

Toolkit LIVE Shopping Ads (LSA)

Percepat pertumbuhan GMV di Shop Tokopedia dengan LSA!

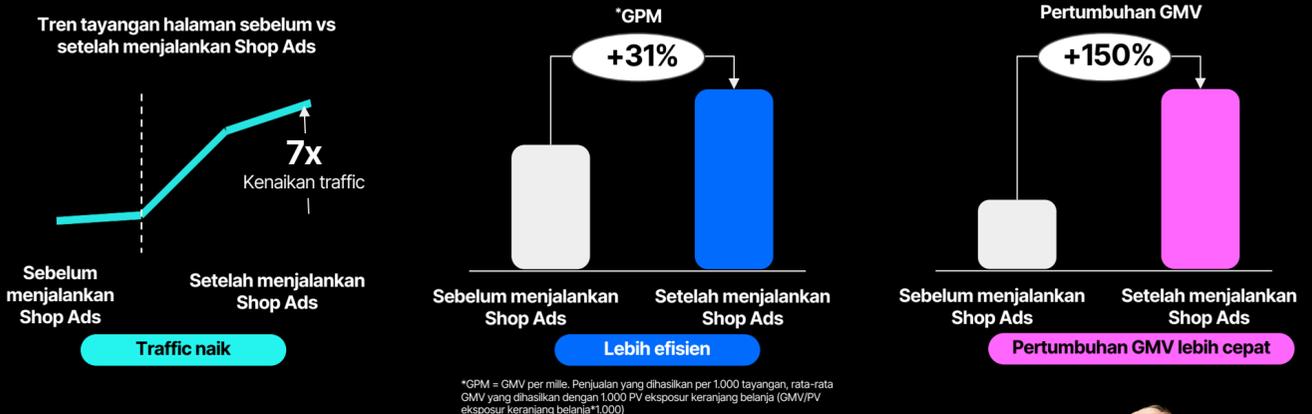


Brand yang menjalankan LSA dengan minimal 10% GMV-nya berhasil memperoleh

5—10x

tayangan live dan GMV live lebih tinggi dalam jangka pendek, menengah, dan panjang.

LSA efektif mengoptimalkan kinerja Shop.



Seller berpengalaman sebaiknya menggunakan format Video-to-Live untuk melengkapi format Live-to-Live

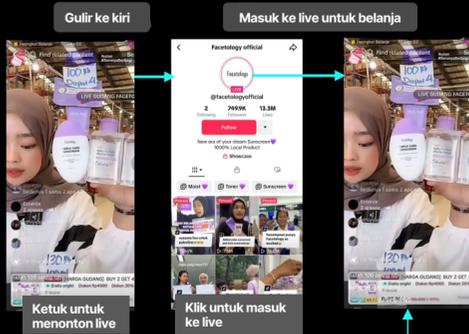
Materi Iklan LSA: Live-to-Live dan Video-to-Live

Live-to-Live: Sesi live itu sendiri

- Cocok bagi seller baru & seller yang sudah berpengalaman melakukan live
- Tidak perlu membuat konten tambahan
- Bisa mengajak kreator/celebrities populer untuk ikut live

Video-to-Live: Video pendek mengarah ke live

- Cocok bagi seller berpengalaman
- Gunakan video populer dari kampanye sebelumnya untuk mengarahkan traffic ke live
- Edit ulang video lama untuk membuat video baru

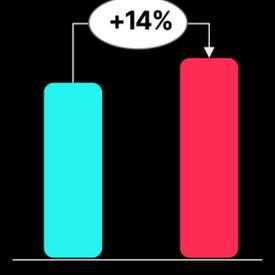


Format Video-to-Live lebih efisien

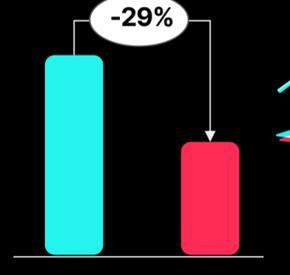
Cold start lebih cepat



CVR lebih tinggi



CPM lebih rendah



Mengapa harus mempromosikan SKU unggulan selama live?

- Keuntungan lebih tinggi
- Bundling SKU unggulan membantu Anda menghemat biaya logistik, menaikkan AOV, dan mengoptimalkan perencanaan inventaris

Mengapa live efektif untuk menaikkan engagement berkelanjutan?

- Demo produk dan interaksi langsung dengan host cenderung efektif meningkatkan engagement dan konversi, jika dibandingkan dengan video pendek

Bagaimana cara membuat bundle SKU?

Tipe 1 Gift box selama kampanye

- Hadiah pembelian
- Hadiah spesial
- Hadiah eksklusif khusus pelanggan setia
- Pembelian kolektif dengan teman



Tipe 2 Diskon besar untuk SKU Unggulan

- Beberapa SKU unggulan
- SKU unggulan + SKU baru
- SKU unggulan + hadiah gratis



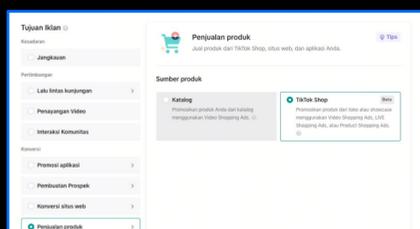
Tipe 3 Bundle produk berdasarkan fungsionalitas

- Berdasarkan fungsi, mis. kit skincare untuk kulit berjerawat
- Berdasarkan kategori, mis. beberapa warna lipstick

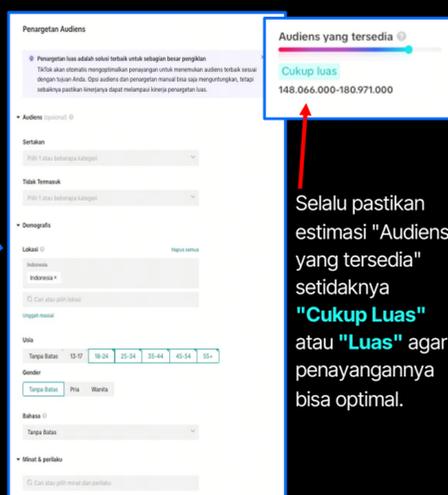


3 langkah mudah menyiapkan LSA di TikTok Ads Manager

1. Buat kampanye baru

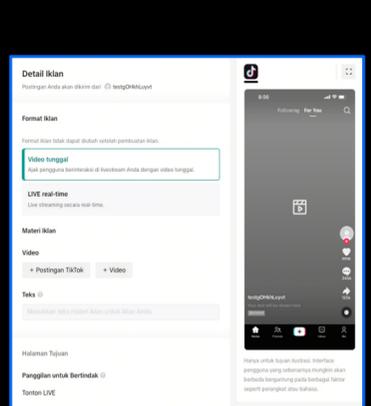


2. Siapkan grup iklan



Selalu pastikan estimasi "Audiens yang tersedia" setidaknya "Cukup Luas" atau "Luas" agar penayangannya bisa optimal.

3. Buat iklan



- Buat kampanye baru di TikTok Ads Manager.
- Dari halaman pembuatan kampanye, pilih tujuan iklan **Penjualan Produk**.
- Pilih **Shop Tokopedia (TikTok Shop)** sebagai sumber produknya, lalu selesaikan pengaturan kampanye.
- Pilih tipe iklan "**LIVE Shopping Ads**". Selesaikan pengaturan lainnya untuk grup iklan, lalu klik "Berikutnya".

- Audiens:** Jika Anda sudah menjalankan Shop Tokopedia selama lebih dari 3 bulan, Anda dapat membuat Shop Activity Audiences untuk menyertakan dan mengecualikan audiens tertentu
- Lokasi:** Harus sesuai dengan Shop Tokopedia Anda
- Usia:** Harus 18+
- Tetapkan **anggaran & jadwal**
- Pilih **bidding** dan **tujuan pengoptimalan** berdasarkan tujuan Anda.

Pilih format iklan

- Video Tunggal: Untuk menyiapkan format "Video-to-Live"
- LIVE Real-Time: Untuk menyiapkan format "Live-to-Live"

Pilih materi iklan, lalu klik "Tayangkan semua", dan kampanye Anda siap dijalankan!



Sumber: Data Internal Shop Tokopedia, SEA