

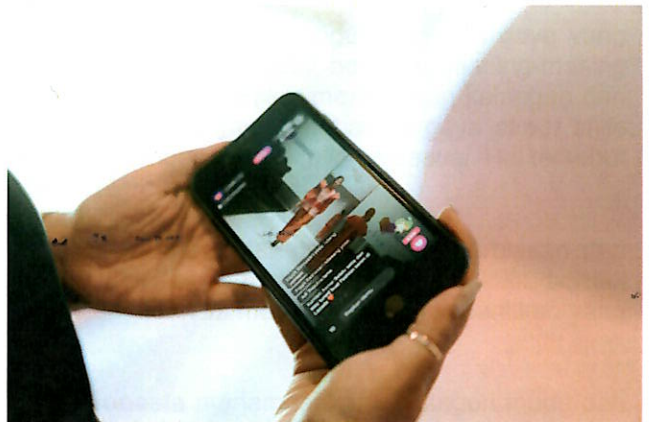
Siaran Pers

Lazada Hadirkan Karya Desainer Indonesia di Jakarta Fashion Week ke Layar Anda dengan Teknologi 'See Now Buy Now'

Lazada Style Space membuka akses lebih luas untuk desainer lokal ke konsumen melalui upaya O2O (Offline to Online)

JAKARTA, 26 Oktober 2019 – Hari ini, Lazada menghadirkan teknologi 'See Now Buy Now' bertajuk '**Lazada presents Style Space Elevashion**' di Jakarta Fashion Week pada hari Sabtu (26/10) untuk tingkatkan pengalaman konsumen. *Fashion show* ini menghadirkan 11 desainer dan *brand* terkemuka: **Surya Abduh, Jenna and Kaia, Jenahara x Noore Sport, Kim X Lim, Danjyo Hiyoji, Bambii Bloop Shoes, YOURHANDS, MESZ, Jan Sober, Hattaco and CHIEL Shoes.**

Lebih dari sekadar *fashion show*, acara ini akan disiarkan secara *live-streaming* dalam aplikasi dan menunjukkan penggabungan pengalaman belanja *offline* dan *online* –memungkinkan konsumen di seluruh Indonesia melakukan pembelian barang yang mereka saksikan di *runway* secara *real-time* melalui ponsel mereka. *Fashion show* dimeriahkan oleh penampilan dari Adrian Khalif dan Sheryl Sheinafia yang membawa sensasi nuansa *pop* dan *hip-hop* di acara ini.



"Sebagai bagian dari komitmen kami untuk meningkatkan pengalaman konsumen, dan lebih dari sekadar menghadirkan *fashion show*, kami memberikan *platform* yang berkelanjutan bagi desainer lokal untuk menunjukkan karya melalui koleksi terbaru mereka. Lazada merangkul para desainer berbakat dengan memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen melalui Lazada Style Space dan inovasi teknologi "See Now Buy Now". Lazada berada di posisi yang unik untuk mempercepat pertumbuhan industri *fashion* Indonesia serta memberdayakan pengusaha *fashion* lokal. Kami ingin agar desainer lokal dapat terus mengembangkan bisnis mereka sambil menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan maksimal bagi konsumen, kata **Monika Rudijono, Chief Marketing Officer of Lazada Indonesia.**

Kolaborasi antara Lazada dan Jakarta Fashion Week mendorong konsumen membuat keputusan dalam membeli produk *fashion* lokal. Hal ini akan menciptakan efek domino yang positif bagi para *brand*. Saat akses ke konsumen terbuka lebih luas bagi para desainer lokal, talenta lokal yang brilian akan semakin menghidupkan perkembangan industri *fashion* di Indonesia.

Berbagai *brand* lokal ini akan membantu konsumen untuk menentukan gaya berbusana keseharian mereka mulai dari desain minimalis, potongan klasik, aksesoris, dan *fashion* terkini yang unik. *Fashion show* dengan dukungan inovasi teknologi "See Now, Buy Now" adalah bagian penting dari kerja sama yang sudah berlangsung selama tiga tahun antara Lazada dengan Jakarta Fashion Week dan mengikuti peluncuran kanal *fashion* di dalam aplikasi Lazada, Style Space. Kolaborasi ini bertujuan untuk membawa desain lokal ke lebih banyak pecinta *fashion* di seluruh negeri melalui upaya O2O.

"Lebih dari sekadar kanal penjualan *online*, kami ingin Lazada menjadi platform di mana talenta *fashion* Indonesia dapat mengembangkan *brand* mereka, melibatkan konsumen, dan untuk meningkatkan daya tarik mereka. Ini adalah strategi tingkatkan ketertarikan para pecinta *fashion* dan mendorong pertumbuhan bisnis *e-Commerce* mereka," kata Monika.

Jajaran lengkap desainer lokal akan membuat para penonton kagum dengan beragam karya hebat mereka. **Surya Abduh** menyelaraskan dua gaya desain berbeda yang saling menyempurnakan satu sama lain sementara **Jenna dan Kaia** dan **Jenahara x Noore Sport** akan mengakomodasi selera *fashion* dari gaya

hidup aktif, terkini dan dinamis dari wanita Muslim dengan koleksi *modest fashion*. Bagi yang berani tampil beda, **Kim X Lim** mendobrak batasan dengan koleksinya yang menampilkan desain lingkaran di setiap tas, memberikan konsumen tampilan yang *edgy & chic* yang mereka butuhkan. Koleksi ini dapat digunakan setiap hari tanpa kehilangan fungsionalitas dan gaya.

Koleksi *streetwear* **Danjoy Hiyoji** adalah untuk yang muda dan yang berjiwa muda. Desain yang merefleksikan tahapan kesedihan hingga kebahagiaan, menampilkan berbagai emosi dan menerjemahkannya ke dalam *fashion*, menggabungkan warna gelap dan cerah membentuk gradien yang menyenangkan dengan campuran warna yang seimbang dan harmonis. Sementara MESZ, terinspirasi oleh *salvation valley* di California dengan kombinasi warna teknik *patchwork* yang dipadukan dengan baik, asimetris, garis melengkung dan tekstur bunga, membuat para pecinta *fashion* tampil beda dari yang lain.

Orang-orang sering berkata bahwa sepatu adalah hal yang pertama kali diperhatikan oleh orang lain. Maka dari itu, desain **Bembii blood shoes** membawa tema modern dan rapi yang memberikan kesan minimalis dengan aksen manik-manik modern untuk wanita dinamis. Dimana **CHIEL Shoes** menghadirkan produk siap pakainya bernama "LES Voyage dans L'espace", koleksi ini memiliki 6 model gaya untuk wanita yang memiliki gaya hidup aktif dan muda dengan sentuhan nuansa retro. Design ini terinspirasi dari Cirque Du Soleil dari tahun 1980-an.

Jan Sober memadukan budaya barat dan timur. Dilihat dari material yang digunakan dan gaya yang ditampilkan, menghasilkan keberagaman di mana setiap individu memiliki latar belakang masing-masing dan memiliki hak untuk memakai koleksi yang sesuai dengan selera mereka, menyatukan kalangan dari berbagai macam etnis dan budaya. Di sisi lain, **Hattaco** membawa kami kembali ke gaya *street style* dengan desain terkini yang menggabungkan pakaian olahraga dengan desain *tailored casual*. Hal tersebut terinspirasi dari kaum urban yang selalu aktif dan tak kenal lelah.

Aksesoris memberikan sentuhan akhir yang manis untuk gaya kita sehari-hari. Koleksi perhiasan dari **YOURHANDS** menghadirkan kecantikan dari karakter unik kita. Tanpa memandang warna kulit, bentuk badan, atau hal apapun yang menjadi standar kecantikan. Perhiasan ini memperlihatkan kecantikan yang datang dari dalam hati.

Jacopo Mor, Senior Vice President, Fashion, Lazada Indonesia menambahkan, "Kategori mode dan baju Lazada Indonesia tumbuh lebih dari dua kali lipat dalam setahun, didorong oleh pertumbuhan kelas menengah masyarakat Indonesia yang cepat, yang telah membuat *fashion* dan berbelanja *fashion* produk secara *online* menjadi hal penting dalam hidup mereka dan selera mereka yang lebih meningkatkan. Kami sangat senang bisa membawa lebih banyak lagi koleksi dari desainer lokal, karena kami memiliki tujuan untuk menjadi destinasi berbelanja *online* untuk para pecinta *fashion* tanah air, melalui banyaknya pilihan produk *fashion* dan pakaian dan pengalaman berbelanja yang luar biasa."

Lazada juga sempat menggelar fashion show "See Now, Buy Now" di Filipina, Malaysia dan Thailand selama Lazada Women's Festival pada awal tahun ini, dengan lebih dari 300.000 penonton.

Tentang Lazada Indonesia

Didirikan pada tahun 2012, Lazada Group adalah pemimpin platform *e-Commerce* di Asia Tenggara. Kami mempercepat kemajuan di Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam melalui perdagangan dan teknologi. Dengan jaringan logistik dan pembayaran terbesar di kawasan ini, Lazada adalah bagian dari kehidupan sehari-hari konsumen kami di kawasan ini dan kami menargetkan melayani 300 juta pembeli pada tahun 2030. Sejak 2016, Lazada adalah platform utama di Asia Tenggara dari Alibaba Group yang didukung oleh infrastruktur teknologinya yang mutakhir.

Lazada Indonesia sendiri telah meraih penghargaan *Platinum Award* sebagai *e-Commerce* terbaik pilihan konsumen Indonesia untuk kategori *Business to Customer (B2C)* dari IDEA pada tahun 2016. Lazada juga memperoleh penghargaan Wow Brand sebagai Brand terbaik untuk *e-commerce* dari Marketeers pada awal tahun 2017. Lazada Indonesia juga didaulat oleh Line sebagai official account dengan kampanye terbaik. Di awal tahun 2018 Lazada berhasil memperoleh 3 penghargaan sekaligus dari Marketeers sebagai : *Branding campaign of the year for Above the Line category, Branding campaign of the year for Digital category & Brand of the year 2018 for E-commerce and marketplace category*.

Kontak Media

Renny Rengganis | BCW Indonesia untuk Lazada Indonesia
+62 813-1932-2733 | Email: renny.rengganis@bcw-global.com