

在rizz的背后



Social Commerce



Table of Content



...

定义社交电商	03.
#无滤镜：社交电商为何对东南亚卖家至关重要	08.
点赞社交电商	13.
不赞向社会商业	19.
#fyp 卖家优化社交电商价值的三个技巧	24.
紧跟社交电商趋势	33.
方法论	35.



定义

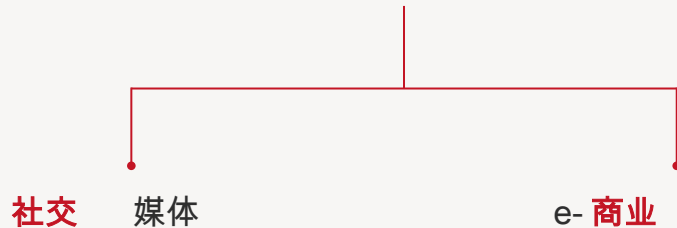


Social Commerce



什么是社交电商？

社交电商由两个实体组成



我们将它定义为平台



什么是社交电商？

这些的流行 **先社会，后商业** 我们在东南亚地区的平台发展取决于我们在这里独特的社交平台使用方式。

忍者物流集团的关于“东南亚电子商务的未来将走向何方？”的研究发现，**社交媒体是当今的搜索引擎** 对于*网购狂热者。



SYNC东南亚报告《大胆举措：引领东南亚下一波消费增长》发现 **社交媒体不仅仅是一个高度使用的在线发现渠道** 但在整个采购旅程的不同阶段。

贝拉·汗是马来西亚社交电商卖家的一个例子。

*网购狂热者为分析团队在2022年7月至8月期间从六个国家（新加坡、马来西亚、菲律宾、印度尼西亚、泰国和越南）的9,000多名参与者中收集的调研结果中发现的一组热衷网购的人群——尽管网购狂热者仅占网购者的15%，但他们却占到了电子商务总交易额的45%。

什么是社交电商？

理想的社会商务体验使整个购物旅程能在社交环境中展开。



在东南亚，只有抖音商城提供这种理想。



什么是社交电商？

...

实际上，这些 **先社会，后商业**
平台作为 **交通驾驶员** 为卖家。

- **社交媒体平台** 充当目录网站 似乎为 在相同的社会环境中 对于卖家，允许购物者访问卖家



- **聊天应用** 让顾客在做出任何购买决定之前与卖家互动。



#无滤镜

Social
Social

与...有关的事
东南

为什么

Commerce
Commerce

卖方在
亚洲？



超越社交商务的魅力

为什么社交电商对卖家很重要？

与市场调研公司 Milieu Insight 一起，我们对来自六个国家的 *600 名社交电商卖家进行了调查



新加坡



马来西亚



菲律宾



印度尼西亚



泰国



越南

2023年11月，以了解他们对社交电商的看法。

在马来西亚，这些是所调查的卖家运营的前三大类别：

时尚

健康与保健

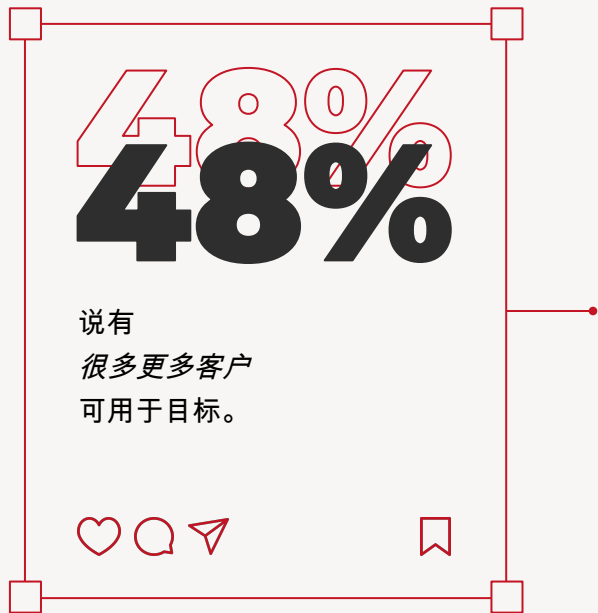
食品与饮料

而且，这就是社交电商对他们为何重要。

*[点击此处](#)获取田野工作方法。

为什么社交电商对卖家很重要？

1. 社交电商拥有一个受控的受众



一个 **社会优先** 平台是指利用社交元素，例如网络效应和用户生成内容，来建立用户基础。

当用户规模达到一个有意义的数量时，社交优先平台将开始对用户规模进行变现。

这就是为什么卖家在社交电商中会发现“有大量更多客户”可供瞄准。

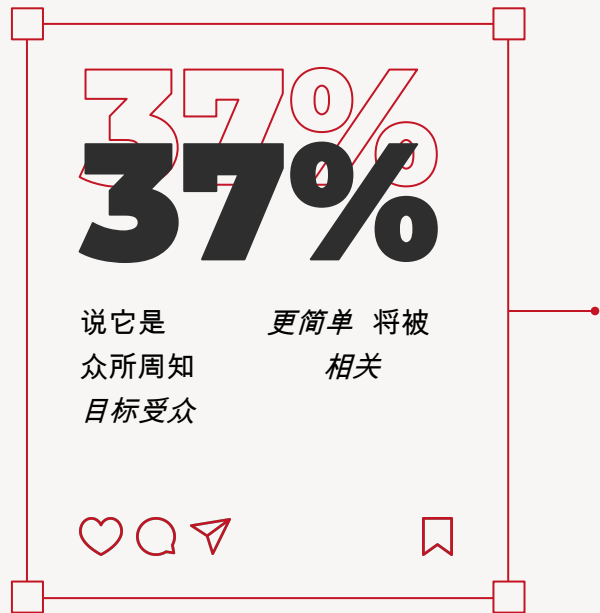
与线下购物——在东南亚是一种社交活动——不同，线上购物缺乏带来自然流量的社交元素。

所以 **电子商务优先** 平台，例如一个市场，必须付费来建立其用户基础。

将吸引顾客的这些高额营销成本转嫁给了卖家，比如你。

为什么社交电商对卖家很重要？

2. 社交电商使触达目标受众更加容易



当大多数人在社交优先平台进入时，他们是为了娱乐。这为你使用创意和

吸引购物者注意（和他们的钱包）的品牌相关内容。

在 **社会优先** 在一个重视内容相关性的环境中，对于预算有限的卖家来说，让他们的相关目标受众看到他们内容要容易得多。

至于一个 **电子商务优先** 环境，仅一小部分卖家捕获了大部分销售额。

当购物者进入一个以电商为主的平台，他们就是来购买的。只要你有财力在用户手机屏幕上购买优质房地产，无论是横幅广告位还是付费搜索，你很可能就能促成交易。

为什么社交电商对卖家很重要？

3. 社交电商帮助卖家触达更多潜在购物者



34%

说他们需要
多样化他们的销售
频道 to 目标
不同受众

根据 Ninja Van 集团在东南亚社交电商卖家的数据库，10 个中有 9 个要么在市场平台开店，要么运营自己的 brand.com。

有道理。

依赖单一平台进行受众触达是冒险且鲁莽的。这让你暴露在平台算法的任意性之下，这适用于 **社会优先** 和 **电子商务优先** 平台。

在社交优先平台上开店更简单，因此为你提供了一种更容易的多元化销售渠道的方式。在马来西亚，“有更多可针对的客户”是卖家进入社交电商的首要原因。



对于

Social
Commerce

点赞社交电商



哪些卖家 **爱** 关于社交电商：
它有助于超越人口统计和交易，更好地了解您的顾客

社交平台上的社交数据可以为您提供有关顾客行为的丰富洞察。这些平台揭示了他们参与的内容、他们关注的网红，甚至他们最活跃的时间。

这些信息使您可以量身定制您的策略●

加倍下注 关于你想鼓励的购物者行为以及● **最小化** 出现不为您效力的购物者行为。

发现我们的回头客是婴儿潮一代和商人，是在我们注意到一单购买了10,000包咖啡时。与他们交谈后，我们确定了要瞄准的新细分市场，从而创建了分销商套餐。

Jederly Masiclat，菲律宾Bona Vita销售经理



点赞社交电商

什么卖家 **爱** 关于社交电商：
能够与您的购物者建立更紧密的联系，以增强忠诚度

如果您缺乏独特的产品或难以识别独特的卖点， **提供卓越的购物体验** 可以让你脱颖而出。

通过提供优质服务并与社交电商中的购物者互动，您可以与购物者建立更紧密的联系，从而提高购物者的满意度和忠诚度。

那可以成为你的不公平优势，是其他人难以轻易复制的。



“我的妻子通过举办个性化电话，指导购物者掌握云卷发器，付出了额外的努力。正是这些独特的互动，为我们的购物者提供了最好的体验。”

肯尼迪·Chew，斐儿美妆新加坡和马来西亚联合创始人

fii

点赞社交电商

这里是与您的购物者建立牢固联系的其他好处：

...

1.

构建平台变化的品牌
韧性

我们使用 Facebook 进行销售，我们
使用 Zalo 进行客户关系管理。

OUTERITY

林H, 外界之主
越南



了解你的购物者是让你能够在线上
和线下都维持与他们关系的关键。

这是应对平台可能使您的店铺排
名跌出可视区域或产品滑出第一
页的最佳防御方法。

点赞社交电商

这里是与您的购物者建立牢固联系的其他好处：

2.

你可以培养口碑——最强大的营销力量



我的老客户之后来了很多新客户。
听到积极的证言

伊斯拉尼·努尔玛拉，阿萨里兹集团印尼老板

点赞、评论和转发在社交优先平台上更容易。
毕竟，这些行为根植于社交领域。



点赞社交电商

这里是与您的购物者建立牢固联系的其他好处：

3.

你可以测试产品人气 快速

如果你有新产品，考虑首先推出

在您熟知的购物者中。

这种方法使您能够快速收集反馈，以加快产品迭代和做出更好的销售预测。



进行这些小型发布有助于

- 通过避免对不受欢迎的产品进行大规模推出来节省成本，以及● 在确定了新产品的强产品市场契合度后赚取更多。



不喜欢

对于

Social
Social

Commerce
Commerce



不赞向社会商业

既然我们已经看到社交电商的重要性，并且理解了为什么同行卖家喜爱社交电商，你可能会想：**闪光和魅力背后是什么？**

社交电商可不是件容易的事。

我们*600名受访卖家在社交电商中选出了这五个他们认为的主要运营挑战：

01.

鼓励重复购买

02.

脱颖而出

03.

跟进热门产品来销售

04.

解决客户投诉或反馈

05.

采购他们想要销售的产品

*[点击此处](#)获取田野工作方法。

?

#你了解吗

不赞向社会商业

你可能已经意识到，这些挑战不仅仅存在于社交电商领域。

只要你在网上销售，就有可能遇到这些挑战。

然而，如果你选择参与社交电商，你不仅需要应对上述挑战，还需要应对社交电商特有的障碍。



不赞向社会商业

50%
50%

说创建有效内容是有挑战性的

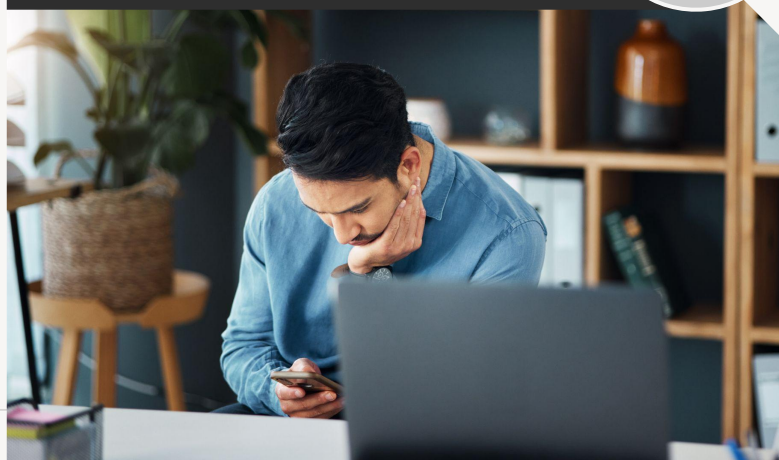


要在以社交为主的、以商业为辅的平台上看到结果 **社交元素必须先于商业元素。**

但是将娱乐置于销售之上并非易事；甚至可能看起来有违直觉，尤其是对于那些唯一关注点就是——现在就卖出的卖家而言。

持续产出内容以娱乐和吸引观众是件很难的事。以抖音为例。我们需要每天制作3-5个视频才能使账号得到提升。就连每天制作一个抖音视频也是一项大量的工作，更不用说3-5个了！

钟颖德，马来西亚Signature Market高级营销经理



不赞向社会商业

48%



说它很难追赶上不断变化
的平台算法

无论是否创建有机内容

或者在制作广告时，我们总是通过反复试验来
确定哪种有效。如果某种方法被证明是有效的
，我们就坚持使用它。这便是我们在 Facebook
上长期以来的做法。\\

Jederly Masclat，菲律宾 Bona Vi
ta 销售经理



在各种平台上持续实验都需要时间和精力。没有捷径。撸起袖子，努力工作，发掘真正能与不同平台受众产生共鸣的内容，才是成功的关键。



提示：

咨询您最看重的主流消费者在他们的首选社交渠道。确定他们最常访问的前三个平台，并在这些平台上发展壮大。质量胜于数量是关键。避免通过同时瞄准所有人、所有地方来分散自己过度的精力。

通过电子邮件联系我们

reg-coe-comms@ninjavan.co 要了解

我们如何通过 Marketing+ 能力提升您的
电子商务销售额！

#fyp

三个小窍门

to

Social
Social
Social

卖家
优化

Commerce
Commerce

值



超越社交商务的魅力

建立您的内容库。



减少，重复使用。回收。
新内容的时间和精力。



提示：

1. 将您最畅销的常青商品从绿色屏幕前拍摄多个角度，以用于背景定制。
2. 制作一些符合规格的、带有品牌边框的图片框架，可以叠加在你的产品图片上。



#你了解吗 在印度尼西亚，忍者快递帮我们的卖家免费拍摄产品照片和视频？了解更多 [这里](#)。



建立您的内容库。



减少。



重用



回收

即使因此受到指责，那也行。毕竟，你是卖家，不是全职内容创作者。



提示

查找至少三个月前的常青内容。
重用表现好的，无论是驾驶喜好还是线索。

“我截屏我们的直播销售会，
然后我用作广告内容。”

尼，普拉恰蒂德面包店老板，74/2 (อรชำ ถั่วเจ็ดเชื้ยนสะท้านโลกานต์)，泰国



建立您的内容库。



减少。



复用。



回收

用户生成内容 (UGC)

真实性是今天的货币。

您的顾客评论、图片和视频比您付费影响者的内容更有价值。

将您辛苦获得的社会认同在全渠道中循环利用，从数字广告到社区群组。



提示

鼓励 UGC 带有两种激励方式——一种给予用户即时满足感，另一种诱使用户进行重复购买。



点击 [这里](#) 关于免费指南的 如何使用免费AI工具创建内容 ，由Ninja Van集团区域创意副总监Kenny Foong设计！

建立您的内容库。

用reels来展示你是真实的

如果真实性是今天的货币，捕捉
电影里的真实瞬间就是印钞。

忍者范集团的社会电商卖家始终通过照片和视频捕捉真实瞬间
，然后发布在他们社交平台上。



建立您的内容库。

以下是一些你可以考虑的角度：

01.

亲自打包订单以表明每一单都得到精心处理

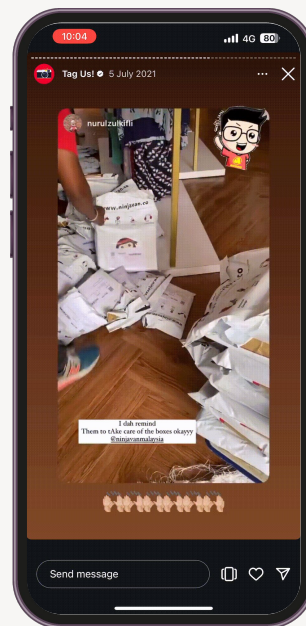
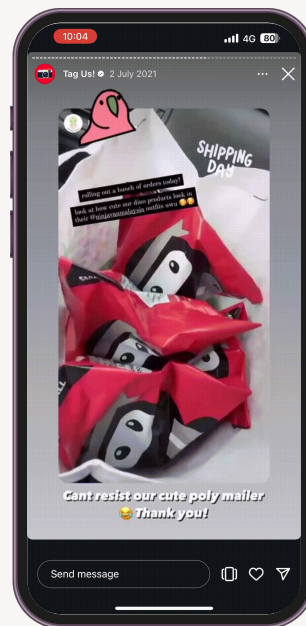
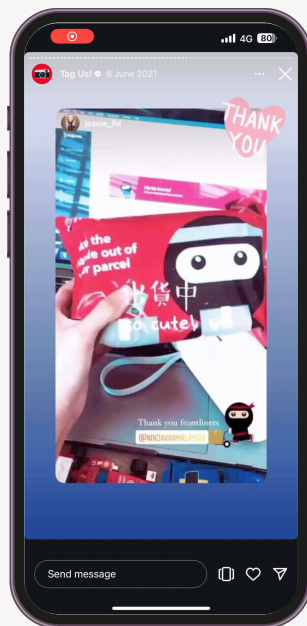
从像 Social Commerce 这样的卖家那里学一页 [BeanStalks Studio](#) (68.2K 粉丝)
她80%的内容只是她挑选和包装订单的视频！

02.

一个装满包裹的空间，以表明你已经完成了许多销售。

03.

快递员到达进行包裹取件或离开取件后，以显示您的包裹现已启程运往您的顾客。



这些素材也表明了购物者的购买行为如何从像素转化为包裹的透明性。

建立您的社群。

利用交互元素 构建一个以社交为优先的平台，通过知识分享、投票、竞赛以及可能社区专属的掉落物来鼓励您的社区成员参与，让他们感到特别和有价值。

超越提升品牌忠诚度，一个社区是一个你可以 **大规模地建立和维护与您的顾客的关系** – 一个你可以借助口碑来汇聚善意并让其为你创造更多价值的空间。



提示：

分享与您的顾客相关的信息性及教育性内容，例如页面 **这些** 我们创建的这个平台旨在为像您这样的卖家提供文章，以帮助他们更好地销售！

我们从未在意过广告。我们宁愿拿走那些现金，把它还给我们的顾客。这都是靠口口相传——我们的顾客知道我们是货真价实、有责任心且真诚的。所以，新顾客都是从其他快乐的顾客那里听到关于我们的好消息而了解我们的。

安东尼张，HB Home新加坡业主



打造你的品牌.com。

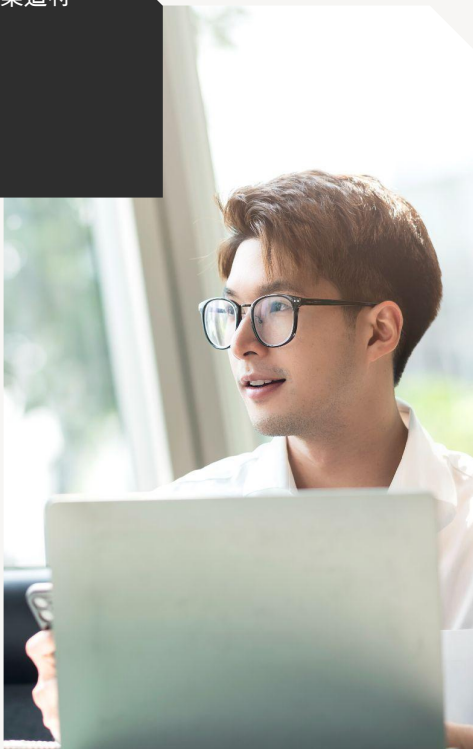


获取您的品牌.com，然后使用社交渠道将其流量引入。

肯尼迪·Chew，斐儿美妆新加坡和马来西亚联合创始人

编码的时代
brand.com在我们身后。

现在，像Shopify和WooCommerce这样的解决方案提供商使其变得易于拖放。



通过品牌.com，你可以让你的辛苦赚来的流量更努力地工作。不仅用于即时转换，还用于中到长期的积极影响，例如谷歌关键词排名和搜索引擎优化。

将您辛苦赚来的流量导向平台商店，就像是在协助平台承担其广告成本一样。

让你的辛苦赚来的流量更努力工作 为你。

打造你的品牌.com。

是的，建立一个品牌.com需要更高的设置成本。这包括对运营和物流的投资，例如整合销售渠道、建立分销网络并与支付网关连接。

选择一个可靠的物流合作伙伴，对于轻松便捷的配送至关重要，毕竟，
您的品牌只有在产品抵达您的客户手中时才焕发生机。

想想配送到货服务就像是决定你整个购物体验成败的关键压轴戏。速度也很重要，尤其是对于社交电商的买家——他们很冲动。配送越快，购物旅程成功的可能性就越高！

福，悲伤男孩不哭越南的老板



尽管有前期投资，通过●维持对定价的控制，和●避免每次交易需要将销售额的百分比交给市场，你可以潜在地获得更高的回报。



保持

紧跟潮流

Commerce
Commerce



社交电商：潮流还是永恒？

社交电商将长久存在。

对于像您这样的卖家，社交优先、商业其次的平台兴起为您带来了激动人心的机遇。这些平台可以扩大你的影响力，将陌生人变成朋友，朋友变成购物者，甚至将购物者变成你的热情销售员。

虽然平台本身会发生变化，就像抖音商城现在已与印度尼西亚的Tokopedia整合一样，但有一样是确定的——当你拥有你的brand.com时，你仍然拥有控制权。

拥有自己的品牌.com，您可以掌控店铺前发生的一切，您拥有安全的港湾，让您自由驾驭不断变化的社交商务潮流。



Methodology.



与市场研究公司 Milieu Insight 合作，Ninja Van 集团于 2023 年 11 月进行了涉及 600 名社交电商卖家的实地调研，构成了本白皮书所展示数据的基础。这些卖家的机密性受到数据隐私保护法的保护，我们不知道他们与 Ninja Van 集团是否存在关联或不存在关联。

对于社交电商卖家这一细分群体，每个国家100名受访者足以构成一个具有代表性的样本，因为这个相对较小的商业群体。在该数据集中已对国家数据进行等权重处理，以确保其对东南亚地区的代表性。



100



100



100



100



100



100

引言和定量数据来源于Ninja Van集团于2023年10月对使用Ninja Van集团服务的社交电商卖家进行的访谈。

忍者快递集团。

是一家提供供应链解决方案的科技赋能快递物流公司，服务于东南亚所有规模的企业。

2014年成立，Ninja Van集团以最后一公里物流公司的身份开始在新加坡运营。

自那以后，它已成为该地区增长最快的科技公司之一 **物流公司** 为商业提供创新解决方案，优化电子商务机会。

今天，Ninja Van 集团已经将其网络扩展到覆盖六个国家：新加坡、马来西亚、菲律宾、印度尼西亚、泰国和越南。

