



东南亚社交电商报告



社交电商 热潮的背后



Social Commerce
Social Commerce





目录



什么是社交电商	03.
为什么社交电商对东南亚卖家很重要	08.
社交电商优势	13.
社交电商面临的挑战	19.
3个技巧提升您的社交电商价值	24.
紧跟社交电商潮流	33.
方法论	35.



定义



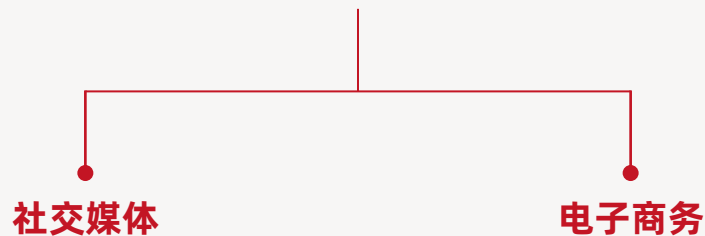
Commerce





什么是社交电商?

社交电商由两部分构成



我们将其定义为拥有以下3个属性的平台



什么是社交电商?

这样**社交第一、电商第二**的模式在东南亚的高人气取决于东南亚地区消费者对社交媒体的独特玩法

Ninja Van 集团关于“东南亚电商未来何去何从？”的研究报告表明，社交媒体是**网购达人的现代搜索引擎**。



SYNC 东南亚报告《大胆举措：引领东南亚下一波消费者增长》发现，**社交媒体不仅是一个高使用率的线上渠道**，而且还能横跨购买旅程的不同阶段。

Bella Khan 就是马来西亚一位社交电商卖家

*网购达人是在对 2022 年 7 月至 8 月期间来自新加坡、马来西亚、菲律宾、印度尼西亚、泰国和越南 6 个国家的 9,000 多名参与者的调查结果进行分析后发现的一群狂热的网购消费者。虽然网购达人仅占网购消费者总数的 15%，但他们的电商购买量却占总量的 45%。

什么是社交电商?

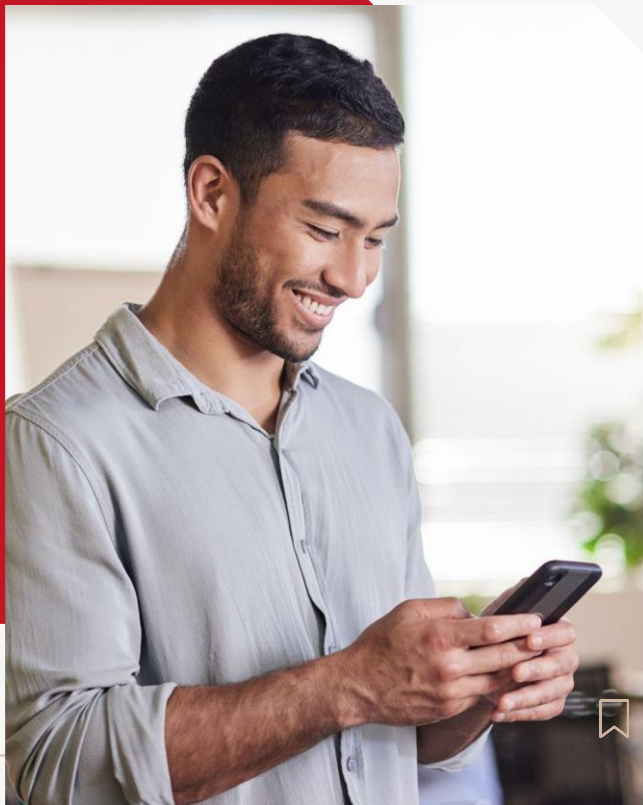
理想的社交电商体验是，整个购物旅程都能在社交环境中展开



在东南亚，目前只有 TikTok Shop 能够实现这一理想。



什么是社交电商?



事实上, 这些**社交第一、电商第二**的平台是卖家的**流量驱动因素**



- **社交媒体平台**充当卖家的目录, 允许消费者访问看似处于同一社交环境中的卖家网站
- **聊天应用程序**可让消费者在购买前与卖家互动



Social Commerce

为什么社交电商
对东南亚卖家
很重要



为什么社交电商对东南亚卖家很重要？

我们与市场研究公司 Milieu Insight 一起
*对来自6个国家的600名社交电商卖家发起调研



新加坡



马来西亚



菲律宾



印度尼西亚



泰国



越南

在2023年11月，了解他们对社交电商的看法

以**马来西亚**为例，接受调研的卖家主要经营以下三个品类：

时尚

健康与保健

食品和饮料

我们分析了社交电商对他们而言非常重要的原因

*[点击此处](#)了解实地考察方法。

为什么社交电商对东南亚卖家很重要？

1. 社交电商拥有忠实的受众



社交优先平台的本质是利用网络效应和用户生成内容等社交元素来建立用户群。

用户群达到一定数量且产生连结与信任后，这类**社交优先平台**进入用户转化阶段也就更加丝滑。这是为什么卖家会发现，在社交电商平台中可以定位到更多（有付费意愿的）受众。

和线下购物不同，在东南亚，线下购物是一项具备社交属性的活动，而网购缺乏附带自然流量的社交元素。

像传统电商平台一类的**电商优先**平台必须付费才能建立其用户群，这些用于吸引消费者的沉重营销成本最终都转嫁给电商品牌和卖家。

为什么社交电商对东南亚卖家很重要？

2. 社交电商让您更轻松触达目标受众

37%
37%

受访者表示
更易被相关目标受众所了解



大多数人使用这类社交优先平台是为了娱乐，这为卖家创造了**利用创意和品牌相关的内容**吸引消费者的注意力的机会。

在重视内容相关性的**社交优先**环境中，只要你有创意和品牌吸引力，预算有限的情况下也有抓人眼球的机会。

而**电商优先**的环境中则不同，小部分预算充足的卖家获得了大部分的曝光。消费者进入这类平台时，他们已经有一定的购买需求，所以有预算投流的商家很容易完成销售。

为什么社交电商对东南亚卖家很重要?

3. 社交电商帮助卖家吸引更多潜在消费者



34%

受访者表示
需要多样化销售渠道以瞄准
不同的受众



根据 Ninja Van 集团的东南亚社交电商卖家数据库显示，90%的卖家选择在主流电商平台上开店或运营其品牌网站。

其合理性在于，依靠任何单一平台来触达受众都极具风险，不管这个平台是**社交优先**还是**电商优先**，都会让你见识到平台算法的千奇百怪。

相较而言，在社交优先平台上开店更简单，这为卖家提供了一种实现销售渠道多元化的可能。



社交电商 优势

Social Commerce
Commerce

社交电商优势



更好地了解消费者偏好
得到比人口统计和行业报告更精细的数据

社交优先平台上的数据可呈现丰富、具象的消费者行为，
揭露其参与的话题、关注的KOL、活跃的时间段等等。

这些丰富的用户画像使您能加速分析制定策略：

- **加倍关注**您想鼓励的消费者行为
- **尽量减少**对您不利的消费者行为

“当时我们接到一个下了10000包咖啡的订单，由于社交电商的便捷，我们得以和这位客户交流沟通且确定新的目标群体——婴儿潮一代和商人，并推出了经销商套餐。”

Jhederly Masiel
Bona Vita 销售经理
菲律宾



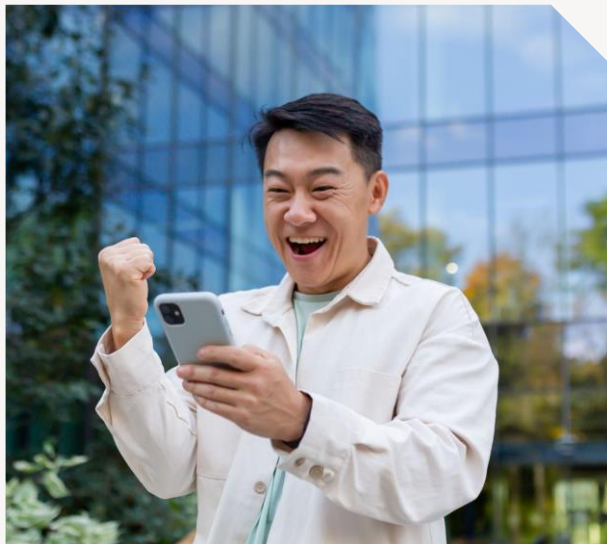
社交电商优势

与消费者建立更紧密的联系以提高忠诚度

如果您缺乏独特的产品或卖点，那么提供**卓越的购物体验**可以让您在竞争中脱颖而出。

通过提供卓越的服务并在社交电商上与消费者互动，与消费者建立更紧密的联系，从而提高消费者的满意度和留存率。

这将是差异化优势，因为其他人无法轻易复制。



“我的妻子主张个性化电话，一对一指导消费者掌握卷发器的使用方法。正是这些独特的互动让我们的消费者获得了绝对最佳的体验。”

Kennedy Chew
Fii Beauty 联合创始人
新加坡、马来西亚

fii



社交电商优势

与消费者建立紧密联系
还有其他意义：



1.

为品牌构建抵御平台变化的能力



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

Linh
Outerity 持有人
越南



了解您的消费者是谁可以让您在平台内外与他们保持关系。

这是针对平台变化的最佳防御，平台变化可能会使您的商店排名下降到首屏以下或使您的产品掉出首页。



社交电商优势

与消费者建立紧密联系的其他意义



2. 借此培养口碑 口碑是最强大的营销力量



“很多新客户是在听到现有客户的积极评价后才选择了我们。”

Yesi Nurmala
Atharizz 集团持有人
印度尼西亚

在社交优先的平台上点赞、评论和转发都更容易。
毕竟，这些行为植根于社会领域。



社交电商优势

3.

快速测试产品 受欢迎程度

如果有新产品，请考虑优先向您认识的消费者推出。

这种方法使您能够快速收集反馈，以加快产品迭代速度并做出更好的销售预测。

与消费者建立紧密联系的其他意义



进行这些小型发布可以帮助您

- 通过避免大规模推出不受欢迎的产品，从而节省成本
- 在定位适合您的新产品的市场后，可以精准投放，以获得更多收入



社交电商 面临的挑战

Commerce
Commerce

社交电商面临的挑战

现在我们看到了社交电商的重要性，并理解了为什么其他卖家热爱社交电商
然而，浮华和魅力的背后是什么？

运营社交电商并不像在公园里散步一般简单

*600名接受调查的卖家投选了以下**五个社交电商运营挑战**：

01.

如何
鼓励复购

02.

如何从竞争中
脱颖而出

03.

如何快速
跟上风口潮流

04.

如何有效
解决客户投诉及反馈

05.

如何采购
用户想要的产品

*[点击此处](#)了解实地考察方法。



#你知道吗？ Ninja Van可以为您提供端到端采购服务，帮助您从中国和东南亚采购物美价廉的商品。
点击[此处](#)阅读更多内容。

社交电商面临的挑战

您可能已经意识到这些挑战并不是社交电商独有的
只要进行电商就有可能面临这些挑战

然而，社交电商不仅要应对上述挑战
还必须应对其独有的障碍



社交电商面临的挑战

50%
50%



受访者表示
创作有效的内容
是很大的挑战

要在社交第一、电商第二的平台上看到结果，**社交元素必须先于电商元素。**

但将娱乐行为置于销售数据之上并不是容易的事情，甚至可能看起来违反常理，尤其是对那些注意力都在销售额上的卖家而言。

“持续推出娱乐性和互动性内容是很困难的。以TikTok为例，我们每天需要制作3到5个视频才能提升账户权重。即使每天制作一个TikTok视频也需要耗费大量精力，更别说3到5个。”

Adrian Choong
Signature Market 高级市场经理
马来西亚


signature
market





社交电商面临的挑战

48%



受访者表示
要时刻紧跟平台
瞬息万变的算法很困难



“无论是创作内容还是广告，我们需要通过反复试验来测试效果。如果数据证明有效，则坚持下去，这是我们在 Facebook 上长期采取的做法。”

Jhederlly Masiclat
Bona Vita 销售经理
菲律宾



各个平台的玩法不同，跨平台运营需要不断实验，付出足够多的时间和精力。
运营社媒账号没有捷径，持续挖掘、创作真正能引起不同平台受众共鸣的内容才是成功的秘诀。



Tip:

在您最有价值的消费者喜欢的社交渠道上和他们互动，确定他们最常使用的三大平台，关键是信息的质量而非数量。
同时针对各个地方的个人，避免分散自己的力量。

请发送电子邮件至 reg-coe-comms@ninjavan.co
了解我们如何通过我们的
Marketing+ 功能来增加您的
电商销售额！

3个技巧 提升您的 社交电商价值

Social Commerce
Social Commerce



建立你的内容库.



减少.



重复使用.



回收.

新内容的时间和精力



Tip:

1. 背景定制, 将热销的招牌商品的多角度照片放在绿幕背景上
2. 确定精美、具有品牌特色的直播间风格和延伸品牌元素(边框、IP等), 使您的产品更加生动抓人眼球



#你知道吗? Ninja Xpress 在印度尼西亚设立创意中心, 免费帮助电商卖家拍摄产品照片和创意视频!

[点击此处](#)了解更多



建立你的内容库。



减少.



重复使用.



回收.

即使你因此被批评，那也没关系。
毕竟，您是卖家而不是全职内容创作者。



Tip:

寻找至少三个月前的常青内容。
重用那些表现良好的人，无论是推动了点赞还是潜在客户。

“我会截下直播间评论互动的画面，将它们作为推广素材。”

Ni
Prachautid BagerkIng74/2 (อรชภา ถั่วเจ็ดเขียนสะท้านโลกกันต์) 持有人
泰国





建立你的内容库。



减少.



重复使用.



回收.

用户生成的内容 (UGC)

真实性是当今的货币。

消费者的评论、图片和视频比 KOL 的付费内容更有价值。

在从数字广告到社群的所有渠道上，循环利用这些来之不易的社会留痕。



Tip:

通过两种激励方式鼓励 UGC:

一是给予用户即时满足感，二是吸引用户退货。



点击[此处免费](#)获取 Ninja Van 集团创意副总监 Kenny Foong 制作的免费 AI 工具内容创作指南!

建立你的内容库。

使用**影像**来证明您是**真实**的



如果真实性是当今的货币，那么真实的影像反馈就像是印钞票。

Ninja Van 集团的社交电商卖家坚持通过照片和视频捕捉真实瞬间，然后发布到他们的社交平台上。



建立你的内容库。

您可以参考以下几个角度：

01.

亲自包装订单，体现每一个订单都经过精心处理

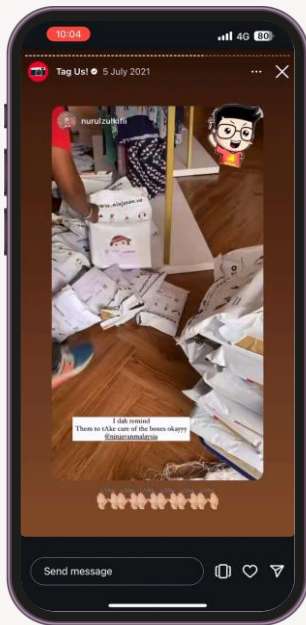
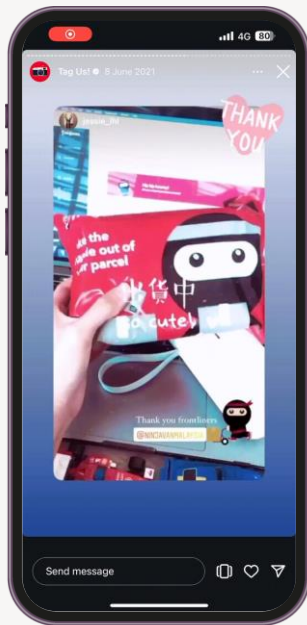
向优秀得社交电商卖家 [BeanStalkStudio](#) (68.2K 关注者) 学习，她的账号 **80%** 的内容都是挑选和包装订单的视频！

02.

展示你打包好的满满当当的包裹，让潜在消费者知道该商品销量很不错。

03.

送货员到达领取包裹或取完后离开的场景，表明您的包裹目前正在运送给消费者的途中。



这些视频还表明，消费者的购买行为从像素到包裹的表现都是透明的。

建立你的社群。

利用社交优先平台的**互动元素**，通过知识共享、民意调查、竞赛以及社区独有的奖励掉落来鼓励社区成员参与，让他们感到特别和受到重视。

除了提高品牌忠诚度之外，社群还是一个您可以**与消费者大规模建立和维持关系**的空间——一个您可以利用商誉并通过口碑让它为您更努力地发挥作用的空间。

“我们从来不为广告烦恼。因为我们愿意直接返现给我们的消费者，通过口碑相传的方式——顾客知道我们货真价实、负责且真诚。新消费者会被我们的老客户在我们家愉快的消费体验反馈吸引而来。”

Anthony Cheong
HB Home 持有人
新加坡



Tip: 给您的消费者分享相关的信息和教程，并创建这类知识共享[主页](#)，提高店铺销量！



建立你的品牌网站。

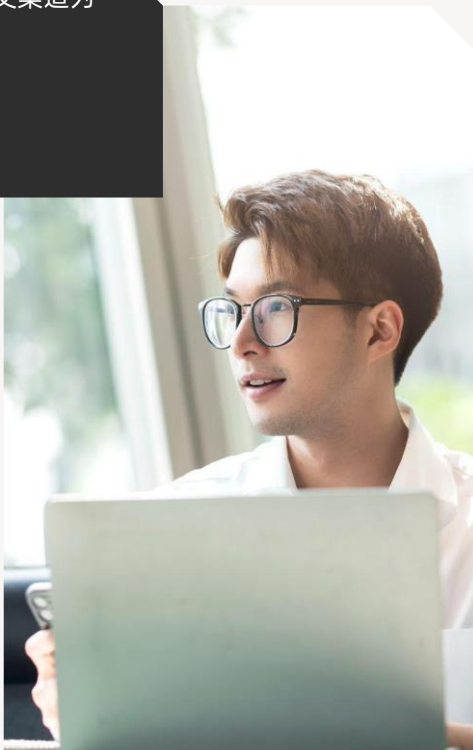


“建立品牌独立站，然后使用社交渠道为其带来流量。”

Kennedy Chew
Fii Beauty 联合创始人
新加坡、马来西亚

需要品牌自己设计及
开发自建站时代已经过去

现在
Shopify、WooCommerce
等等众多解决方案提供商
使其变得简单



借助品牌独立站的建立，您可以让来之不易的流量发挥更大作用。 不仅更有利于即时转化，还可以实现中长期影响，例如通过 Google 关键字排名和搜索引擎优化提升线上渠道的曝光和影响。

否则，将辛苦积攒的品牌流量尽数投入到电商平台店铺，相当于帮电商平台做推广。



建立你的品牌网站。

是的，建立一个品牌网站需要高昂的开发成本
包括运营和物流的投资，例如整合销售渠道、建立分销网络、接通支付网关等

同时，选择可靠的物流合作伙伴以实现无忧交付很关键
毕竟只有当产品真正到达客户手中时，品牌才实现了销售闭环

“将送货服务视为压轴戏，它可以决定您的整个购物体验，也可以毁掉您的整个购物体验。速度也很重要，尤其是对于社交商务买家来说，他们是一群自发的人。送货越快，完成这趟成功购物旅程的机会就越高！”

Phuc, Sad Boiz Ain't Cry 持有人
越南



尽管有这样的前期投资，您仍然可以通过以下方式获得更高的回报：

- 保持对定价的控制
- 避免需要将每笔交易的一定比例的销售额交给市场



紧跟社交电商潮流

Social
Commerce
Commerce

社交电商：一时流行还是永远？

社交电商将继续存在。

对于像您这样的卖家来说，社交第一、电商第二的平台兴起带来了令人兴奋的机会。这些平台可以扩大您的影响力，将陌生人变成朋友，将朋友变成消费者，甚至将消费者变成热情的“自来水”。

虽然平台本身将会发生转变，就像 TikTok Shop 现在如何与印度尼西亚的 Tokopedia 整合一样，但有一个确定性仍然存在：当您拥有品牌网站时，您将保留控制权。

通过您自己的品牌网站，您可以控制店面发生的一切，您拥有自己的安全港，让您能够自由地驾驭不断变化的社交电商潮流。



方法论



Ninja Van 集团与市场研究公司 Milieu Insight 合作，于 2023 年 11 月对 600 名社交电商卖家进行了实地调查，以获取本白皮书报告所依据的数据。这些卖家的机密受到数据隐私保护法的保护。

对于社交电商卖家细分市场，每个国家 100 名受访者足以作为这个相对较小的业务群体的代表性样本。该数据集采用了国家数据的同等权重，以确保其对东南亚地区的代表性。



100



100



100



100



100



100

引用和定量数据来源于 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采访。

关于 Ninja Van 能者物流 .

Ninja Van 能者物流是一家技术型快递物流公司，为各种规模的企业提供无忧配送解决方案。

Ninia Van 于 2014 年在新加坡成立，至今成为区域内发展最快的最后一公里物流派送公司，为企业提供创新的物流解决方案。

如今Ninja Van 的网络已扩展东南亚六个国家：新加坡、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、泰国和越南。

如需更多信息，请访问 www.ninjavan.cn

关于

