tokopedia

Newsletter Seller

MEDIA INFORMASI BERJUALAN DI TOKOPEDIA

Vol. 9
Agustus
2020

Bangkit! Rayakan semangat baru untuk bisnismu

Hai Seller kebanggaan Tokopedia,

Merdeka! Bertepatan dengan peringatan 75 tahun kemerdekaan Republik Indonesia, Tokopedia merayakan ulang tahun ke-11. Untuk menyambutnya, maka kampanye Waktu Indonesia Belanja (WIB) diselenggarakan. Wawancara eksklusif dan penampilan spesial dari brand ambassador Tokopedia, BTS, pada acara TV WIB di tanggal 29 Juli 2020 berhasil membuat Tokopedia dikunjungi hampir 5 juta kali. Lebih dari 5.000 produk pun terjual setiap menitnya.

Kampanye WIB serta serangkaian keseruan lain yang diadakan di bulan Agustus ini, dilakukan untuk memantik semangat Seller yang tengah berusaha mempertahankan maupun memulai bisnis di Tokopedia. Oleh karena itu, pada Newsletter kali ini, Tokopedia persembahkan beberapa cerita Seller, serta info mengenai fitur baru yang dapat meningkatkan pengalaman berbisnis online dan promosi bagi teman-teman Seller semua.

Selamat membaca.

Salam,
Pipit Indrawati
Senior Lead of Merchant Education Tokopedia

11 tahun Tokopedia, semangat Seller terus menyala

Lebih dari 1 dekade Tokopedia berusaha menggerakkan perekonomian Indonesia secara digital. Peran Seller dalam perjalanan Tokopedia tentu sangat penting. Di ulang tahun Tokopedia yang ke-11 lalu, beberapa Seller menceritakan semangat mereka dalam meniti kesuksesan berbisnis online.

Semangat mencoba hal baru

Miko Andrean
Pemilik 33RPM

"Pandemi ini bukan alasan kita jadi malas, tapi merupakan semangat baru agar jadi lebih kreatif, melakukan hal yang belum pernah kita pikirkan dan terus mencoba lagi dari awal."

Bagi Miko Andrean, pandemi bukanlah sebuah momen untuk berhenti berkarya. Sejak tahun 2010, Miko mulai menyalurkan hobi koleksi CD musik & piringan hitam dengan menjualnya di forum online dan media sosial. Lima tahun kemudian, ia memutuskan untuk buka toko *offline* 33RPM di Pasar Santa, Jakarta, namun pandemi memaksa toko tersebut untuk tutup di awal tahun ini. Meski berat, Miko tidak patah semangat. Ia memutuskan untuk mengalihkan penjualan 33RPM ke Tokopedia.

Agar dapat menjangkau lebih banyak pembeli, Miko mengalihkan biaya sewa toko fisiknya untuk beriklan dengan TopAds. "Sekarang, biaya yang saya keluarkan untuk TopAds itu ibarat saya menyewa toko di Tokopedia. Jadi, uang sewa toko fisik saya, saya alihkan ke TopAds."

Semangat untuk bangkit

Satya Ramandha
Pemilik Warung Omahe

"Semangat buat bangkit dan membalikkan keadaan harus lebih besar dari keadaan yang menahan laju kita sebelumnya."

Tidak hanya Miko, dampak pandemi juga dirasakan oleh Satya Ramandha, co-founder Warung Omahe. Dengan jujur Satya mengaku bahwa Warung Omahe sempat mengalami penurunan omzet di bulan Maret. Namun dengan semangat dan kreativitas yang tak padam, Satya dan tim Warung Omahe dapat membalikkan keadaan.

Berangkat dari ide untuk menjual produk baru yang sesuai dengan kebutuhan saat ini di Tokopedia, omzet Warung Omahe kini justru meningkat hingga 4x lipat karena produk tersebut ternyata *viral* sampai diliput beberapa media dan *influencer*. Bicara tentang hal ini, menurut Satya kunci paling penting dalam mempertahankan bisnis adalah berpikir kreatif dan menyesuaikannya dengan perubahan kebiasaan pembeli.

Semangat wujudkan misi

Reza
Bruule

Jangan takut mulai dari nol, pusing itu boleh tapi jangan berhenti semangatnya dan lakukan secepat mungkin. Berfikir positif selalu membawa hasil yang baik.

Toko spaghetti Bruule yang digawangi oleh Reza Harizky baru buka di Tokopedia pada Juli 2020, namun dalam waktu singkat sudah berhasil menjual 2.300 produk.

Misi Reza awalnya mendirikan bisnis makanan ini sangat sederhana, yakni melibatkan banyak orang agar dapat berkembang bersama-sama.

Sayangnya, seluruh rencana yang telah disusun matang untuk membuka toko *offline* Bruule harus terhenti karena pandemi.

Hal ini tidak membuat Reza dan istri menyerah. Setelah fokus mengembangkan resep, ia menemukan semangat baru dan mulai menjual spaghetti Bruule ke keluarga dan kerabat dekat terlebih dahulu. Ia juga memanfaatkan promosi *word of mouth* di sosial media.

Ketika permintaan sudah semakin banyak, Reza membuat akun Tokopedia Bruule agar pembeli dapat memesan spaghetti mereka dengan lebih mudah. Kini Bruule bisa menerima hingga 300 loyang pesanan dalam sehari, membuat Reza dapat mewujudkan misinya bersama 35 orang karyawan.

Semangat untuk mengubah hidup

Dewanti Amalia
Dewa Collection Bali

Hal yang penting adalah melibatkan Tuhan dalam setiap rencana dengan berdoa. Kita juga harus sabar dan bersyukur apa pun hasilnya.

Dewanti Amalia awalnya bekerja sebagai karyawan di sebuah toko kerajinan tangan. Gaji yang tak seberapa dan keinginannya untuk membantu perekonomian rumah tangga mendorong Dewanti untuk berhenti bekerja dan membuka Dewa Collection Bali di Tokopedia. “Tokopedia telah membuat hidup saya berubah. Dulu saya bekerja sebagai pengrajin, kini saya dapat mempekerjakan pengrajin.”

Di awal pandemi, Dewanti mengaku sempat khawatir akan menurunnya penjualan toko. Dengan semangat, berbagai usaha ia lakukan untuk mempertahankan bisnis dan memastikan pengrajin-pengrajinnya tetap dapat menyambung hidup. Mulai dari memberikan promo berupa voucher, diskon, dan cashback. Tak disangka, kini penjualan Dewa Collection Bali justru meningkat hingga 5x lipat.

Cerita Reza, Dewanti, serta Seller lain yang berhasil menemukan semangat baru di kala pandemi juga bisa kamu saksikan dalam video **Seller Story: Hidupkan Semangat**

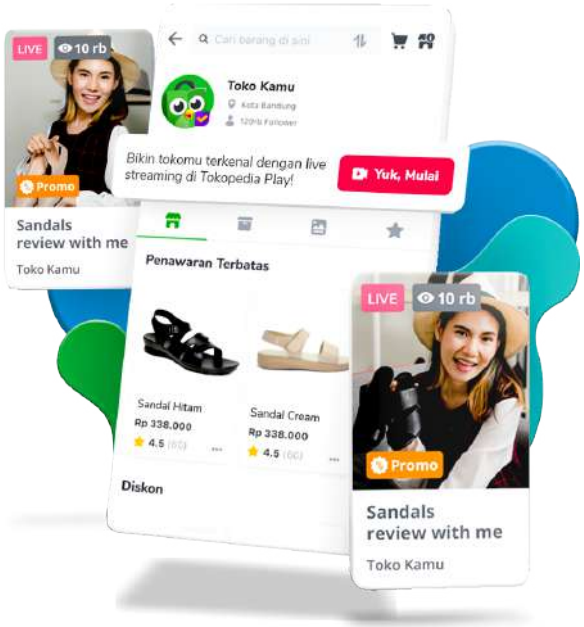
Saksikan Sekarang **http://bit.ly/SellerStoryTokopedia**

Artikel Eksklusif

Baru! Promosi efektif dengan Live Streaming di Tokopedia Play

Baru-baru ini, Tokopedia meluncurkan sebuah fitur Live Streaming yang dapat digunakan untuk mempromosikan toko maupun produk melalui siaran langsung. Selain membuat produk & toko lebih dikenal, pembeli bisa langsung bertransaksi selama Live Streaming.

Brand Shining Nature Purity (NSP) dan 3SECOND telah membuktikan dua keuntungan tersebut. Video Live Streaming NSP ditonton oleh 21.000 penonton dan berhasil meningkatkan penjualan hingga 1,5 kali lipat dari biasanya. Sementara itu, jumlah penonton Live Streaming 3SECOND mencapai 14.000 dengan total pesanan masuk melonjak hingga 2x lipat. Tertarik untuk coba Live Streaming di Tokopedia Play?



1 Apa itu Tokopedia Play Live Streaming?

Tokopedia Play adalah fitur Live Streaming yang bisa ditonton oleh pengguna Tokopedia melalui Aplikasi Tokopedia. Dengan fitur ini, Seller dapat melakukan siaran online secara langsung melalui Aplikasi Tokopedia Seller sekaligus berkomunikasi secara dua arah dengan calon pembeli.

Untuk bisa mendapatkan akses ke fitur Tokopedia Play Live Streaming, kamu cukup mendaftarkan diri di **https://bit.ly/registrasiplay**

(Pendaftaran akan dibuka hingga 31 Agustus 2020). Jangan lupa siapkan satu video contoh untuk dikirim bersama dengan registrasi kamu ya.

2 Tips agar Live Streaming-mu ditonton banyak pengguna

A. Siapkan peralatan yang memadai
Tidak perlu menggunakan kamera mahal, kamu bisa menggunakan kamera handphone dibantu tripod agar posisi kamera stabil. Untuk meminimalisir kendala, pastikan internet dan baterai handphone-mu aman ya. Selain itu, pastikan pencahayaan di lokasimu terang agar wajah dan produkmu terlihat jelas.

B. Promosikan Live Streaming tokomu sebelum mulai
Untuk menarik jumlah penonton yang banyak, pastikan kamu membuat promosi di berbagai kanal media sosial biar *followers* tokomu bisa hadir sesuai jadwal.

C. Lakukan dengan konsisten
Untuk meningkatkan *brand awareness*, pastikan kamu melakukan Live Streaming secara rutin. Jumlah yang direkomendasikan adalah 1-2 kali dalam seminggu agar tokomu makin diingat pembeli.

3 Pastikan topiknya menarik

Topik Live Streaming yang menarik adalah kunci agar penonton mau menyaksikan siaranmu sampai selesai. Berikut adalah beberapa topik yang bisa kamu lakukan.

1. Launching produk baru
Sebelum meluncurkan produk baru, kamu bisa membuat pre-*launch* untuk meningkatkan *awareness* terhadap produk tersebut. Kamu juga bisa buat pre-order pada saat pre-*launch* dan berikan promo untuk pembeli.

2. Tutorial penggunaan produk
Kamu bisa buat video Live Streaming tutorial untuk produk baru atau produk yang paling laris. Pastikan kamu menerangkan cara penggunaan produk dengan jelas agar mudah diikuti calon pembeli.

3. Unboxing
Kamu juga bisa membuat video dengan tema *unboxing* untuk memperlihatkan kepada pembeli keseluruhan produk yang akan diterima ketika mereka membeli produkmu.

4. Review produk
Kamu bisa lakukan review produk dan jelaskan keunggulan produkmu. Pastikan review tersebut terlihat jujur dan sesuai dengan keunggulan produk ya.

5. Kuis atau *giveaway*
Dengan kuis atau *giveaway*, kamu bisa meningkatkan *engagement* dengan semua calon pembelimu. Pilih hadiah yang menarik biar pembeli tertarik. Kamu juga bisa ajak pembeli untuk menyebarkan kuis atau *giveaway*-mu biar makin banyak yang menonton Live Streaming tokomu.

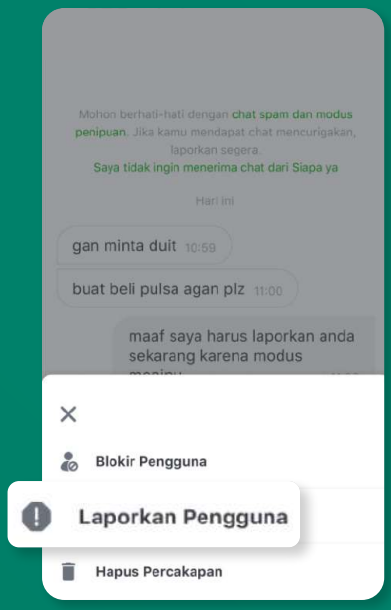
Info fitur Tokopedia

1 Laporkan pesan spam dengan fitur Laporkan Pengguna

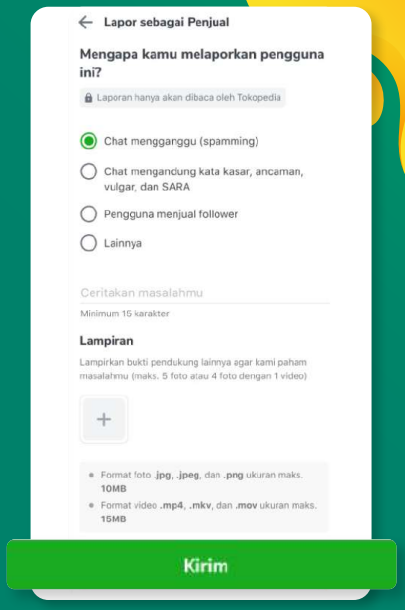
Pernah menerima pesan spam pada chat Tokopedia? Hal ini tentunya mengganggu sekali karena pesan yang tidak dibalas akan mempengaruhi indikator kecepatan balas pesan pada Skor Performa Tokomu. Nah, jangan khawatir Seller, sekarang sudah ada fitur Laporkan Pengguna pada chat Tokopedia. Dengan fitur ini, kamu bisa melaporkan pesan spam kepada Tokopedia dengan pilihan alasan yang sesuai, misalnya “Pesan mengganggu (spamming)”.

Berikut cara melaporkan pesan spam

1 Klik icon titik tiga pada pojok kanan atas chat



2 Kemudian klik ‘Laporkan Pengguna’



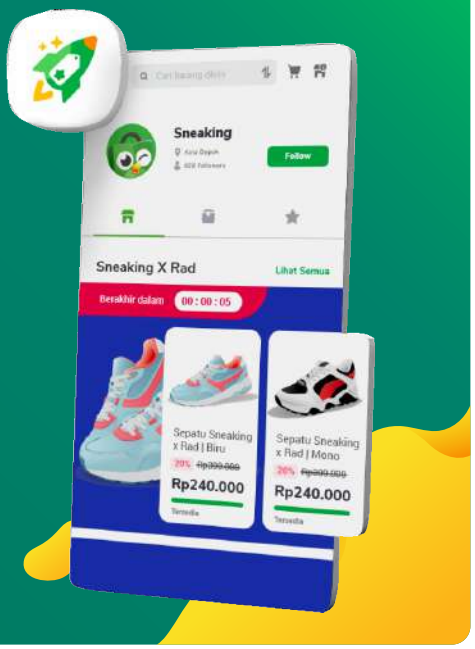
3 Pilih isi laporan yang sesuai dan sertakan bukti chat, lalu klik ‘Kirim’

2 Bikin pembeli auto antusias dengan fitur “Rilisan Spesial”

Di bulan September nanti, Tokopedia akan merilis fitur baru yang bisa digunakan untuk meluncurkan produk baru secara eksklusif. Seller bisa membuat promosi eksklusif di halaman utama toko dan memasang *countdown* menjelang *launching*. Hal ini akan membuat calon pembeli makin antusias dengan produk barumu.

Keuntungan fitur Rilisan Spesial

1. **Buat penawaran eksklusif dengan mudah**
   Tingkatkan minat pembeli agar semakin tertarik dengan produk dan tokomu
2. **Bebas atur launching produk**
   Selain bisa pakai desain sendiri, kamu juga bisa atur waktu, durasi, dan stok untuk Rilisan Spesialmu
3. **Anti kewalahan atur pesanan**
   Pesanan dan stok lebih terkendali sehingga kepuasan pembeli pun terjaga
4. **Meningkatkan antusiasme pembeli**
   Ciptakan *hype* bagi calon pembeli dengan memasang *countdown* menjelang launching produkmu.



Terus pantau Pusat Edukasi Seller Tokopedia untuk update info terbaru seputar Rilisan Spesial ya!

Webinar Tokopedia bulan September

Topik:

Sukses *launching* produk eksklusif dengan fitur ‘Rilisan Spesial’

Webinar ini akan membahas cara menggunakan fitur baru ‘Rilisan Spesial’ dan tips sukses agar launching produkmu diserbu pembeli.

Daftar di sini ya **http://bit.ly/Rilisanspesial**

Isi survey 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/surveinewsletteragustus

Terhubung dengan kami di

Tokopedia Seller
tokopediaseller
Tokopedia Seller

Download Aplikasi Tokopedia Seller

GET IT ON Google Play