

ZALORA

SIARAN PERS

Aplikasi Menjadi Sumber Pendorong Utama Kesuksesan Harbolnas

ZALORA lakukan inovasi untuk memberikan pengalaman belanja terbaik

Jakarta, 9 Desember 2016 - ZALORA, destinasi *fashion online* terbesar di Asia kembali mengadakan Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) untuk kelima kalinya. Pada Harbolnas tahun lalu, ZALORA mencatat peningkatan jumlah order sebanyak 30 kali lipat dibandingkan hari biasanya. Aplikasi menjadi sumber pendorong utama dari kesuksesan Harbolnas, dimana ZALORA Indonesia mencatat sekitar 70% dari total transaksi pada tahun 2016 dilakukan melalui aplikasi. Pada kesempatan Harbolnas kali ini, ZALORA mengedepankan aplikasi dan telah mempersiapkan serangkaian inovasi untuk mengoptimalkan *user journey* di aplikasinya.

Anthony Fung, CEO ZALORA Indonesia mengatakan, “Tidak seperti tahun-tahun sebelumnya, hari pertama Harbolnas 2016 akan diselenggarakan pada tanggal merah. Kami selalu melihat peningkatan pembelian melalui *mobile* pada hari libur dan tanggal merah dikarenakan konsumen meninggalkan *desktop* mereka untuk berpergian bersama keluarga dan teman-teman tercinta. *Mobile* telah menjadi perangkat yang sangat penting karena kami yakin mayoritas transaksi akan dilakukan melalui *mobile*. Oleh karena itu, ZALORA telah menerapkan *caching strategy* pada *mobile browser* kami untuk mempercepat waktu *loading* dan memudahkan navigasi seperti tampilan yang tersedia di aplikasi kami. Selain itu, ZALORA terus berinovasi untuk menambah dan memperbaiki fitur-fitur pada aplikasi kami. Salah satu visi yang kami miliki untuk aplikasi ZALORA adalah menjadikan aplikasi kami sebagai wadah inspirasi untuk menemukan tren *fashion* terbaru melalui video *styling* dan ZCOOP (pusat konten *fashion* dan *lifestyle* ZALORA). Kami berharap aplikasi ZALORA tidak hanya menjadi aplikasi belanja, namun dapat menjadi sumber inspirasi untuk para pelanggan kami.”

ZALORA tidak hanya memperkaya konten *fashion* di aplikasinya, tetapi juga melakukan beberapa inovasi lainnya untuk memastikan *user experience* terbaik. Salah satu inovasinya adalah melakukan personalisasi antarmuka pengguna dimana tampilan aplikasi dapat disesuaikan dengan kebiasaan *browsing* dari masing-masing pengguna. Pelanggan yang gemar mencari produk atribut olahraga akan disuguhkan dengan lebih banyak produk *sportswear* dan produk bergaya *athleisure*, begitu pula untuk kebiasaan *browsing* lainnya. Menurut riset yang dikeluarkan oleh Demand Metric, 61% dari konsumen lebih menyukai label yang melakukan personalisasi konten dan lebih memiliki kecenderungan untuk membeli produk-produk yang disesuaikan dengan preferensi mereka. ZALORA berharap dengan adanya personalisasi konten dapat mempermudah konsumen untuk mencari produk *fashion* yang mereka inginkan.

“Tahun lalu, ZALORA mencatat peningkatan sebanyak 40% konsumen baru, menjadikan Harbolnas sebagai perayaan terbesar untuk industri *e-commerce* di Indonesia. Melihat ini, ZALORA ingin memberikan pengalaman berbelanja yang terbaik, khususnya untuk pelanggan baru, mulai dari proses pembelian, proses *tracking* order

ZALORA

hingga order sampai di rumah pelanggan. Aplikasi ZALORA juga menyediakan fitur *order & tracking* untuk membantu pelanggan melihat order sebelumnya dan mengecek status order serta fitur untuk membagikan produk ZALORA yang mereka sukai ke media sosial,” tambah Anthony.

Perayaan belanja seperti Harbolnas terus mendorong lanskap kompetisi *e-commerce* di Indonesia serta membantu mengedukasi masyarakat untuk berbelanja secara online. ZALORA termotivasi untuk terus berinovasi dan memberikan pengalaman berbelanja yang terbaik. Tahun ini, Harbolnas akan diisi oleh lebih dari 900 *label* fashion top yang akan memberikan penawaran eksklusif dan spesial sampai dengan 80%. Selain itu, perayaan belanja ini juga dilakukan di seluruh market ZALORA, yaitu Singapura, Malaysia, Hong Kong, Taiwan, Filipina dan Indonesia.

Tak hanya penawaran eksklusif dari label *fashion* top, *flash sale*, penawaran maraton dari berbagai label, pelanggan ZALORA juga dapat berpartisipasi dalam sebuah permainan “Scratch & Win” yang dapat dinikmati di *website* ZALORA untuk mendapatkan kesempatan memenangkan *voucher* belanja dan *Golden Ticket* senilai 9 juta rupiah dari berbagai partner ZALORA. Dimulai dari 12-14 Desember 2016, Harbolnas akan diselenggarakan di 6 *market* ZALORA di Asia Tenggara. Temukan penawaran terbaiknya di <https://www.zalora.co.id/harbolnas/>.

-Selesai-

TENTANG ZALORA GROUP:

ZALORA adalah destinasi *fashion online* terbesar di Asia. Didirikan pada tahun 2012 di Asia, mulai dari Singapura, Indonesia, Malaysia & Brunei, Filipina, Hong Kong dan Taiwan. ZALORA adalah bagian dari Global Fashion Group, *fashion online group* terbesar untuk pasar negara berkembang. Situs lokal ZALORA menawarkan koleksi merk internasional dan lokal kualitas terbaik untuk seluruh kategori pakaian, sepatu, aksesoris, dan kategori kecantikan untuk pria dan wanita. Menawarkan hingga 30 hari *free return*, *speedy delivery* dalam waktu 3 jam di beberapa negara, pengiriman gratis untuk minimal pembelian tertentu, dan beberapa metode pembayaran termasuk *cash on-delivery*, ZALORA is the online shopping destination with endless fashion possibilities.

TENTANG ZALORA INDONESIA:

Zalora.co.id menawarkan ribuan koleksi top *fashion brand* lokal dan internasional serta lebih dari 90.000 produk pakaian, sepatu, tas, aksesoris, busana muslim dan kosmetik untuk pria dan wanita. ZALORA Indonesia memberikan pengalaman belanja mudah dengan harga terjangkau serta pelayanan pelanggan terbaik di kelasnya untuk seluruh Indonesia. Di antaranya, layanan bayar di tempat saat barang datang (COD) di 115 kota seluruh Indonesia, pengiriman 1-3 hari untuk wilayah Jakarta dan 2-6 hari untuk wilayah luar Jakarta serta garansi 30 hari uang kembali dan untuk penukaran barang.

Kontak Media:

Lily Marpaung Sambuaga – PR Manager
08119915855

Lily.Marpaung@id.zalora.com

Jessica Theresia – Senior PR Executive
085780790972

Jessica.Theresia@id.zalora.com

Devy Nataly – PR Executive
08161403879

ZALORA

Devy.Nataly@id.zalora.com