

tokopedia

Newsletter Seller

Vol. 12
November
2020

MEDIA INFORMASI BERJUALAN DI TOKOPEDIA

KUPAS TUNTAS!

Panduan membuat rencana bisnis tahun 2021



Hai, Seller!

Sebulan lagi, kita akan mengakhiri tahun 2020 yang penuh tantangan. Semangat dan optimisme teman-teman Seller yang masih terus menyala hingga saat ini sungguh patut diapresiasi.

Di tahun 2021 nanti, apa yang ingin kamu capai untuk bisnismu? Agar dapat meroket lebih tinggi tahun depan, Tokopedia ingin mengajakmu mulai menyusun rencana bisnis tahun depan. Oleh karena itu, newsletter edisi November ini memuat penuturan dari 3 Seller Tokopedia soal rencana mereka selanjutnya,

panduan lengkap membuat rencana bisnis, serta bocoran strategi promosi yang diharapkan dapat menjadi inspirasi ketika kamu menyusun gebrakan baru untuk tahun 2021.

Selamat membaca.

Salam,
Pipit Indrawati
Senior Lead of Merchant Education

Kata Seller

3 Seller yang siap buat gebrakan baru di 2021

1 Ann's Bakehouse

Berencana luncurkan ASI Booster dan Healthy Creations



Toko kue premium Ann's Bakehouse, bersama para chef dan staff pastry profesionalnya, telah melayani konsumen lokal hingga expat selama bertahun-tahun. Namun menurut Managing Director Bushido Bintari dan Director Putri Yuanisa, pencapaian terbesar Ann's Bakehouse di tahun 2020 adalah bertahan di situasi pandemi. Hal ini dilakukan dengan menjual hampers di momen lebaran serta berpartisipasi dalam berbagai kampanye di Tokopedia, mulai dari Market & Museum hingga Jakarta Dessert Week.

Tahun depan, Ann's Bakehouse berencana memperluas pangsa pasar dengan menyasar penggemar *healthy food* dan kalangan ibu muda. Berangkat dari tingginya minat pembeli Ann's terhadap kue keto mereka, Ann's akan menambah pilihan produk Healthy Creations dan meluncurkan ASI Booster.

Mengapa hal ini dilakukan? Ann's Bakehouse mengaku bahwa mereka ingin menjadi brand yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat.

"Jika produk kita dibutuhkan masyarakat, pasti konsumen akan menghampiri,"

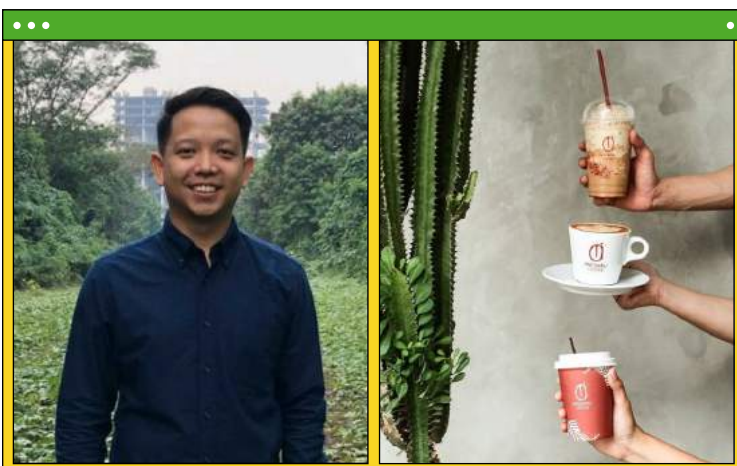
Soal menghadapi tantangan bisnis di tahun 2021, mereka berpesan pada Seller Tokopedia lainnya, "Menjaga kualitas produk dengan meningkatkan *quality control* itu penting. Selain itu, bangun kemauan untuk belajar dari siapa saja," tutup keduanya.

Ingin mencicipi kue-kue lezat Ann's Bakehouse? Kunjungi

<https://www.tokopedia.com/annsakehouse>

2 Anomali Coffee

Siap jadi brand kopi otentik



Siapa yang nggak tahu Anomali Coffee? Toko kopi kekinian yang sudah bergabung di Tokopedia sejak 2018 ini ternyata juga sempat terkena dampak pandemi COVID-19 karena pendapatan outlet menurun drastis. Oleh karena itu, Anomali mengubah sistem penjualan dari offline ke online di Tokopedia. Ternyata, penjualan di Tokopedia bisa menaikkan pendapatan hingga 300% dari tahun sebelumnya, lho.

Salah satu rahasia yang membuat transaksi Anomali meroket adalah rutin melakukan promo produk. Menurut Ryo Limijaya, Head of Sales and Marketing Anomali Coffee,

"Aktif membuat promo di waktu atau hari yang sama setiap minggunya bisa membangun kebiasaan pembeli dan juga aktivitas toko. Promo itu jadi ciri khas toko kami."

Menjelang akhir tahun ini, Anomali akan membuat promo besar-besaran berupa potongan harga dan produk bundling spesial. Mereka juga berencana membuat gebrakan baru di tahun 2021 dengan terus berinovasi pada varian kopi yang memiliki ciri khas asli Indonesia, yaitu sangrai biji kopi yang langsung didapat dari petani lokal Aceh sampai Papua.

Nikmati kopi otentik Anomali melalui

<https://www.tokopedia.com/anomalicoffee>

3 Kopi Andalanwarga Bertekad mencuri hati pembeli



"Kita mau ingat dan hafalin pelanggan biar mereka jatuh hati dan pesan terus," ujarnya.

Demi mengejar tujuan tersebut tahun depan, Kopi Andalanwarga memulainya dengan menguatkan branding di akhir tahun 2020. Berbagai trik dilakukan, seperti melakukan promo 11/11, 12/12, promo hari natal, serta memberi harga spesial bagi yang membeli kopi lebih dari tiga liter. Pembeli yang mengunjungi Kopi Andalanwarga pada saat berulang tahun juga akan mendapatkan hadiah. Oke banget ya, strateginya?

Jadi lebih dekat dengan Kopi Andalanwarga di
<https://www.tokopedia.com/andalanwarga>

Usaha kopi yang baru bergabung di Tokopedia sejak beberapa bulan lalu ini memiliki strategi yang unik untuk menjangkau target pasar baru di tahun 2021. Pemilik toko Kopi Andalanwarga, Mohamad Rahmalio, mengaku tak hanya akan mencoba menciptakan minuman baru, melainkan juga berusaha mengenal pembelinya lebih dekat agar mereka merasa diperhatikan dan diingat oleh keluarga Kopi Andalanwarga.

Artikel Eksklusif

Bangun rencana bisnis untuk 2021, bagaimana caranya?

Menurut Smallbiztrend, lebih dari 50% bisnis gagal di 4 tahun pertama karena tidak memiliki rencana penjualan yang matang. Maka, sebagai pelaku bisnis, kamu perlu membuat rencana penjualan sebelum tancap gas berjualan. Tapi jangan khawatir Seller, karena Tokopedia akan bagikan tips membuat rencana bisnis yang oke untuk tahun 2021.

Punya rencana bisnis, apa untungnya?



Paham target pasar

Kamu dapat menentukan model bisnis, target pasar, hingga kompetitormu. Tidak hanya itu, kamu juga dapat 'menerawang' tren bisnis satu tahun mendatang.



Fokus pada yang harus dilakukan

Memiliki rencana bisnis dapat membantumu menentukan strategi penjualan/pemasaran terbaik untuk diterapkan. Rencana bisnis juga bisa membantumu memprioritaskan tugas dan tantangan yang harus dikerjakan.



Persiapan jadi lebih matang

Rencana bisnis dapat memberi gambaran jumlah modal yang harus kamu keluarkan, serta ekspektasi keuntungan yang akan didapatkan. Sehingga, kamu dapat mempersiapkannya dari jauh hari.

**Setelah mengetahui 3 keuntungan di atas,
saatnya mulai susun rencana bisnismu tahun depan.**

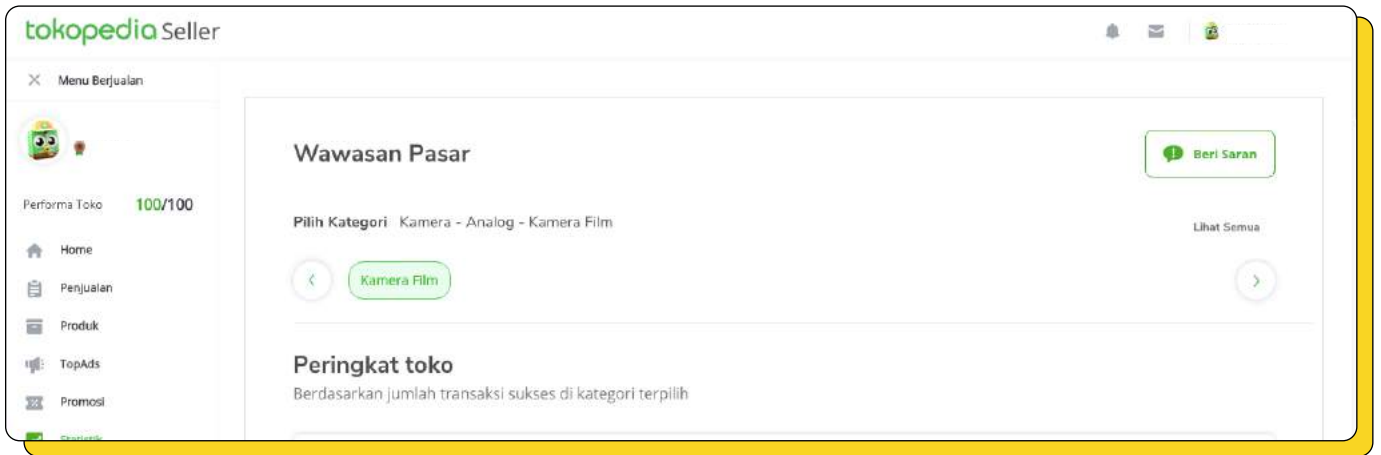
1 Lakukan riset pasar dan analisis hasilnya

Sebelum melangkah lebih jauh, lakukan riset dan analisis pasar untuk mengetahui siapa target pasarmu dan apa yang mereka butuhkan. Caranya:

a. Intip tren di Wawasan Pasar

Melalui fitur ini, kamu dapat melihat data terbaru berupa peringkat toko yang serupa denganmu, kata kunci terpopuler, produk terlaris, hingga rekomendasi kategori produk.

Bagaimana menganalisis tren di Wawasan Pasar?



Pertama, masuk ke halaman Tokopedia Seller, klik Statistik dan Wawasan Pasar. Setelah itu, kamu akan disajikan berbagai data menarik yang sangat berguna untuk bahan analisismu. Mari kita bahas satu per satu.

1. Intip kompetitor dengan transaksi tertinggi di Tokopedia

Kamu dapat melihat 10 toko di kategori yang sama denganmu dan memiliki transaksi tertinggi. Cari tau apa yang dimiliki toko tersebut namun tidak kamu miliki. Proses ini bisa memberikan gambaran mengenai posisi toko atau produk yang kamu jual.

Kamu juga bisa melihat tanggapan pasar terhadap tren. Gak perlu jadi mata-mata, cukup amati toko kompetitor di Tokopedia, baca review dari pembeli, atau cek akun media sosial mereka untuk memahami perbandingan toko dan/atau produk kamu dengan kompetitor.

2. Kata kunci populer

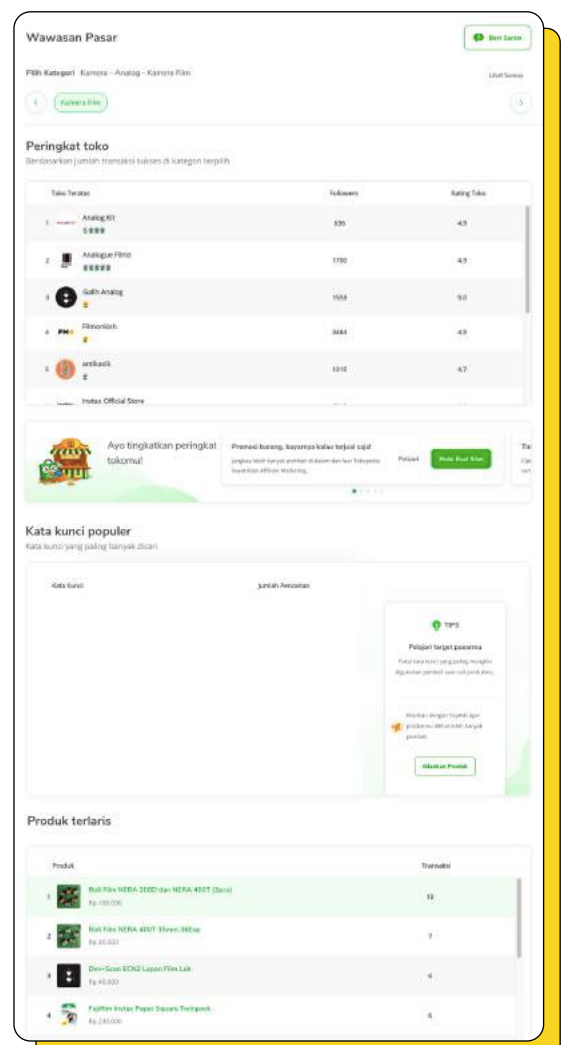
Dengan kata kunci, kamu dapat menentukan struktur penamaan produk yang baik agar produkmu mudah ditemukan

3. Cek produk terlaris dan jadikan referensi

Kamu bisa mengetahui 20 produk apa saja yang paling banyak dibeli oleh pembeli di kategorimu. Dengan mengetahui hal ini, kamu bisa jadikan produk-produk tersebut referensi jualan tahun depan.

4. Lihat rekomendasi kategori terpopuler di Tokopedia

Di halaman ini, kamu bisa melihat rekomendasi kategori paling populer di Tokopedia. Jika kategorinya tidak sesuai dengan kategori tokomu, info ini dapat kamu gunakan bila ingin menambah varian produk di kategori lain.



b. Diskusi dengan pembeli

Coba deh, tanyakan calon pembelimu tiga hal ini:

- Produk apa yang sedang mereka sukai dan butuhkan?
- Apa yang membuat mereka mau belanja?
- Apa yang membuat mereka tertarik belanja di tokomu?

Informasi ini sangat berharga dan memberikan wawasan yang luar biasa untuk strategi bisnismu.

Catat pendapat mereka sebagai bahan referensi ya.

c. Pantau media sosial & influencer

Salah satu media yang bisa kamu pantau adalah media sosial. Media sosial sangat bermanfaat untuk memantau kegiatan orang-orang berpengaruh dalam industri bisnismu, seperti *influencer*.

Hasil riset pasar, untuk apa?

Gunakan informasi yang kamu peroleh dari riset pasar untuk menentukan

a. Target Pembeli

Coba kelompokkan pembeli dalam beberapa segmentasi berikut

- **Demografi:** Pengelompokan berdasarkan usia, status pernikahan, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan.
- **Geografi :** Pembagian segmen berdasarkan area, seperti negara, kota, atau domisili tempat tinggal.
- **Psikografi :** Pembagian segmen berdasarkan sifat dan perilaku, seperti nilai yang diyakini atau gaya hidup yang dianut.

Dari ketiga segmentasi di atas, pilih segmentasi yang ingin kamu jadikan target penjualanmu tahun depan.

b. Masalah pembeli

Sebagai seorang Seller, kamu harus terus berinovasi agar bisnismu dapat melambung tinggi. Temukan masalah pembeli berdasarkan apa yang mereka butuhkan atau berdasarkan tren. Nah, tugas brandmu adalah menawarkan produk atau layanan yang mendukung kebutuhan mereka. Misalnya, sekarang sedang tren pakaian Tie Dye, namun sudah banyak toko yang menjual pakaian Tie Dye. Daripada menjual pakaian lagi, kamu bisa membuat tas Tie Dye yang bisa pembelimu gunakan untuk belanja, sekolah, atau bekerja.

c. Target penjualan toko

Berkaca pada hasil penjualan 2020, tetapkanlah target penjualan baru. Target penjualan ini bisa berupa angka penjualan atau varian produk yang akan kamu keluarkan dalam jangka waktu setahun ke depan.

d. Strategi promosi

Lihat media promosi apa yang paling disukai pembeli dan jenis promosi apa yang membuat mereka tertarik. Strategi promosi ini bisa kamu kaitkan dengan tren yang akan datang.

2 Buat mapping rencana bisnis setahun ke depan

Setelah mengumpulkan hasil riset dan analisis, kini saatnya tempatkan mereka dalam satu wadah, yaitu *mapping*.

Mapping (pemetaan) rencana bisnis ini akan memudahkanmu memprioritaskan hal yang harus kamu lakukan. Berikut contohnya:

Tips membuat strategi penjualan 2021



Contoh: Mapping strategi penjualan 2021

tokopedia

Toko Crown adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang pakaian wanita dan anak-anak. Toko Crown didirikan oleh Ibu Vika telah membuka toko offline di Jakarta dan toko online di Tokopedia. Toko ini sudah bergabung di Tokopedia sejak 2018 dan penjualannya mencapai seribu pcs selama setahun.

Untuk meningkatkan penjualan, Ibu Vika memutuskan untuk mengembangkan bisnisnya dengan strategi baru dibuatnya. Target Ibu Vika adalah dapat menjual 2 ribu pcs pakaian di toko onlinenya.

Berikut adalah Strategi penjualan toko Crown tahun 2021:

Target pembeli	Masalah yang dihadapi calon pembeli	Target penjualan	Strategi promosi	Modal
Target pembeli toko Crown adalah remaja dan kaum millennial yang mulai beraktivitas di tahun 2021	Mereka membutuhkan pakaian lengan panjang anti gerah untuk beraktivitas di luar rumah untuk melindungi diri dari matahari dan penyebaran COVID-19	Setiap minggunya, toko Crown harus menjual pakaian sebanyak 41 pcs dari beberapa varian pakaian lengan panjang yang akan dibuatnya	Ibu Vika harus melakukan launching produk dan promosi menarik lainnya untuk mewujudkan target penjualannya	Dari keempat hal tersebut, Ibu Vika membutuhkan modal sebanyak Rp5,000,000 rupiah yang akan dipakai untuk promosi dan membeli bahan baku

3 Segera jalankan rencana bisnismu!

Ibarat bermain sepak bola, jangan kebanyakan mikir saat ingin menggiring bola ke kandang lawan. Tendang aja! Sama halnya dengan bisnis. Ibaratkan rencana bisnismu sebagai bola yang sudah kamu kuasai. Jadi, segera mulai giring rencana tersebut untuk mencapai tujuan.

Memulai proses lebih awal akan memberikanmu banyak waktu untuk mempersiapkan segalanya. Semakin cepat rencanamu berjalan, semakin baik posisimu untuk mengungguli kompetitor.

Refresh strategi promosimu, sambut 2021 yang seru!

Rencana bisnis yang tidak didukung strategi promosi yang baik tentu tidak ada artinya. Di sisi lain, pesan utama atau branding tokomu mungkin telah bergeser karena pandemi. Tapi jangan khawatir, ada banyak sumber inspirasi untuk membuat strategi promosi baru, mulai dari media sosial hingga komunitas sesama pemilik bisnis.

Berikut beberapa tips promosi yang dapat mendukung rencana bisnismu di 2021:

1. Buat produk dan toko lebih personal

Gunakan banyak cara untuk bilang ke pembeli bahwa brandmu akan selalu ada buat mereka. Salah satu caranya dengan memberikan kejutan sederhana yang bisa menyelesaikan masalah mereka. Sebagai contoh, Burger King memiliki program “Bokek”. Burger King mengangkat permasalahan pembeli yang bokek (dan hanya bisa berimajinasi makan enak pakai nasi & gambar), lalu memberi jawaban atas permasalahan tersebut melalui promonya.



2. Berinvestasi di media sosial

Coba cek kembali konten media sosialmu. Udah cukup menarik belum? Udah banyak yang like, komen, atau menanggapi, kah? Kalau belum, mulai *refresh* konten dan konsep media sosialmu. Berinvestasi lebih di media sosial penting itu karena media sosial bisa memberikan keuntungan terbaik dengan biaya terendah dibanding media lain. Pelajari lebih lanjut soal langkah membuat konten promosi di media sosial di sini: <https://bit.ly/berinvestasidimedsos>

3. Rilis produk secara online

Selama pandemi, bukan hal yang tidak mungkin untuk merilis produk terbarumu secara online. Nah, gak perlu heboh atau mengeluarkan modal besar, kamu bisa rilis produkmu pakai fitur Tokopedia Live Streaming. Saat live, kamu dapat mengenalkan produk dan keunggulan dari produk tersebut.

4. Promosi produk dengan kreatif

Promosi kreatif nggak harus mahal, lho. Contohnya brand fashion dunia, JW Anderson, yang berhasil *launch* produk baru tanpa jasa model profesional. Karyanya hanya dipajang di manekin, dilengkapi stiker wajah dengan ekspresi nyentrik sebagai model. Stiker inilah kuncinya! Foto yang awalnya biasa aja jadi lebih menarik dan terkesan “hidup” karena stiker wajah tersebut.

Gak hanya brand dunia, salah satu brand lokal Indonesia, Bluwerks juga telah melakukan sebuah promosi kreatif. Ketika meluncurkan produk baru, Bluwerks berani buka-bukaan soal proses pengerjaan produknya di media sosial sehingga terkesan natural dan transparan.



5. Gunakan teknik Guerrilla Marketing agar hemat *budget*

Guerrilla Marketing atau teknik pemasaran gerilya adalah strategi pemasaran kreatif dengan biaya rendah. Teknik marketing ini cocok untuk brand kecil agar bisa bersaing dengan brand besar yang punya lebih banyak dana.

Agar produkmu makin dikenal pembeli meski sedang pandemi, kamu bisa praktekkan teknik gerilya seperti melakukan kegiatan online di media sosial dan melibatkan followers melalui konten interaktif.

Berikut beberapa ide teknik gerilya yang bisa kamu terapkan

a. Jalin hubungan dekat dengan pembeli

Caranya gimana? Rajin-rajin bikin konten diskusi (lewat fitur Question atau Kuis di Instagram), mengadakan Instagram Live, memberi tutorial cara menggunakan produk, atau ngasih rekomendasi produk, film, bahkan musik ke pembeli. Kontennya bisa random, gak harus selalu berhubungan dengan produkmu. Yang penting kamu bisa tingkatkan dengan pembeli.

b. Libatkan followers dalam konten interaktif

Coba adakan kuis bertemakan sesuatu yang sedang viral seperti TikTok Challenge, template Instagram, 2021 resolution, 2021 wishes, dan lain-lain. Pemenangnya bisa mendapatkan 1 buah produk lama/barumu. Pasti banyak yang mau!

c. Buka sesi tanya jawab/sharing

Kamu dapat melakukan sesi tanya jawab atau sharing di media sosial untuk menumbuhkan interaksi sambil mengumpulkan masukan yang membangun. Sebagai contoh, akun Instagram @pyopp pernah membuat sebuah konten Instagram Story dengan konsep sharing. Para followers dapat menyampaikan pendapat mereka di kolom "Question" yang telah kamu sediakan.



Nah, gimana menurut kamu? Sebagai pemilik bisnis, kita harus rajin mencari peluang, membuat strategi baru, dan jangan pernah takut mengambil risiko. Pemilik Facebook Mark Zuckerberg pernah berkata, "Di dunia yang berubah sangat cepat, satu-satunya strategi yang dijamin gagal adalah tidak mengambil risiko," Jadi, yuk mulai buat strategi promosi baru. Semangat, ya!

Info fitur Tokopedia

1 Ingat! Kirim paketmu maksimal 3x24 jam setelah Request Pick Up Kurir



Untuk menjamin kepuasan pembelimu, Tokopedia memberlakukan batas waktu Pick Up pesanan. Jadi, paket harus berhasil dipick up oleh kurir dalam waktu 3x24 jam sejak Request Pick Up kamu lakukan. Ketentuan ini tidak termasuk hari Sabtu/Minggu/libur Nasional.

Jika dalam kurun waktu tersebut paket belum diambil kurir, resi pengiriman akan dibatalkan. Namun, kamu tetap bisa melanjutkan pengiriman dengan memasukan resi yang valid dalam batas waktu 1x24jam (tidak termasuk hari Sabtu/Minggu/libur Nasional) terhitung sejak adanya notifikasi

Ketentuan batas waktu pick up pesanan:

1. Berlaku untuk seluruh layanan pengiriman Anteraja & SiCepat
2. Penalti ganti kurir berlaku untuk transaksi Bebas Ongkir
3. Penalti ganti kurir akan dikembalikan jika kesalahan disebabkan oleh pihak kurir dengan bukti yang kuat dari sisi Seller
4. Resi yang telah dibatalkan tidak dapat dilanjutkan ke pengiriman.

Tips agar pesanan dipick up tepat waktu

1. Paket harus sudah selesai diproses sebelum melakukan Request Pick Up
2. Pastikan alamat penjemputan sesuai dan nomor telepon dapat dihubungi
3. Lakukan Request Pick Up saat jam operasional toko untuk mencegah kurir datang saat toko sudah tutup

2 Produk tidak aktif akan dihapus Tokopedia

Setiap produk yang tidak dapat dijual di Tokopedia dengan berbagai alasan akan dihapus oleh sistem Tokopedia. Namun, kamu akan diberikan masa tenggang untuk mengatur produkmu agar dapat dijual kembali.

Perhatikan keterangan mengenai masa tenggang produk yang tidak aktif

No	Status produk	Masa tenggang
1	Produk yang dihapus manual oleh Seller	0 hari
2	Produk tidak aktif	90 hari
3	Stok produk nol (0), termasuk produk yang dialokasikan untuk campaign Tokopedia	30 hari
4	Produk dengan status dalam pengawasan akibat judul produk atau deskripsi produk mengandung kata-kata yang dilarang	30 hari
5	Produk yang dimoderasi oleh Tokopedia	0 hari
6	Produk tidak aktif karena toko dimoderasi sementara oleh Tokopedia	30 hari
7	Produk tidak aktif karena toko dimoderasi permanen oleh Tokopedia	30 hari

Catatan penting:

1. Produk dalam masa tenggang akan tetap ada pada halaman tokomu hingga waktu masa tenggang habis.
2. Selama masa tenggang, Seller dapat melakukan tindakan tertentu yang dapat mengembalikan atau mencegah produk dari penghapusan permanen.
3. Jika dalam masa tenggang kamu tidak melakukan tindakan apa pun, maka produk akan dihapus secara permanen 30 hari setelah masa tenggang berakhir.

Tips agar produk tidak dihapus otomatis

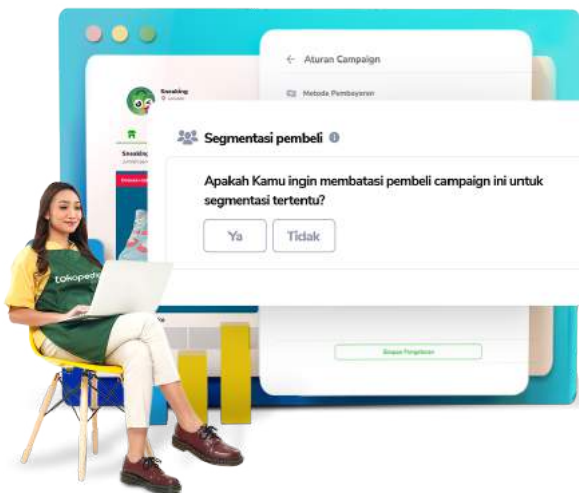
Jika kamu ingin kembali menjual produk di Tokopedia, lakukan langkah-langkah di bawah ini agar produk tidak dihapus otomatis.

No	Status produk	Tips
1	Produk yang dihapus manual oleh Seller	Upload kembali produk ke tokomu dan pastikan stok lebih dari 1
2	Produk tidak aktif	Ubah status produk menjadi aktif dan tambah stok produk
3	Stok produk nol (0), termasuk produk yang dialokasikan untuk campaign Tokopedia	Ubah status produk menjadi aktif dan tambah stok produk
4	Produk dengan status dalam pengawasan akibat judul produk atau deskripsi produk mengandung kata-kata yang dilarang	Hubungi pusat bantuan untuk memulihkan produk, segera ubah informasi produk yang sesuai melalui halaman Edit Produk.
5	Produk yang dimoderasi oleh Tokopedia	Pastikan produkmu sudah sesuai syarat dan ketentuan Tokopedia
6	Produk tidak aktif karena toko dimoderasi sementara oleh Tokopedia	Pastikan produkmu sudah sesuai syarat dan ketentuan Tokopedia
7	Produk tidak aktif karena toko dimoderasi permanen oleh Tokopedia	Pastikan produkmu sudah sesuai syarat dan ketentuan Tokopedia

Catatan:

Untuk status produk nomor 1, 5, dan 6, masa tenggang akan dihentikan saat produk/toko dapat dibeli kembali.

3 Atur segmentasi pembeli di Rilisn Spesial bisa meningkatkan followers



Segmentasi pembeli adalah fitur baru agar kamu dapat menentukan target pembeli saat promo Rilisn Spesial berlangsung. Dengan fitur ini, kamu dapat memilih siapa yang berhak mendapatkan produk spesialmu sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku.

Kamu dapat mengatur fitur ini di halaman pengaturan Rilisn Spesial pada menu Aturan Campaign. Untuk saat ini, segmentasi yang dapat diatur adalah segmentasi untuk *Followers*. Jadi, hanya *followers* tokomu saja yang bisa membeli produk Rilisn Spesial. Calon pembeli yang bukan *followers* toko tetap dapat melihat campaign & membeli Rilisn Spesial asalkan mereka jadi *followers*mu dulu. Dengan begitu, jumlah *followers* tokomu bisa meningkat, deh.

Baca selengkapnya di sini <https://bit.ly/fiturrilisanspesial>

4 Nggak kalah keren dari mobile, kini Dekorasi Toko bisa dilihat di desktop

Iya, sekarang tampilan Dekorasi Toko udah bisa dilihat melalui desktop. Pembeli yang membuka tokomu melalui desktop atau mobile akan melihat halaman toko yang sudah kamu hias sekreatif mungkin menggunakan fitur Dekorasi Toko.



Apa saja yang baru dari fitur Dekorasi Toko?

1. Dekorasi Toko dapat dilihat melalui desktop dan mobile oleh pembeli dengan resolusi gambar yang optimal
2. Jika kamu sudah pernah pakai Dekorasi Toko dengan versi mobile, kamu bisa ubah ukuran untuk versi desktop
3. Kamu hanya perlu upload 1 gambar untuk tampilan mobile dan desktop
4. Kamu bisa nonaktifkan Dekorasi Toko desktop apabila dirasa fitur ini tidak diperlukan
5. Pembeli akan diarahkan ke bagian beranda halaman toko saat mereka klik nama tokomu
6. Khusus Official Store, pembeli bisa langsung menambahkan produk ke keranjang (add to cart) dari halaman Dekorasi Toko

Contoh tampilan Dekorasi Toko di desktop



Obrolan Seller Tokopedia

Follow Toko Obrolan Seller Tokopedia dan ketahui jadwal eksklusifnya!



Kini kamu bisa tonton acara Obrolan Seller di Tokopedia Play, lho. Tim Merchant Education akan melakukan Live Streaming Obrolan Seller di Tokopedia Play melalui akun toko “Obrolan Seller Tokopedia”. Untuk mendapatkan informasi terbarunya, jangan lupa follow toko Obrolan Seller Tokopedia, ya!

Jika follow akun ini, kamu akan mendapatkan informasi mengenai jadwal dan topik Obrolan Seller terbaru dan mendapatkan notifikasi langsung menuju halaman live streaming Obrolan Seller di Tokopedia Play ketika Obrolan Seller berlangsung. Jadi, kamu nggak perlu khawatir ketinggalan atau nggak dapat informasinya.

Yuk buka aplikasi Tokopedia dan follow toko Obrolan Seller Tokopedia!

<https://www.tokopedia.com/obrolansellertokopedia>

Bantu kami berbenah diri dengan mengisi survei berikut!

Isi survei berikut agar kami dapat menghadirkan informasi yang teman-teman Seller butuhkan di edisi yang akan datang. Kunjungi link di bawah untuk isi survei.

<https://bit.ly/Newsletternovember>

Terhubung dengan kami di

- Tokopedia Seller
- tokopediaseller
- Tokopedia Seller

Download Aplikasi
Tokopedia Seller

