membantu penjual memperkaya pengalaman toko mereka:

	Lazada IM Shop Assistant (LISA)	Pengoptimalan Produk Cerdas AI	Lazada Sponsored Solutions
Kapan harus digunakan?	Ketika menangani pertanyaan pelanggan	Ketika proses listing produk	Ketika meningkatkan trafik atau mendorong prospek penjualan
Fitur apa ini?	Chatbot AI yang dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperlancar komunikasi	Tingkatkan proses listing produk yang sudah ada dengan Pengoptimalan Produk Cerdas AI Lazada	Rangkaian alat bantu periklanan berbasis AI yang komprehensif yang mengoptimalkan kinerja toko melalui wawasan berbasis data yang dipersonalisasi
Bagaimana fitur ini bisa membantu?	<ul style="list-style-type: none"> Menyesuaikan sapaan dan FAQ, mampu mengenali kata kunci dan merespons bahkan ketika toko sedang tutup. Memanfaatkan basis pengetahuan AI untuk memahami maksud pelanggan Fitur Smart Answer yang secara otomatis menjawab pertanyaan pelanggan menggunakan detail produk 	<ul style="list-style-type: none"> Membantu penjual mengidentifikasi peningkatan yang dapat mereka lakukan pada judul, deskripsi, atau bahkan foto produk mereka Mirip dengan Listing Pintar AI, penjual dapat dengan mudah menyempurnakan visual dan konten produk mereka dalam hitungan menit untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan konversi 	<ul style="list-style-type: none"> Penjual dapat secara akurat dan efektif menargetkan dan mengonversi pembeli yang memiliki niat tinggi untuk membeli (high-intent shoppers) menjadi pembeli. Menggabungkan analisis pembeli dengan solusi iklan <i>on-platform</i> dan <i>off-platform</i>, penjual dapat memaksimalkan eksposur mereka dan meningkatkan efektivitas pemasaran mereka



Jual dalam Bahasa Apa Saja

Platform Lazada dapat **dengan mudah menerjemahkan konten produk apa pun ke dalam bahasa lokal**, sehingga konsumen selalu memiliki akses ke informasi produk dengan cepat dan akurat

Pengalaman yang Membawa Perubahan Besar

Setelah menguasai dasar-dasar berjualan di Lazada, penjual dapat menawarkan lebih banyak hal dengan inovasi AI dan AR yang lebih menarik. Pelajari lebih lanjut tentang fitur-fitur canggih yang memberikan pengalaman menarik ini:

	<i>Virtual Try-ons</i>	<i>Uji Kulit Berbasis AI</i>	<i>Geolokasi & Perencanaan Rute</i>
Kapan harus digunakan?	Ketika pembeli menjelajahi produk	Ketika pembeli menjelajahi produk	Ketika melakukan pengiriman
Fitur apa ini?	Memungkinkan pengguna untuk mencoba produk kecantikan secara virtual dalam waktu nyata dengan hasil yang sangat dipersonalisasi dan sesuai dengan aslinya.	Memadukan AI dengan AR untuk menganalisis kondisi kulit pengguna dan memberikan rekomendasi produk yang dipersonalisasi	Memanfaatkan teknologi AI untuk mengoptimalkan efisiensi logistik dan pengiriman
Bagaimana fitur ini bisa membantu?	<ul style="list-style-type: none"> Fitur interaktif yang membantu pembeli mencoba produk secara visual dan melihat visualisasi diri mereka saat memakai produk tersebut sebelum membelinya, sehingga menambah keyakinan dan mengurangi rasa ragu-ragu pembeli untuk membeli produk 	<ul style="list-style-type: none"> Dengan memanfaatkan teknologi diagnosis kulit yang canggih, alat ini membantu pembeli mendapatkan saran yang disesuaikan berdasarkan kebutuhan perawatan kulit mereka yang unik. 	<ul style="list-style-type: none"> Dengan memanfaatkan geolokasi, AI dapat melacak pesanan secara real-time, serta merencanakan dan menghitung rute kendaraan secara dinamis untuk memastikan pengiriman yang paling efisien Mengurangi waktu transit, meminimalkan biaya, dan meningkatkan keandalan pengiriman secara keseluruhan, sehingga memberikan pengalaman yang mulus bagi penjual dan pelanggan.

Untuk Penjual Lazada

Sumber daya berikut telah disiapkan secara eksklusif untuk penjual Lazada di platform kami, *Lazada University*, untuk secara efektif memanfaatkan berbagai alat dan fitur AI bawaan kami, termasuk Listing Pintar AI dan *Lazada Business Advisor*.

	Fitur Listing Pintar AI	Pengantar Lazada Business Advisor	Menganalisis Data Trafik
Indonesia	Tautan	Tautan	Tautan
Malaysia	Tautan	Tautan	Tautan
Filipina	Tautan	Tautan	Tautan
Singapura	Tautan	Tautan	Tautan
Thailand	Tautan	Tautan	Tautan
Vietnam	Tautan	Tautan	Tautan

	Pelacakan Kinerja Produk	Layanan Bersponsor	Analisis Kinerja Promosi
Indonesia	Tautan	Tautan	Tautan
Malaysia	Tautan	Tautan	Tautan
Filipina	Tautan	Tautan	Tautan
Singapura	Tautan	Tautan	Tautan
Thailand	Tautan	Tautan	Tautan
Vietnam	Tautan	Tautan	Tautan

Untuk Penjual Lazada

Sumber daya berikut telah disiapkan secara eksklusif untuk penjual Lazada di *platform* kami, *Lazada University*, untuk secara efektif memanfaatkan berbagai alat dan fitur AI bawaan kami, termasuk Listing Pintar AI dan Lazada Business Advisor.

	Memahami Pelanggan Anda	Pelacakan Kinerja Chat	Peringkat dan Peluang Produk/Kategori
Indonesia	Tautan	Tautan	Tautan
Malaysia	Tautan	Tautan	Tautan
Filipina	Tautan	Tautan	Tautan
Singapura	Tautan	Tautan	Tautan
Thailand	Tautan	Tautan	Tautan
Vietnam	Tautan	Tautan	Tautan

Mulai berjualan dengan Lazada

Belum menjadi penjual Lazada? Bergabunglah dengan kami sekarang juga dan tumbuhkan bisnis Anda dengan penuh percaya diri dengan dukungan khusus yang kami sediakan:

Program dukungan dan alat khusus yang tangguh

- **Untuk Penjual:** Proses pendaftaran yang mudah, dukungan inkubasi, tarif komisi yang kompetitif, dan pelatihan dengan Lazada University
- **Untuk Merek:** Kanal khusus dalam aplikasi, visibilitas yang lebih tinggi pada peringkat pencarian dan kampanye eksklusif LazMall

Manajemen logistik canggih

- Temukan **solusi logistik eCommerce satu atap di Asia Tenggara** dengan infrastruktur internal kami yang luas
- Penuhi kebutuhan pemenuhan, pengiriman lintas batas, dan last-mile delivery Anda dengan **solusi yang cepat, akurat, dan hemat biaya**

Tingkatkan trafik & penjualan dengan Lazada Sponsored Solutions

- Telusuri **rangkaian lengkap solusi on-platform dan off-platform berbayar** untuk merek & penjual guna meningkatkan trafik & penjualan serta mengoptimalkan kinerja melalui wawasan data.

Siap memulai perjalanan Anda? Daftar hari ini!



[Tautan](#)



[Tautan](#)



[Tautan](#)



[Tautan](#)



[Tautan](#)



[Tautan](#)

