



GFG ADS PLATFORM

GUIDE & BEST PRACTICES

UPDATED JANUARY 2025

ALL INFORMATION WITHIN THIS DOCUMENT IS PRIVATE AND CONFIDENTIAL, MUST NOT BE SHARED AND IS ONLY MEANT TO BE REVIEWED BY PARTIES WHO HAVE RECEIVED THIS DIRECTLY FROM ZALORA.



Daftar Isi

[Gambaran Umum](#)

[Langkah Awal](#)

[Iklan Banner & Iklan Produk](#)

[Meta Managed Partner Ads \(MPA\)](#)

[Metrik Kampanye](#)

[Penagihan & Admin](#)

[Panduan Kreatif Iklan Banner](#)

[Studi Kasus](#)

[FAQ](#)

***Klik langsung pada topik untuk menuju ke bagian tersebut**

****Klik ikon 'Beranda' untuk kembali ke halaman Daftar Isi**

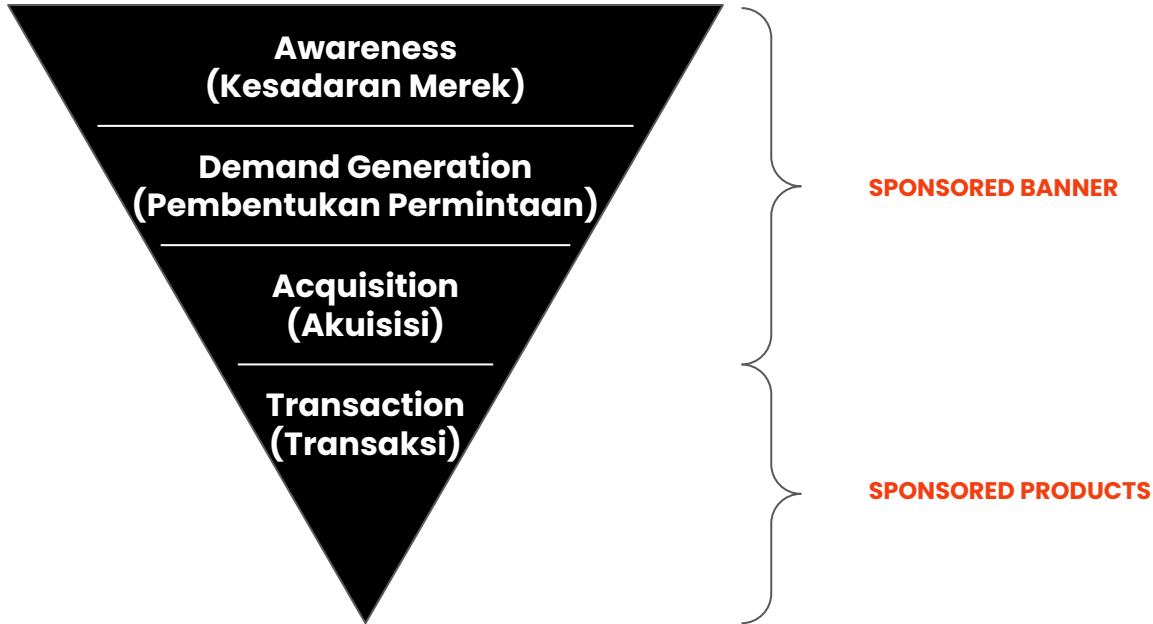


Overview

Apa itu Sponsored Ads?

Sponsored Ads dapat **meningkatkan jangkauan produk** Anda melalui iklan yang muncul di hasil pencarian dan halaman kategori.

Iklan ini menargetkan pelanggan yang sudah menjelajahi platform ZALORA dan memiliki tingkat untuk membeli yang tinggi.





Getting Started

Langkah Awal

TAHAP 1



Perusahaan harus mendaftar* di platform GFG yang akan ditinjau dan disetujui oleh tim ZAP.

Klik [disini](#)

[Opsional] Mengikuti sesi webinar untuk mendapatkan penjelasan terkait platform dan sesi tanya jawab (Q&A).

Daftar [disini](#)

TAHAP 3



Pastikan saldo kredit dompet di sistem sudah mencukupi pada bagian "Billing Details".

Memilih paket standar (Standard Packages) atau Sponsored Ads untuk mulai menjalankan iklan.



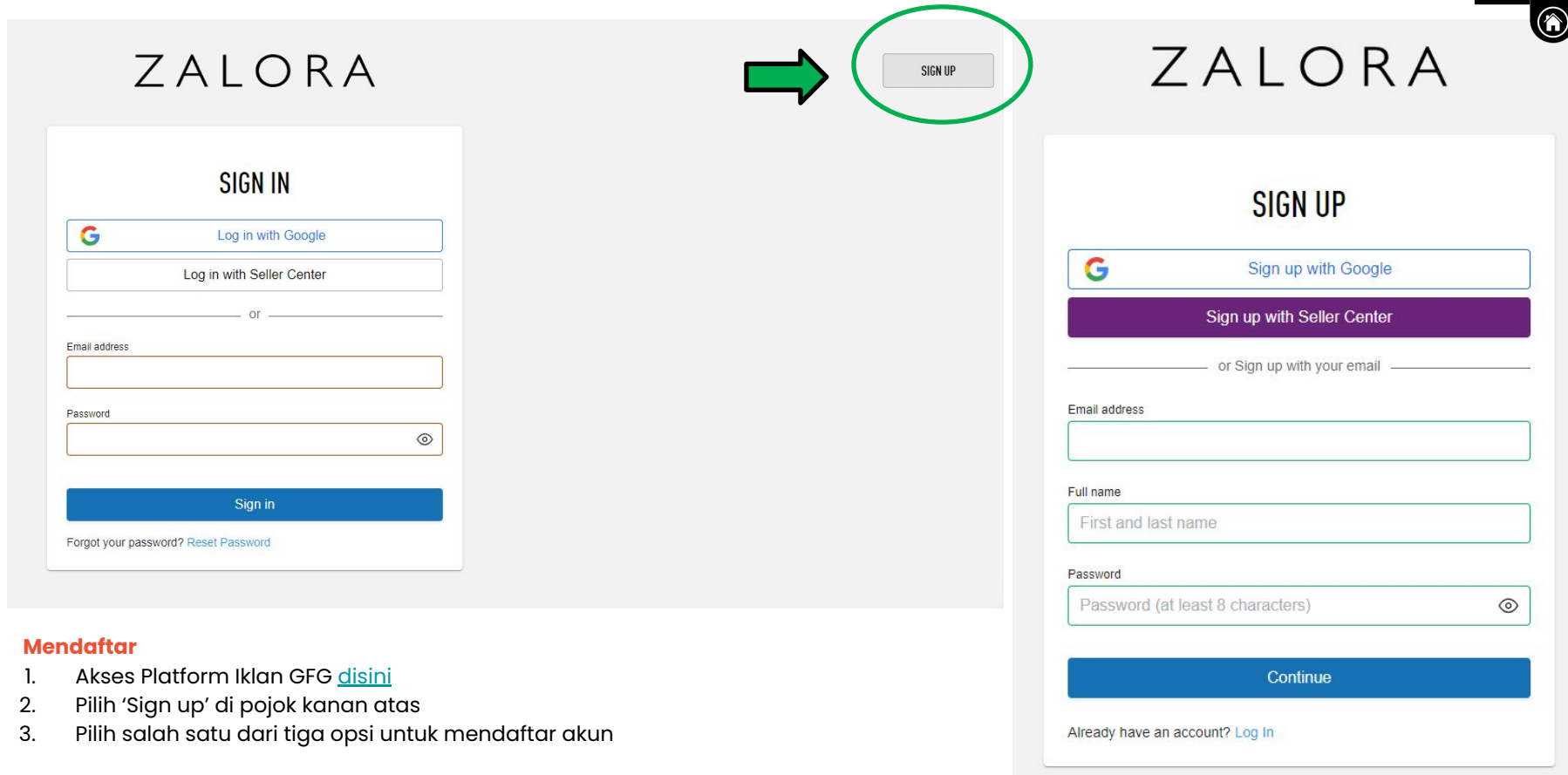
TAHAP 2



TAHAP 4

* Panduan lebih lengkap terdapat di 2 slide berikutnya.

Langkah Awal: Cara Mendaftarkan Perusahaan



The diagram illustrates the initial steps for registering a company on the ZALORA Advertising Platform. It shows two side-by-side screenshots of the ZALORA login and registration interface. A green arrow points from the 'SIGN IN' page on the left to a 'SIGN UP' button, which is circled in green. The 'SIGN UP' page is shown on the right.

ZALORA SIGN IN

Log in with Google

Log in with Seller Center

or

Email address

Password

Sign in

Forgot your password? [Reset Password](#)

ZALORA SIGN UP

Sign up with Google

Sign up with Seller Center

or Sign up with your email

Email address

Full name

First and last name

Password

Password (at least 8 characters)

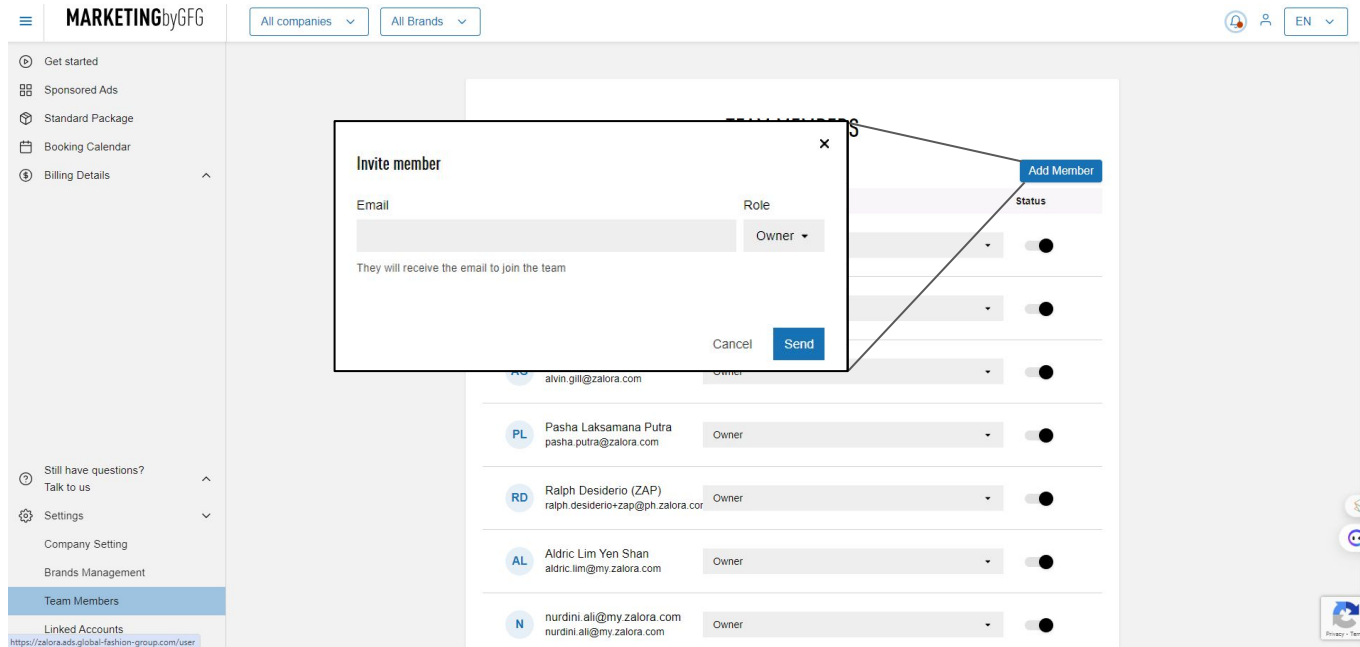
Continue

Already have an account? [Log In](#)

Mendaftar

1. Akses Platform Iklan GFG [disini](#)
2. Pilih 'Sign up' di pojok kanan atas
3. Pilih salah satu dari tiga opsi untuk mendaftar akun

If Your Company Is Already Registered



Getting Access To The GFG Ads Platform

1. Reach out to your team member and get them to access the [GFG Ads Platform -> Settings -> Team Members](#)
2. Select 'Add Member' and have them input your email address that you would like to login with
3. You'll receive an email inviting you to join the account. You're required to create a password to login with

Jika Perusahaan Anda Sudah Terdaftar

MARKETINGbyGFG

Filtering Semua perusahaan ZAP Local ID Semua merek

Iklan Sponsor.
Paket standar
Kalender pemesanan

Still have questions?
Talk to us
Settings
Pengaturan perusahaan
Brand Management
Anggota tim
Akun Tertaut
Create New Company

ANGGOTA TIM

Undang Anggota

Email

Peran
Owner

Mereka akan menerima email untuk bergabung dengan tim

Batal Kirim

Tambahkan anggota

Initials	Peran	Status
FN	Viewer	On
AS	Viewer	On
CC	Viewer	On
AJ	Member	On
S	Owner	On
FN	Viewer	On

Mengakses Platform Iklan GFG

1. Hubungi rekan tim Anda dan minta mereka untuk mengakses [GFG Ads Platform -> Settings -> Team Members](#)
2. Pilih 'Tambahkan Anggota' dan minta mereka untuk memasukkan alamat email Anda yang ingin digunakan untuk login
3. Anda akan menerima email undangan untuk bergabung ke akun tersebut. Anda perlu membuat kata sandi untuk login

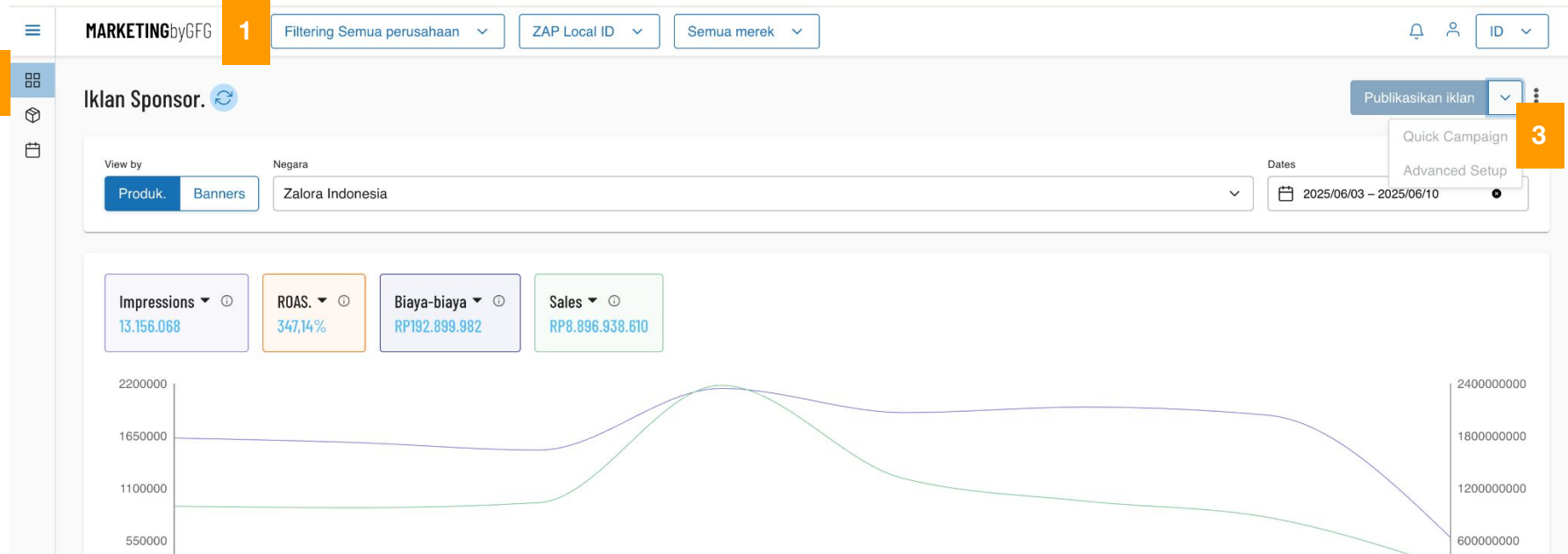


Banner Ads & Product Ads

Sponsored Ads

Tampilan Dashboard

1. Pilih company dan brand yang ingin Anda atur untuk iklan Sponsored Ads (jika ada lebih dari satu) melalui opsi dropdown
2. Pilih tab Sponsored Ads
3. Klik dropdown untuk melihat opsi 'Quick campaign' & 'Advanced Setup'

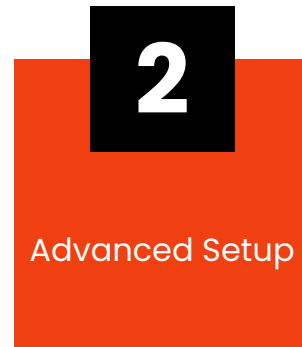


Membuat Sponsored Ads Campaigns

2 TIPE CARA UNTUK MEMBUAT SPONSORED ADS



Opsi Quick Campaign memungkinkan Anda untuk membuat kampanye Iklan Sponsored Ads dengan cara yang cepat dan tanpa ribet.



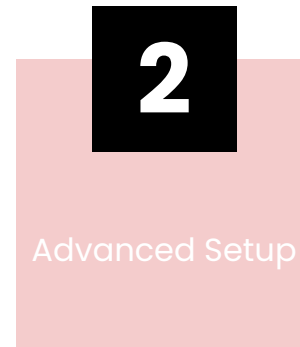
Opsi Advanced Setup memungkinkan Anda mengontrol penuh pengaturan kampanye; mulai dari anggaran, durasi kampanye, hingga menambahkan kata kunci dan jenis penawaran.

Membuat Sponsored Ads Campaigns

2 TIPE CARA UNTUK MEMBUAT SPONSORED ADS



Opsi Quick Campaign memungkinkan Anda untuk membuat kampanye Iklan Sponsored Ads dengan cara yang cepat dan tanpa ribet.



Opsi Advanced Setup memungkinkan Anda mengontrol penuh pengaturan kampanye; mulai dari anggaran, durasi kampanye, hingga menambahkan kata kunci dan jenis penawaran.

Pengaturan Quick Campaign

1. Menentukan Nama Kampanye:

- Masukkan nama kampanye akan menjadi pengenalan kampanye Anda di dasbor Sponsored Ads. Disarankan untuk membuatnya sejelas dan sedetail mungkin.

CONTOH: 5.5 Sale Pakaian Wanita (ID)

2. Tujuan Kampanye:

- Pilih tujuan kampanye Anda, apakah untuk mendorong penjualan (Optimise Sales) atau meningkatkan *awareness* (Maximise Product Visibility) melalui tujuan kampanye.

PRO TIP: Biasanya brand memilih 'Optimise Sales' sebagai tujuan kampanye default untuk meningkatkan penjualan.

3. Memilih Jenis Kampanye:

- Pilih antara kampanye **Sponsored Banner** and **Sponsored Product**.
- Kampanye Sponsored Banner memungkinkan pemilihan lebih lanjut dari berbagai jenis penempatan banner di:
 - Desktop Search
 - Web Mobile Catalog
 - Mobile App Catalog
 - Application Tile
 - Desktop Homepage

Summary - New Sponsored Ads Campaign

Supplier: ZAP Local ID

Merek: Hush Puppies

1	Campaign Details		Catalogue Selection
	Campaign Name	Campaign Name	Catalog Target Pilih
2	Tujuan Iklan	Mendorong penjualan	Anggaran dan Jadwal
	Other Campaign Goal		Budget Setup: Selalu Berjalan /
3			2025/06/10 /
	Tipe Iklan	Produk	Select Categories
	Banner Type ⓘ	Pilih	Select Stores
	URL Path	/category_id=164	
	Kata kunci target.(opsional, maksimum 1000 kata kunci)	Pilih	
		Advanced Setup	Start Campaign

Pengaturan Quick Campaign

1. Pemilihan Katalog:

- Pilih target market yang menjadi target kampanye Anda pada bagian 'Target Katalog'

2. Anggaran dan Jadwal:

• Anggaran

- Secara default, anggaran diatur ke 'Selalu aktif'
- Pilih ikon pensil untuk membuka opsi lebih lanjut:
 - Anggaran Harian
 - Anggaran Total
 - Anggaran Harian & Total

• Jadwal

- Secara default, tanggal mulai adalah tanggal Anda membuat kampanye
- Biarkan tanggal selesai kosong jika Anda ingin menjalankan kampanye secara terus-menerus dari tanggal mulai yang ditentukan
- Pilih tanggal selesai jika Anda ingin mengakhiri kampanye pada tanggal tertentu

PRO TIP: Tetapkan kampanye selalu aktif dengan membiarkan opsi anggaran default dan kosongkan tanggal selesai kampanye untuk meminimalkan gangguan pada kampanye Anda. Pastikan saldo dompet Anda selalu mencukupi!

Summary - New Sponsored Ads Campaign

Supplier: ZAP Local ID

Campaign Details

Campaign Name

Campaign Name

Tujuan Iklan

Mendorong penjualan

Other Campaign Goal

Tipe Iklan

Produk

Banner Type ⓘ

Pilih

URL Path

/category_id=164

Kata kunci target.(opsional, maksimum 1000 kata kunci)

Pilih

Merek: Hush Puppies

Catalogue Selection

Catalog Target

Pilih

Anggaran dan Jadwal

Budget Setup: Selalu Berjalan

2025/06/10

/ /

Select Categories

Select Stores

Advanced Setup

Start Campaign

Quick Campaign Setup: Sponsored Products

1. Setting Up A Sponsored Product Campaign:

- Select 'Product' from the Campaign Type dropdown

2. Selecting The SKU Categories:

- Under 'Sponsored content', select the SKU categories you wish to run for the campaign
- A drop down menu will appear, allowing you to either select all categories or specific categories

3. Selecting Your Store:

- Next, select the store you are selling from
- If all settings are correct, the number of SKUs matching both criteria will appear automatically under the store dropdown

PRO TIP: If you do not see your store in the drop down menu, you will need to add your store first under company setting

4. Starting Your Campaign:

- The very last step of set up, double check on all set up details before selecting 'Start Campaign'

PRO TIP: Select 'Advanced Setup' if you need more in-depth campaign setup options

The screenshot shows the 'Summary - New Sponsored Ads Campaign' form. It includes fields for Supplier (ZALORA Group), Brand (COS), Campaign Name, Campaign goal (Optimise sales), Catalogue Selection, Catalog Target, Budget and Schedule, Budget Setup (Always on), Campaign Type (Product), Banner Type (Select), URL Path (/category_id=164), Target Keywords (optional), Sponsored content (Select Categories), and Select Stores. A green line connects the four numbered callouts: 1 points to the Campaign Type dropdown, 2 points to the Sponsored content dropdown, 3 points to the Select Stores dropdown, and 4 points to the Start Campaign button.

Summary - New Sponsored Ads Campaign

Supplier: ZALORA Group Brand: COS

Campaign Details

Campaign Name Campaign Name

Catalogue Selection

Catalog Target Select

Campaign goal Optimise sales

Budget and Schedule

Budget Setup: Always on

1 Campaign Type Product

2 Sponsored content

3 Select Categories

4 Select Stores

Advanced Setup Start Campaign

Feedback/ Suggestions on Quick Campaign
Creation Tool [here](#)

Pengaturan Quick Campaign: Sponsored Products

1. Mengatur Kampanye Sponsored Product:

- Pilih 'Produk' dari dropdown Jenis Kampanye

2. Memilih Kategori SKU:

- Di bawah 'Konten Bersponsor', pilih kategori SKU yang ingin Anda jalankan untuk kampanye
- Menu dropdown akan muncul, memungkinkan Anda memilih semua kategori atau kategori tertentu saja

3. Memilih Toko Anda:

- Selanjutnya, pilih toko tempat Anda berjualan
- Jika semua pengaturan sudah benar, jumlah SKU yang sesuai dengan kedua kriteria akan muncul otomatis di bawah dropdown toko

PRO TIP: Jika toko Anda tidak muncul di menu dropdown, Anda perlu menambahkan toko terlebih dahulu di pengaturan perusahaan

4. Memulai Kampanye Anda:

- Langkah terakhir dalam pengaturan, periksa kembali semua detail sebelum memilih 'Mulai Kampanye'

PRO TIP: Pilih 'Advanced Setup' jika Anda membutuhkan opsi pengaturan kampanye yang lebih mendalam

Summary - New Sponsored Ads Campaign

Supplier: ZAP Local ID

Merek: Hush Puppies

Campaign Details

Campaign Name

Campaign Name

Tujuan Iklan

Mendorong penjualan

Other Campaign Goal

Catalogue Selection

Catalog Target

Pilih

Anggaran dan Jadwal

Budget Setup: Selalu Berjalan

2025/06/10



/ /



1

Jenis

Produk

Select Categories

2

Banner Type

Pilih

Select Stores

3

URL Path

/category_id=164

Kata kunci target.(opsional, maksimum 1000 kata kunci)

Pilih

Advanced Setup

Start Campaign

4

Pengaturan Quick Campaign: Sponsored Banners

1. Mengatur Kampanye Iklan Banner Bersponsor:

- Pilih 'Banner' dari dropdown Tipe Iklan

2. Memilih Penempatan Banner Anda:

- Di bawah 'Jenis Banner', pilih penempatan banner yang ingin Anda jalankan

3. URL Halaman Tujuan:

- Di bawah 'Jalur URL', masukkan URL halaman tujuan untuk kampanye banner Anda

4. Kata Kunci Target:

- Wajib untuk kampanye Banner, masukkan kata kunci target (keywords)

5. Memilih Kategori untuk Penayangan Iklan:

- Di bawah 'Pilih Kategori', pilih semua atau kategori yang relevan untuk menayangkan banner bersponsor Anda

6. Mengunggah Banner:

- Unggah materi banner yang sudah dipersiapkan. Pastikan sesuai dengan panduan yang berlaku

7. Memulai Kampanye Anda:

- Langkah terakhir dalam pengaturan, periksa kembali semua detail sebelum memilih 'Mulai Kampanye'

Summary - New Sponsored Ads Campaign

Supplier: ZAP Local ID

Merek: Hush Puppies

Campaign Details

Campaign Name

Campaign Name

Tujuan Iklan

Mendorong penjualan

Other Campaign Goal

Catalogue Selection

Catalog Target

Pilih

Anggaran dan Jadwal

Budget Setup: Selalu Berjalan

2025/06/10

//

1

Tipe Iklan

Banner

2

Banner Type

Pilih

3

URL Path

/category_id=164

4

Kata kunci target.(opsional, maksimum 1000 kata kunci)

5

Select Categories

6

Pilih

7

Select Stores

Advanced Setup

Start Campaign

Membuat Sponsored Ads Campaigns

2 TIPE DARI SPONSORED ADS



Opsi Quick Campaign memungkinkan Anda untuk membuat kampanye Iklan Sponsored Ads dengan cara yang cepat dan tanpa ribet.



Opsi Advanced Setup memungkinkan Anda mengontrol penuh pengaturan kampanye; mulai dari anggaran, durasi kampanye, hingga menambahkan kata kunci dan jenis penawaran.

Advanced Setup: Memulai

1. Menentukan Nama Kampanye

- Input nama kampanye yang menjadi pengenalan kampanye Anda di dasbor iklan bersponsor. Disarankan untuk membuatnya sejelas dan sedetail mungkin.

CONTOH: 5.5 Sale Pakaian Wanita (SG)

2. Memilih Katalog Anda:

- Pilih pasar tempat Anda menjalankan kampanye

3. Tujuan Kampanye

- Pemilihan tujuan kampanye akan membantu algoritma merancang strategi kampanye agar mencapai tujuan yang diinginkan dengan hasil yang optimal

4. Memilih Jenis Kampanye

- Pilih antara Iklan Sponsored Banners dan Sponsored Products
- Kampanye Iklan Banner memungkinkan pemilihan lebih lanjut dari berbagai jenis penempatan banner di:
 - Desktop Search
 - Web Mobile Catalog
 - Mobile App Catalog
 - Application Tile
 - Desktop Homepage

Create New Campaign - Advanced Set Up

Discard Save Draft

1 Campaign Setup 2 Campaign Content 3 Review Campaign

Campaign Details

Input the name, type and objective of the campaign

Campaign Name
Kampanye Iklan Baru

Catalog Selection
Zalora Indonesia

Tujuan Iklan
Mendorong penjualan

Other Campaign Goal

Tipe Iklan

Banner

Unggah banner Anda ke dalam kategori dan halaman hasil pencarian

Produk

Promosikan produk Anda ke atas situs web Zalora

[Cara Membuat iklan Sponsored Banner](#)

[Cara membuat iklan produk sponsor](#)

Budget, Schedule and Bid Strategy

Show less Show more

PRO TIP:

- ✓ Untuk hasil terbaik, pilihlah menjalankan iklan secara terus-menerus; ini akan menangkap berbagai tingkat trafik pengunjung ZALORA setiap hari dan memanfaatkan anggaran secara efektif.
- ✓ Semakin lama iklan berjalan, semakin banyak data yang dapat ditangkap oleh algoritma untuk keseluruhan iklan Anda, sehingga memungkinkan penargetan iklan yang lebih tepat kepada pelanggan.

Advanced Setup: Anggaran, Jadwal, Bid Strategy

1. Pilih Anggaran:

- **Always-on (Default option):** Kampanye Anda akan selalu berjalan. Kampanye hanya akan berhenti jika kredit yang diisi ulang habis atau jika metode pembayaran Anda tidak dapat ditagih.
- **Total budget:** kampanye Anda akan berjalan hingga anggaran total ini habis.
- **Daily budget:** kampanye Anda akan berjalan hingga anggaran harian ini habis setiap harinya.
- **Atur antara daily budget and total budget:** kampanye Anda akan berjalan hingga salah satu dari anggaran harian atau anggaran total habis, mana yang terjadi lebih dulu.

The screenshot shows the 'Budget, Schedule and Bid Strategy' configuration page. It is divided into two main sections: 'Budget, schedule and bidding' and 'Keywords, Audiences and Additional details'. The first section contains four key settings highlighted with orange boxes and numbers: 1. Budget Type (radio buttons for 'Always On (Default)' and 'Other Options'), 2. Jadwal (start and end dates), 3. Bid Strategi (dropdown menu for 'Bid Otomatis'), and 4. Targeted ROAS (Optional) (input field for percentage). The second section is partially visible at the bottom.

2. Pilihan Jadwal:

- Masukkan hanya tanggal mulai untuk menjalankan kampanye tanpa batas waktu
- Masukkan tanggal mulai dan tanggal selesai untuk menjalankan kampanye selama periode yang ditentukan

3. Atur Bid Strategy Anda:

- Lihat slide yang lebih rinci [di sini](#)

4. Atur Target ROAS Anda:

- Lihat slide yang lebih rinci [di sini](#)

PRO TIP:

- ✓ Untuk semua jenis Iklan Bersponsor, gunakan opsi 'Selalu Aktif' atau 'Anggaran Total' agar mendapatkan performa terbaik.
- ✓ Pengaturan anggaran harian dan total memungkinkan kontrol lebih rinci mengenai berapa banyak anggaran yang digunakan untuk iklan Anda.
- ✓ Anggaran yang direkomendasikan untuk satu set iklan dalam sebuah kampanye adalah **Rp 100.000 untuk satu hari**.

Advanced Setup: Bid Strategy



Bid Strategi

Bid Otomatis ^

Bid Otomatis

CPC Maksimum

Bid Strategi

Bid Otomatis v

Bid Otomatis - Biarkan sistem kami menawar untuk mendapatkan lebih banyak konversi untuk anggaran Anda. [Learn more..](#)

Targeted ROAS (Optional) ⓘ

%

Jika tujuan Anda adalah mendapatkan pendapatan \$ 4 untuk setiap \$ 1 yang Anda habiskan, Anda harus menetapkan 400%. ROAS aktual mungkin berbeda.

Bid Otomatis (Direkomendasikan):

Bid otomatis menggunakan pembelajaran mesin untuk mengoptimalkan penawaran Anda agar memaksimalkan konversi. Besaran CPC atau CPM memastikan produk atau banner ditampilkan kepada audiens yang relevan.

CPI Maksimum (Banner) / CPC Maksimum (Produk):

Penawaran manual memungkinkan Anda mengontrol jumlah maksimum uang yang bersedia Anda bayar per klik/impressions. Contohnya, jika penawaran maksimum Anda adalah \$1,00 dan penawaran maksimum pesaing Anda adalah \$0,90, Anda hanya akan membayar \$0,91 (bukan \$1,00).

Klik [di sini](#)

Target ROAS (Opsional):

Untuk mengoptimalkan performa iklan Anda, Anda dapat menetapkan target Return on Ad Spend (ROAS) yang ingin dicapai oleh sistem.

Sistem akan memprioritaskan mendatangkan trafik berkualitas yang lebih mungkin menghasilkan penjualan, sekaligus mengurangi trafik yang kurang bernilai. Hal ini dapat meningkatkan profitabilitas, meskipun pendapatan mungkin terpengaruh.

Perlu diingat, hasil yang sebenarnya sangat bervariasi tergantung pada tingkat konversil (CR) SKU, subkategori, dan brand Anda.

Advanced Setup: Target Keyword dan Audiens

1. Kata Kunci Target (Opsional):

- Kata kunci target bersifat opsional untuk kampanye Iklan Produk Bersponsor, tetapi wajib untuk kampanye Iklan Banner Bersponsor.
- Iklan Anda kemungkinan akan muncul ketika pelanggan memasukkan istilah pencarian tertentu di kolom pencarian pada situs web/aplikasi ZALORA. Masukkan sebanyak mungkin kata kunci yang relevan untuk mendapatkan ROAS yang optimal.
CATATAN: Kata kunci pesaing tidak diperbolehkan.

Keywords, Audiences and Additional details ✓ Show less

Additional campaign settings

Targeted Keywords(optional) ⓘ

Masukkan kata kunci ke target (maksimum 1000 kata kunci)

Pilih 🔄 Browse File

Tambahkan kata kunci atau unggah file dengan setiap kata kunci per baris. Unduh contoh file csv [di sini](#).

Untuk banner, kata kunci di sini adalah "exact match", yaitu kata kunci dan istilah pencarian pelanggan harus sama bagi pelanggan untuk melihat banner Anda. Tidak bisa memasukan kata kata kunci kompetitor.

Kata kunci negatif (opsional)

Kecualikan kata kunci di bawah ini dari iklan Anda yang tidak ingin Anda targetkan (maksimum 1000 kata kunci)

Pilih 🔄 Browse File

Tambahkan kata kunci atau unggah file dengan setiap kata kunci per baris. Unduh contoh file csv [di sini](#).

Jenis kecocokan membantu mengontrol pencarian yang dapat memicu iklan Anda: keyword = Broad match, "kata kunci" = Phrase match, [kata kunci] = Exact match

Seberapa banyak traffic yang Anda inginkan? (opsional)

0 3 100%

Secara otomatis, sistem akan memberi Anda traffic berkualitas tinggi. Anda dapat memberi tahu sistem berapa banyak traffic yang Anda inginkan di atas traffic berkualitas tinggi. Traffic yang lebih banyak ini memiliki kualitas lebih rendah, yaitu lebih mahal dan konversi cenderung lebih kecil.

Next

2. Kata Kunci Negatif (Opsional):

- Jika ada kata kunci tertentu yang tidak ingin dikaitkan dengan kampanye Anda, Anda dapat memasukkannya di sini.

3. Traffic Tambahan (Opsional):

- Opsi ini meningkatkan jumlah traffic untuk kampanye Anda, namun mengorbankan kualitas traffic. Cocok untuk awareness campaigns. [Pelajari lebih lanjut di sini](#)

PRO TIP:

- ✓ Cobalah untuk memasukkan sebanyak mungkin kata kunci target yang relevan saat mengatur Iklan Banner Bersponsor Anda.
- ✓ Manfaatkan slider di bawah 'Seberapa banyak traffic tambahan yang Anda inginkan' untuk meningkatkan potensi eksposur kampanye Anda.

Advanced Setup: Sponsored Content – Product Ads

1. Memilih Kategori Produk:

- Pilih sedikit atau sebanyak kategori yang ingin Anda jalankan untuk kampanye Iklan Produk Bersponsor Anda.
- Contoh: Pilih kategori “dress” untuk menambahkan semua dress yang dijual oleh Brand Anda.

2. Memanfaatkan Filter Harga:

- Jika ada kisaran harga tertentu dari SKU Anda dalam kategori yang dipilih yang ingin Anda jalankan, Anda dapat menggunakan pilihan ini untuk memfilter berdasarkan harga minimum atau maksimum, atau keduanya jika ada rentang harga.

3. Memilih Toko Anda:

- Memilih toko Anda memastikan bahwa SKU yang Anda pilih dijual oleh perusahaan Anda

4. Menambahkan SKU Secara Manual:

- Jika Anda tidak dapat memfilter SKU yang ingin diiklankan menggunakan opsi di atas, Anda juga dapat menambahkan SKU secara manual menggunakan kode Konfigurasi SKU.
- SKU yang berhasil diunggah akan muncul beserta tingkat stoknya.
- Pastikan file yang diunggah berformat CSV.

Create New Campaign - Advanced Set Up

Discard Save Draft

1 Campaign Setup 2 Campaign Content 3 Review Campaign

Produk pada iklan ini
Kami merekomendasikan untuk memiliki setidaknya 20 produk per iklan.

1 Masukkan kategori dan kisaran harga untuk menyaring SKU untuk beriklan.
Select Categories

2 Harga Min. Harga Max. 3 Pilih toko Anda.
\$0 \$0 ZALORA

Atau Anda dapat secara manual mencari produk tertentu untuk beriklan.

4 Masukkan SKU Produk atau Nama Produk Browse File

Pilih produk untuk mengiklankan atau unggah file dengan setiap SKU per baris. Unduh sampel file csv [di sini](#).

Produk	Harga	Kuantitas
Tidak ada catatan		

GenAI Image Next

PRO TIP:

- ✓ Untuk performa yang optimal, usahakan menambahkan minimal 50 SKU per set iklan.
- ✓ Jika Anda ingin melihat performa berdasarkan kategori, buat kampanye terpisah untuk masing-masing kategori.

Advanced Setup: Sponsored Content – Product Ads GenAI Tool

Tingkatkan kampanye Produk Bersponsor Anda dengan alat Gambar GenAI terbaru kami.

Alat ini memungkinkan Anda membuat visual yang menarik dengan mudah, membantu produk Anda tampil menonjol di hasil pencarian dan menarik lebih banyak pelanggan.

1. Membuat Gambar AI:

- Untuk membuat visual yang menarik, klik tombol "Gambar GenAI" dan pilih produk yang ingin Anda gunakan.

2. Sertakan Prompt (Untuk Semua SKU):

- Pilih produk yang ingin Anda tingkatkan menggunakan fungsi GenAI dengan mengklik produk tersebut.

3. Sertakan/Sunting Prompt (Untuk SKU Tertentu):

- Untuk menyempurnakan SKU tertentu, klik tombol edit dan berikan detail tambahan untuk setiap SKU.

4. Pilih dan Simpan:

- Pilih gambar yang ingin Anda gunakan untuk SKU tertentu, lalu klik "Simpan."

Create New Campaign - Advanced Set Up

Discard Save Draft

1 Campaign Setup 2 Campaign Content 3 Review Campaign

Produk pada iklan ini
Kami merekomendasikan untuk memiliki setidaknya 20 produk per iklan.

Masukkan kategori dan kisaran harga untuk menyaring SKU untuk iklan.

Women's Clothing, Dress, Atasan, Skirts, Shorts, Pants & Legging, Jeans, Lingerie & Underwear, Knitwear & Cardigans, Hoodies & Sweatshirts, Blazer, Jackets & Coats, Sock & Tights, V

Harga Min. \$0 Harga Max. \$0 Pilih toko Anda. ZALORA

Ada 3163 produk yang cocok dengan filter di atas. [Pratinjau mereka.](#)

Atau Anda dapat secara manual mencari produk tertentu untuk iklan.

Masukkan SKU Produk atau Nama Produk [Browse File](#)

Pilih produk untuk mengiklankan atau unggah file dengan setiap SKU per baris. Unduh sampel file csv [di sini.](#)

Produk	Harga	Kuantitas
Tidak ada catatan		

1 GenAI Image Next

Generate AI Product Image

Select Skills Image

2

3

Generating background prompt:
Red sneaker on a simple white shelf with a big window behind it showing a city view in the sunlight.

Generate

4 Simpan

Advanced Setup: Sponsored Content – Product Ads GenAI Tool

5. Pratinjau Produk GenAI

- Lihat pratinjau produk yang telah Anda pilih di sini.

Create New Campaign - Advanced Set Up

1 Campaign Setup 2 Campaign Content 3 Review

Product Ads in this campaign
We recommend to have at least 20 products per campaign.

Enter categories and price range to filter SKUs to advertise.

Women's Clothing, Dresses, Tops, Pants, Skirts, Shorts, Knitwear & Cardigans, Hoodies & Sweatshirts, Jackets & Coats, Blouses, Lingerie & Sleepwear, Playsuits & Jumpsuits, Socks, Women's Accessories, Jewellery, Scarves

Min price: \$0.0 Max price: HK\$ 0.0 Select your store: ZALORA

There are 1424 products that match your criteria. [Preview items](#)

Or you can manually select products to advertise.

Enter product SKU or product name

Select products to advertise or upload a file with each SKU per line. Download sample csv file [here](#).

Product	Price	Quantity
No Record		

[GenAI Image](#)

Name	Price (B)	Stock
Textured Overshirt	HK\$ 750.0	12
Pinked Kick-Fla...	HK\$ 800.0	13
The Ultra Easy T...	HK\$ 350.0	17
Off-The-Shoulder ...	HK\$ 800.0	2
Paneled Denim M...	HK\$ 800.0	1
Gathered Bustier ...	HK\$ 900.0	1
Lightweight Draps...	HK\$ 790.0	4
Pleated Barrel-La...	HK\$ 790.0	1

Advanced Setup: Sponsored Content – Banner Ads

1. Format Iklan Banner:

- Banner yang dipilih dari pengaturan kampanye akan muncul di sini. Anda perlu mengunggah semua aset banner sebelum dapat melanjutkan ke langkah berikutnya.

2. Mengunggah Aset Banner:

- Unggah materi iklan banner yang telah disiapkan, dan pastikan banner tersebut mematuhi pedoman yang tercantum [di sini](#)

3. Memilih Halaman Kategori:

- Pilih halaman kategori tempat Anda ingin banner ditampilkan. Semakin banyak kategori yang dipilih, semakin besar kemungkinan banner Anda akan ditayangkan.

4. Tambahkan URL Halaman Tujuan:

- Masukkan URL halaman tujuan kampanye Anda di sini. Path URL hanya akan berada dalam domain ZALORA.

Create New Campaign - Advanced Set Up

Discard Save Draft

1 Campaign Setup 2 Campaign Content 3 Review Campaign

Banner pada iklan ini

Desktop Search Desktop Homepage Web Mobile Catalog Mobile App Catalog Application Tile

Banner

Telusuri file untuk mengunggah
< 1.2M, Ratio: 996:250

Pilih halaman kategori di mana banner Anda ingin ditampilkan

Select Categories

Halaman Landing URL

/

https://www.zalora.co.id

Edit

Selanjutnya

PRO TIP:

- ✓ Selalu periksa kembali URL lengkap dan pastikan halaman tujuan sudah benar. Jika URL halaman tujuan dimasukkan secara salah, ZALORA tidak bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi dari kampanye tersebut.
- ✓ Sediakan beberapa variasi aset banner untuk melihat mana yang memberikan hasil terbaik.
- ✓ Jalankan iklan di semua format banner untuk memaksimalkan potensi impresi.

Cara Update Kampanye Anda

Sudah mengatur kampanye Anda dan baru sadar ada yang perlu diubah? Jangan khawatir, mengubah pengaturan kampanye sangat mudah dilakukan.

hush puppies bag	RP26.084	42	0.58%
backpack	RP18.566	29	2.42%
cardigan	RP12.562	23	2.71%
hush puppies sepatu	RP9.752	16	1.68%
kote bag	RP9.434	14	3.28%
hoodie	RP7.348	16	3.42%
flat shoes	RP7.117	11	3.20%

Android app	RP968.061	1.671	2.19%
ios app	RP542.377	888	3.95%
Mobile web	RP8.746	14	1.51%
Desktop	RP992	2	0.62%

iklan

4 Jun 2025 - 11 Jun 2025

Q Nama Iklan Status Ekspor

Budget \$	Impressions \$	Clicks \$	CPC \$	CTR %	Conv. %	Conv.	Click-Thru Sales \$	Sales	Biaya \$	ROAS. \$	ROAS	Produk Terjual \$	Items Sold	Tinjauan
RP35.000/daily RP4.000.000/total	21.482	699	RP647	3.25%	0.14%	36.48%	RP519.600	RP120.925.200	RP451.994	114.96%	26.753.71%			
RP35.000/daily RP4.000.000/total	21.834	498	RP644	2.28%	-	197.39%	-	RP437.590.400	RP320.657	-	136.466.98%			
RP35.000/daily RP4.000.000/total	26.333	707	RP606	2.68%	0.28%	9.34%	RP548.500	RP29.942.900	RP428.189	128.1%	6.992.92%			
RP35.000/daily RP4.000.000/total	30.384	802	RP487	2.64%	0.62%	151.75%	RP1.646.900	RP512.090.300	RP390.528	421.71%	131.127.61%	5	1.217	

Tinjauan
Kinerja SKU
Daftar aktivitas
Download sales report
Duplicate
Copy to other account
Menghapus

Panduan Langkah demi Langkah

- Buka menu Sponsored Ads, lalu scroll ke bawah untuk menemukan kampanye Anda.
- Pilih "Tinjauan" pada daftar "Tindakan" atau klik nama kampanye (kemudian klik nama Adset).
- Edit kolom atau informasi yang ingin Anda ubah, lalu klik "Next" hingga langkah terakhir dan klik "Finish".
- Tergantung pada kolom yang Anda ubah, kampanye mungkin perlu ditinjau dan disetujui ulang, atau akan tetap berjalan dengan informasi yang telah diperbarui. (Lihat slide berikutnya untuk detail lebih lanjut.)

Cara Memperbarui Kampanye Anda

Field	Perlu approval apabila berubah?
Nama Kampanye	Tidak
Tipe Kampanye (spanduk/produk)	Iya
Penempatan	Tidak
Tipe Anggaran	Tidak
Jumlah Anggaran	Tidak
Tipe Penjadwalan (Jalankan kampanye secara terus-menerus dari tanggal mulai/ Tetapkan tanggal mulai dan berakhir)	Tidak
Jadwal (ubah tanggal)	Tidak
Nama Adset	Tidak
Penargetan Katalog	Iya
Target Kata Kunci	Iya
Jenis Bid	Tidak
Max CPC	Tidak
(Spanduk) Konten bersponsor - Spanduk	Iya
(Spanduk) Konten bersponsor - URL halaman arahan	Iya
(Produk) Produk yang diiklankan	Iya

PENGECEKAN KAMPANYE

Perlu diperhatikan bahwa untuk semua persetujuan atau persetujuan ulang kampanye, tim membutuhkan waktu **maksimal 24 jam (hari kerja saja)** untuk melakukan pengecekan.

Jika Anda ingin kampanye tayang pada hari non-kerja (misalnya akhir pekan atau hari libur), mohon lakukan perubahan beberapa hari kerja sebelumnya.



Managed Partner Ads (MPA)

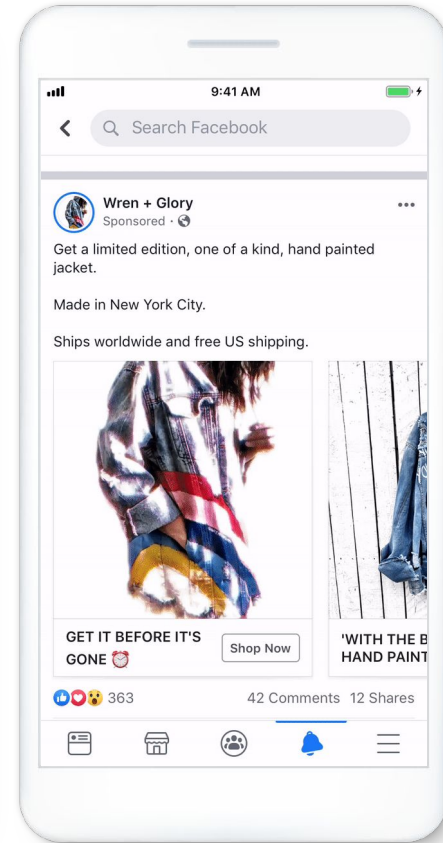
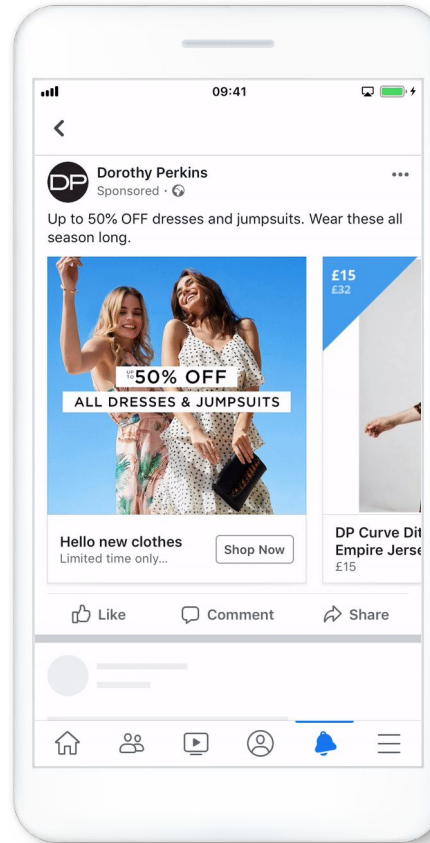
Apa itu Managed Partner Ads (MPA)?

Managed Partner Ads (MPA)

- **Solusi berbasis API** dari Collaborative Ads.
- Menggunakan **Kecerdasan Buatan (AI)** dan machine learning untuk memungkinkan ZALORA menjalankan iklan Meta langsung dari Platform Iklan GFG.
- Memungkinkan Anda menampilkan **iklan yang dipersonalisasi dan dinamis** di platform Meta dengan pengaturan yang sederhana.

Apa manfaatnya??

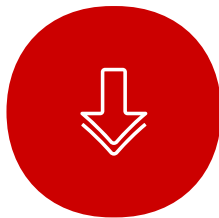
- Mudah mengatur dan mengelola kampanye melalui Platform Iklan GFG dengan **optimasi dan sumber daya minimal**
- Koneksi yang mulus **tanpa perlu implementasi pixel atau SDK** di platform penjual
- Menjangkau **jumlah pelanggan lebih besar yang berpotensi tinggi** melalui iklan personalisasi berbasis AI dalam ekosistem Meta
- Mendapatkan **visibilitas lebih baik** atas performa kampanye langsung melalui Platform Iklan GFG



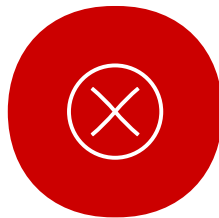
Apa yang Bisa Dilakukan Managed Partner Ads untuk Toko Anda di Zalora?



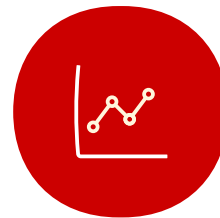
Meningkatkan jangkauan dan penjualan produk Anda di aplikasi Facebook, dan Instagram tempat orang-orang banyak menghabiskan waktu mereka.



Mengurangi biaya operasional dan kreatif dalam menjalankan iklan dengan memungkinkan ZALORA menjalankannya untuk Anda.



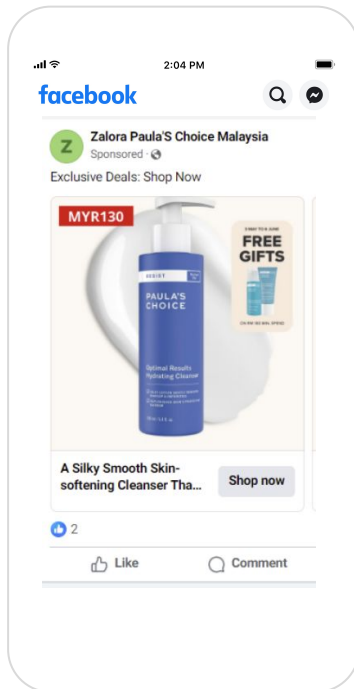
Tidak memerlukan implementasi teknis dari pihak Anda.



Meningkatkan dampak iklan yang dijalankan oleh Zalora.

Bagaimana Managed Partners Ads Bekerja?

SELLER DI ZALORA



Penjual membagikan informasi dasar
kampanye di platform Zalora
Tanggal mulai & tanggal berakhir
Anggaran
Produk

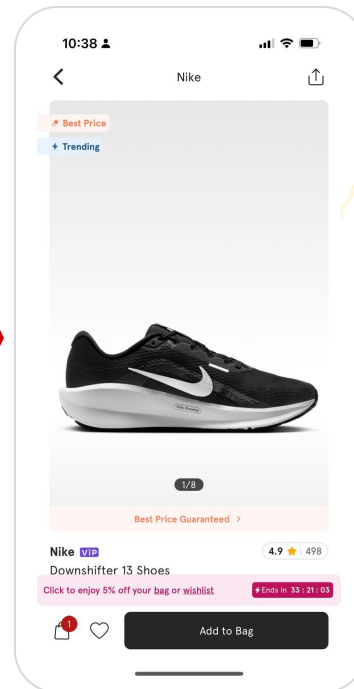


Zalora menjalankan
kampanye atas nama
Penjual



Penjual dapat melihat laporan
performa kampanye mereka

ZALORA SITE OR APP



Perbedaan antara Facebook Collaborative Ads (CPAS) dan ZALORA MPA

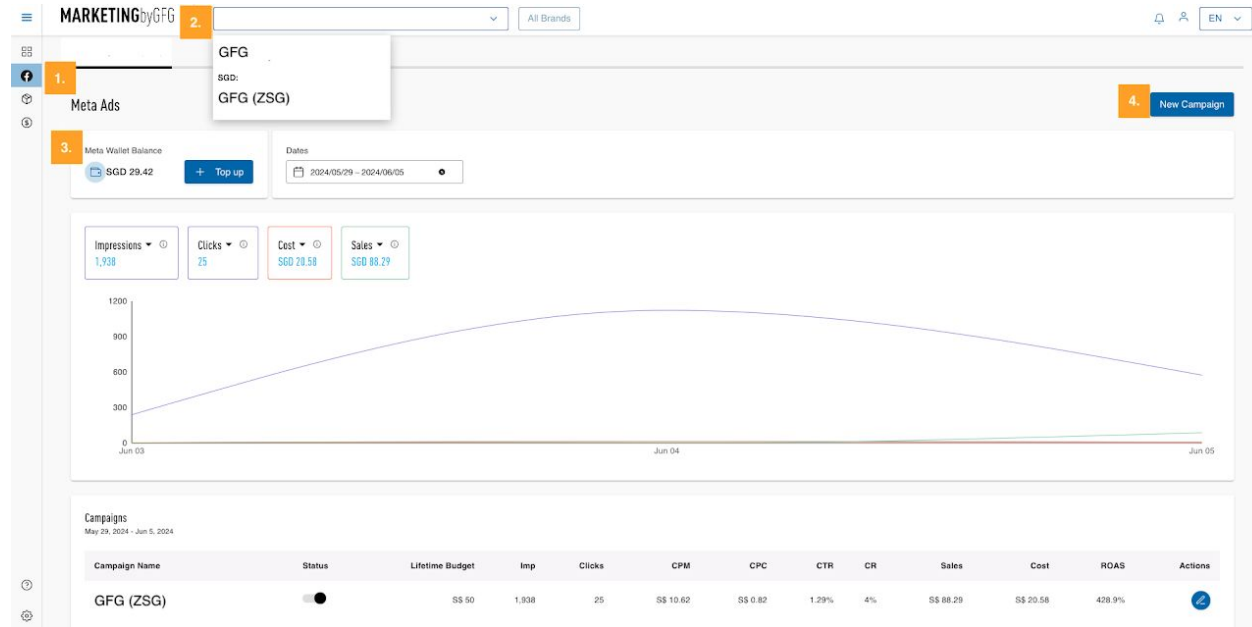
	Facebook Collaborative Ads (CPAS)	ZALORA MPA
Direkomendasikan Untuk	Penjual yang ingin menyesuaikan pengaturan kampanye untuk tujuan spesifik dan mengoptimalkan performa Anda	Penjual yang menginginkan pengaturan yang lebih sederhana dalam satu platform
Onboarding / Pendaftaran	Dilakukan oleh penjual	Dilakukan oleh ZALORA
Manajemen Kampanye	Meta Ads Manager	GFG Ads Platform
Format Iklan yang Tersedia	Collection Ads Carousel Ads Dynamic Ads melalui Advantage+ Creative for Catalog	Catalog Sales dengan Carousel Ads
Penargetan Iklan yang Tersedia	Prospecting (Menjangkau pelanggan baru) Retargeting (Menargetkan ulang pelanggan yang sudah berinteraksi) Cross-selling (Menawarkan produk tambahan)	Custom Audience (Audiens Khusus)
Metode Pembayaran	Pembayaran langsung ke Meta sesuai metode pembayaran Anda	Isi saldo ke Meta Wallet melalui kartu kredit / transfer bank
Materi Iklan	Dilakukan oleh penjual	Otomatisasi oleh sistem Meta (Advantage+ Creative)
Dasbor Laporan	Meta Ads Manager	GFG Ads Platform



Proses Pengaturan Kampanye MPA

Tampilan Dashboard

1. Pilih tab Meta Ads
2. Pilih brand di bawah local wallet yang ingin kamu buat kampanyenya (jika terdapat lebih dari satu) melalui menu dropdown
3. Isi saldo Meta Wallet kamu
4. Klik tombol biru "New Campaign" di pojok kanan atas untuk membuat kampanye



Menghubungkan Akun Meta ke Akun GFG

1. Klik ikon Meta di sisi kiri bilah alat (toolbar) kamu.
2. Di bawah status akun, klik tombol "Link Account".
3. Masukkan URL halaman Facebook kamu dan centang kotak syarat dan ketentuan.
4. Klik Submit.
5. Proses permintaan penghubungan akun akan memakan waktu sekitar 3 - 5 menit. Pastikan untuk tetap membuka tab tersebut hingga proses penghubungan selesai. Kotak pop-up akan hilang secara otomatis setelah onboarding selesai.

MARKETINGbyGFG

Paula's Choice Singapore SEA Pte. Ltd. (ZSG) All Brands

Paula's Choice Official Store SG (ZSG)

Account Status

Link Account

Facebook Ads

Link Account

Shop URL

Input your Business Shop URL

https://www.facebook.com/ZaloraMalaysia/?brand_redir=354947054686365

☒ I hereby confirm the details of the facebook page linked in this submission and agree with the terms and conditions of ZALORA's Advertising Platform Services

Cancel Submit

5

Your account linking request is currently in progress

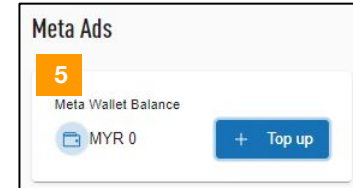
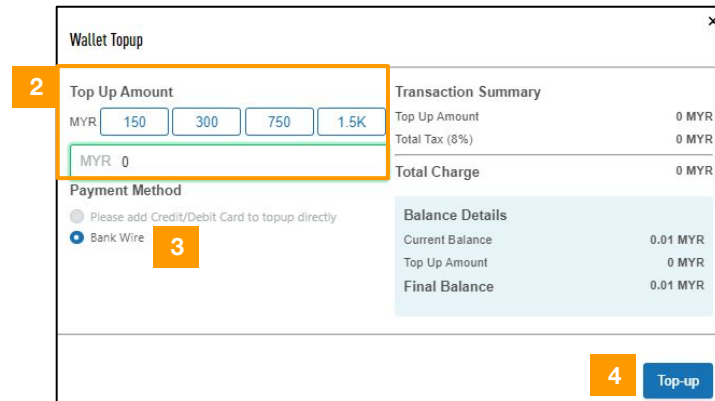
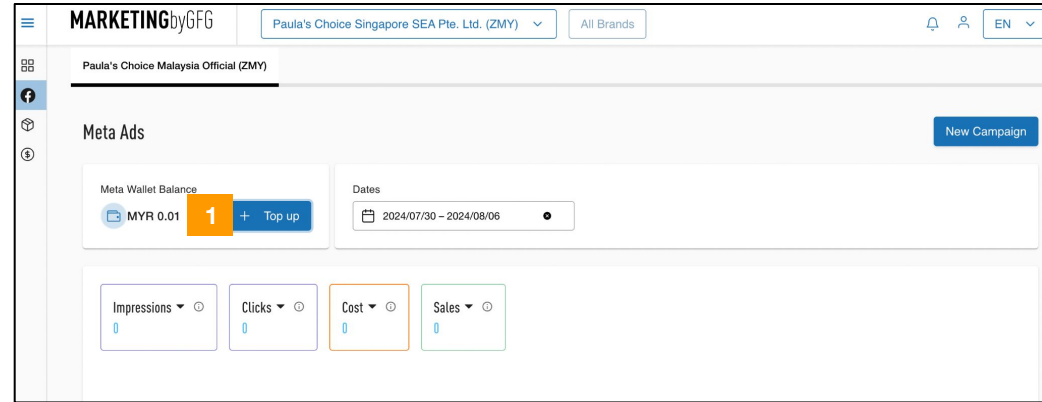
Please be patient as the process may take a few minutes to complete.

Close

Isi Saldo Meta Wallet



1. Klik tombol 'Top up'.
2. Pilih jumlah top up dari pilihan yang tersedia, atau masukkan jumlah sesuai keinginan.
3. Tersedia dua metode pembayaran untuk top up:
 - Kartu kredit (*pembayaran langsung*)
 - Transfer bank (**proses pembayaran memakan waktu 3 hari kerja*)
4. Klik tombol 'Top-up' di kanan bawah kotak.
5. Setelah proses top up selesai, kamu akan melihat saldo Meta Wallet kamu.



Membuat Kampanye

1. Masukkan nama kampanye yang diinginkan
2. Isi anggaran yang ingin kamu alokasikan untuk kampanye
3. Pilih tanggal mulai dan tanggal selesai
4. Masukkan teks kreatif untuk kampanye
5. Mulai kampanye dengan detail yang telah diisi di atas
6. Jika kamu ingin mengatur kampanye lebih lanjut, klik tombol Advanced

The screenshot displays the Zalora Advertising Platform interface. A 'New Meta Campaign Creation' modal is open, overlaying the main dashboard. The modal contains the following fields and buttons:

- 1** Campaign name: Enter Campaigns Name
- 2** Lifetime budget: S\$ 0
- 3** Start date: 2024/06/05
- 4** End date: YYYY/MM/DD
- 5** Creative Text: Fill a brief introduction to attract users to click on your ad.
- 6** Buttons: Cancel, Advanced, Submit

The background interface shows a 'Meta Ads' section with a 'Meta Wallet Balance' of SGD 29.42 and a 'Dates' range from 2024/05/29 to 2024/06/05. Below this, there are four cards for 'Impressions' (1,954), 'Clicks' (25), 'Cost' (SGD 20.79), and 'Sales' (SGD 88.29). A line graph shows performance from Jun 03 to Jun 05. At the bottom, a 'Campaigns' table is visible with columns: Campaign Name, Status, Lifetime Budget, Imp, Clicks, CPM, CPC, CTR, CR, Sales, Cost, ROAS, and Actions.

Membuat Kampanye – Opsi Lanjutan

1. Isi detail kampanye.
2. Pilih *venture* yang sesuai untuk audiens khusus kamu.
3. Jika ingin menyaring produk yang disertakan dalam kampanye, pilih kategori dan rentang harga.
4. Klik "Berikutnya" untuk meninjau ringkasan pengaturanmu.
5. Kirim kampanye kamu.
6. Lihat pratinjau iklan di sisi kanan layar.

MARKETINGbyGIG Strawberry Cosmetics (Internet Services) Limited - HK (250) All Brands

Create New Campaign - Advanced Set Up

Discard Submit 5.

1 Campaign Setup 2 Review Campaign

Campaign Details 1.

Enter campaign name

Campaign Name

Lifetime Budget

Start Date 2024/06/05 End Date YYYY/MM/DD

Creative Text

Campaign content (Optional)

Product Ads in this campaign

2 Custom Audience

Enter categories and price range to filter SKUs to advertise.

Select

3

Min Price Max Price

There are 9617 product(s) that match the above filters.

Next 4.

ZALORA Advertising

Creative Text

JVDY - Rouge Assassin E... 9981,00-500

AESOP 9981,00

Like Comment Share

Kredit Iklan Meta

1. Lihat rincian kredit Anda di bagian 'Meta Ads Credits'.

MARKETINGbyGFG

Sponsored Ads

Meta Ads (Beta)

Meta Ads Campaigns

Meta Ads Credits

Standard Package

Billing Details

Store & Send Pte. Ltd. (ZSG)

All Brands

Levi's Official Store (ZSG)

Meta Ads Credits

Seller Levi's Official Store (ZSG) has a balance of SGD500.00

All Payment Methods

All Statuses

2025/05/04 – 2025/06/03

Requested date	Payment method	Amount	Tax	Amount with Tax	Invoice
----------------	----------------	--------	-----	-----------------	---------



Metrik Kampanye

Mengukur Keberhasilan Kampanye

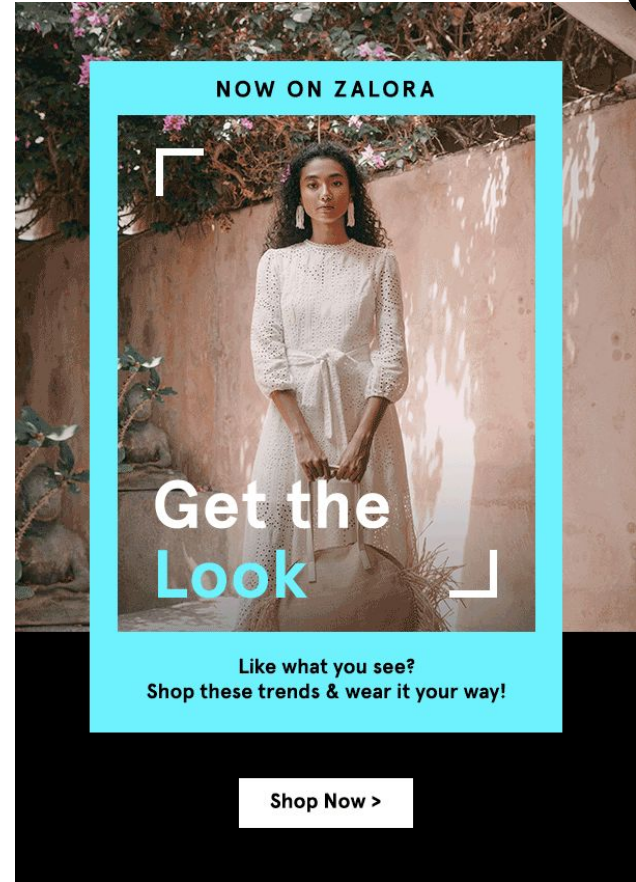


Sponsored Products

- Metrik keberhasilan utama adalah sebagai berikut:
 - Conversion Rate (Tingkat Konversi)
 - Total Revenue Generated (Total Pendapatan yang Dihasilkan)
 - ROAS (Return on Ad Spend / Pengembalian dari Biaya Iklan)
- Untuk meningkatkan metrik keberhasilan kamu:
 - Gunakan ad set yang berfokus pada satu sub-kategori dan gender saja.
 - Contoh: sepatu pria ATAU boots wanita

Sponsored Banners

- Metrik keberhasilan utama adalah sebagai berikut:
 - Total impressions (Total tayangan)
 - Click Through Rate (Rasio Klik)
- Untuk kinerja yang optimal, pastikan banner Anda:
 - Menampilkan desain dan pesan yang kuat, bersih, dan mudah dipahami
 - Memiliki Call to Action yang menarik



Pelaporan

Dashboard Pelaporan

- Dashboard ini memungkinkan Anda untuk melihat performa kampanye dan set iklan Anda.
- Metrik di pojok kiri, seperti Conversion Rate, Klik, dan lain-lain dapat diubah/toggle untuk memungkinkan Anda membandingkan metrik yang berbeda.
- Rentang tanggal di sisi kanan dapat diubah untuk memberikan wawasan yang lebih detail mengenai data kampanye Anda.
- Anda juga dapat melihat bagaimana performa kampanye Anda berdasarkan tingkat negara dan perangkat yang berbeda.





Penagihan & Admin

Opsi Pembayaran

Anda dapat menambahkan dana ke akun Anda dengan cara:

1. Memilih tombol **+Top Up**
2. Menentukan jumlah yang ingin Anda isi ulang
3. Memilih metode pembayaran

Metode Pembayaran 1: Kartu Kredit/Debit (Langsung)

- Pastikan detail kartu kredit Anda sudah ditambahkan di tab Payment Card.

Metode Pembayaran 2: Transfer Bank (5 – 7 Hari Kerja)

- Formulir pesanan akan dikirim ke alamat penagihan yang tercantum di bawah Billing Details, dan jumlah tagihan akan diinvoiskan kepada Anda.
- Setelah pembayaran diproses, kredit akan diunggah ke sistem.

NEW Metode Pembayaran 3: Seller Center Credits (Langsung)

- Pastikan Anda sudah menghubungkan akun Seller Center Anda ke dompet lokal yang sesuai di GFG.

All invoices for tops ups will appear on the invoice tab

CATATAN:

- Anda akan dikenakan biaya dalam mata uang lokal berdasarkan pasar yang Anda top up.
- Kredit di GFG Wallet akan kedaluwarsa dalam waktu 6 BULAN* sejak tanggal top up. Anda dapat memeriksa saldo dan tanggal kedaluwarsa di bawah Billing Details -> Credits.

PRO TIP: Untuk mendapatkan pengingat ketika saldo dompet Anda turun di bawah batas tertentu, masukkan jumlah yang Anda inginkan di bawah Billing Details -> Top-up alert amount.

*w.e.f. 1st January 2024

The screenshot shows a modal titled "Add payment method" with a close button (X). It features a "Credit Card" section with a card icon. Below this, there is a "Card number" field containing "1234 5678 9012 3456". Underneath the card number are logos for Visa, Mastercard, and others. There are two input fields: "Expiry date" with a placeholder "MM/YY" and a calendar icon, and "Security code" with a placeholder "3 digits" and a card icon. At the bottom is a blue button labeled "Add card". A note at the bottom states: "Note: A small transaction (up to S\$ 1) may be charged to your account for verification and authentication purposes to avoid fraudulent card chargebacks. The transaction will be canceled or refunded after the authentication process is completed."

The screenshot shows a payment confirmation screen. On the left, under "Top Up Amount", there is a dropdown menu set to "IDR" and a text input field. Below this is the "Metode Pembayaran" section with three options: "Bayar dengan kartu" (selected with a radio button), "Wire Transfer" (with a radio button and subtext "Terima faktur melalui email"), and "Seller Center Global Balance (RP0)" (with a radio button). Below these is "Seller Center Indonesia Balance (RP0)" (with a radio button). At the bottom left is a "Kode Voucher" field with an "Apply" button. On the right, under "Transaction Summary", there is a table with the following items and amounts: "Top Up Amount" (RP0), "Diskon" (RP0), "Subtotal" (RP0), "Total Tax (11%)" (RP0), "Total Charge" (RP0), "Balance Details" (Current Balance: RP6,652,024, Final Balance: RP6,652,024). At the bottom right are two buttons: "Batal" and "Top up."





Penggunaan Voucher

Cara menggunakan ZSA Voucher

1. Pilih +Top up
2. Masukan nominal top up
3. Pilih metode pembayaran
4. Masukan kode voucher
5. Klik *Apply*
6. Diskon dari voucher akan terlihat pada perhitungan di sisi kanan
7. Klik top up

MARKETINGbyGFG

Semua merek

Publikasikan iklan

2025/06/03 – 2025/06/10

09 Jun 10 Jun

Top-up kredit untuk PT

Top Up Amount
IDR

Metode Pembayaran

- ☒ Bayar dengan kartu
- ☐ Wire Transfer
Terima faktur melalui email
- ☐ Seller Center Global Balance (RP0)
- ☐ Seller Center Indonesia Balance (RP0)

* Semua permintaan top up melalui Wire Transfer akan dibatalkan jika pembayaran tidak dilakukan dalam waktu 2 minggu dari tanggal yang diminta.

Kode Voucher
Masukan kode voucher disini

Apply

Batal Top up.

Transaction Summary

Top Up Amount	RP0
Diskon	RP0
Subtotal	RP0
Total Tax (11%)	RP0
Total Charge	RP0
Balance Details	
Current Balance	RP0
Final Balance	RP0

Pengaturan Perusahaan

Anda dapat mengedit detail perusahaan Anda dengan mengakses 'Company Setting' di bawah menu 'Settings' di pojok kiri bawah.

Apa nama toko Anda di situs ZALORA?

Untuk menjalankan kampanye Sponsored Products, Anda harus terlebih dahulu menunjukkan toko tempat Anda berjualan. Ini akan memungkinkan sistem secara otomatis dan akurat mengambil SKU yang Anda jual saat mengatur kampanye Sponsored Products.

Jika Anda mengelola lebih dari satu merek,

- Pilih 'Brands Management' di bagian atas 'Company Setting'
- Pilih 'Add brands' dan cari merek yang ingin Anda tambahkan
- **Jika Anda tidak menemukan Brand Anda,**
 - Pastikan Brand Anda sudah terdaftar dan aktif di ZALORA. Jika belum, silakan hubungi Account Manager Anda agar merek tersebut bisa live di situs terlebih dahulu.
 - Periksa apakah ejaan nama Brand sudah sesuai dengan yang tertera di ZALORA.
 - Jika Anda sudah melakukan dua langkah di atas namun masih mengalami kesulitan, hubungi kami melalui fitur chat.

Menghubungkan akun Seller Center Anda

- Pilih 'Linked Accounts' di bagian atas 'Company Setting'
- Pilih Seller Center yang terhubung dengan perusahaan Anda
- Klik 'Link' di bawah kolom 'Action'
- Anda akan diarahkan ke halaman Seller Center untuk melakukan login.

MARKETINGy6f6

All companies All Brands

Sponsored Ads

Standard Package

Booking Calendar

Billing Details

Still have questions? Talk to us

Settings

Company Setting

Team Members

Registration No
123

Company size

Address
Manulife Centre Singapore

Authorized Representative Name
ZAP Team

Address Line 2
51 Bras Basah Road 07-0104 Singapore 189554, Singapore

Postal Code
189554

Timezone
Asia/Singapore (GMT +08:00)

Currency

Select currency

What's your store name on ZALORA website?

Zalora Singapore (250) Zalora Malaysia (250) Zalora Europe Ltd (2MY)

Save

Connect with your Seller Center accounts

Enable Login with Seller Center accounts and data sharing.

Country	Link status	Action
Seller Center Global	Not Linked	Link
Seller Center Hongkong	Not Linked	Link
Seller Center Indonesia	Not Linked	Link
Seller Center Malaysia	Not Linked	Link
Seller Center Philippines	Not Linked	Link
Seller Center Singapore	Not Linked	Link
Seller Center Taiwan	Not Linked	Link

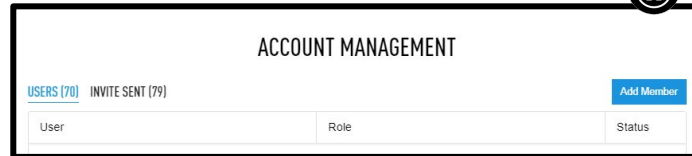
Manajemen Akun



Anda dapat mengundang anggota tim untuk bergabung ke akun Anda dengan mengirimkan email undangan.

Mengundang Anggota Tim

- Klik Settings di pojok kiri bawah, lalu pilih Team Members
- Klik tombol biru Add Member
- Masukkan alamat email mereka
- Anda dapat menetapkan level akses yang berbeda tergantung pada peran masing-masing anggota tim. Lihat penjelasan di bawah ini untuk mengetahui detail dari setiap member:



Role	Standard Package	Sponsored Ad	My Profile	Company Setting	Team Member	Billing
Owner	View Create Edit	View Create Edit	View Edit	View Edit	View Edit	View Create Edit
Admin	View Create Edit	View Create Edit	View Edit	View Edit	View Edit	-
Member	View Create Edit	View Create Edit	View Edit	-	-	-
Viewer	View	View	View	-	-	-

Jika Anda memiliki Account Manager dari ZALORA yang ingin Anda berikan akses ke akun,

- Pada bagian input alamat email, gunakan format email berikut:
emailname+brand@zalora.com

Pajak Tidak Langsung

Entitas lokal ZALORA diwajibkan untuk mengenakan pajak tidak langsung (GST atau pajak serupa), jika berlaku, sesuai dengan hukum perpajakan yang relevan.

Untuk Dompot Regional, pajak tidak langsung akan dikenakan saat Anda:

- I. Membeli Standard Package
- II. Menjalankan kampanye Sponsored Ads Banner atau Produk

Untuk Dompot Lokal, pajak tidak langsung akan dikenakan **saat Anda melakukan top-up**.

Perhitungan Pajak: Perhitungan pajak didasarkan pada yurisdiksi penjual terlebih dahulu, kemudian diikuti oleh negara tempat iklan dijalankan.

Country of Ad Sales	Entity Issuing Invoice
SG	Jade E-Services Singapore Pte. Ltd.
MY	Jade EServices Malaysia Sdn. Bhd.
ID	PT Fashion Marketplace Indonesia
PH	BF Jade E-Services Philippines, Inc
TW	Jade E-Services Singapore Pte. Ltd.
HK	Jade E-Services Singapore Pte. Ltd.

1 Jan 2024 onwards				
Sellers' Jurisdiction				
SG	MY	ID	PH	Others
9%	0%	0%	0%	0%
8%	8%	8%	8%	8%
11%	11%	11%	11%	11%
12%	12%	12%	12%	12%
9%	0%	0%	0%	0%
9%	0%	0%	0%	0%

Panduan: Cara Menghitung Pajak

Gunakan urutan berikut: Yurisdiksi penjual, kemudian negara tempat iklan ditayangkan.

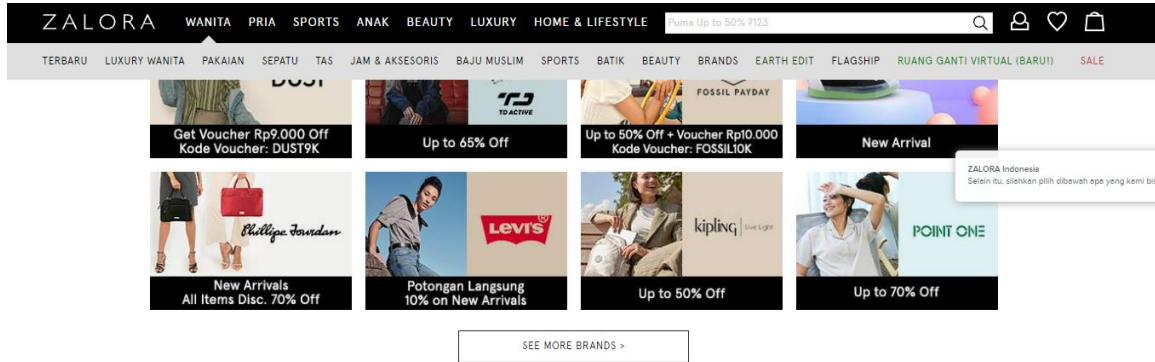
Skenario #1: Penjual berbasis di Malaysia (MY), menjalankan iklan di Singapura (SG) → Pajak yang dikenakan 0%

Skenario #2: Penjual berbasis di Singapura (SG), menjalankan iklan di Singapura (SG) → Pajak yang dikenakan 9%



Panduan Kreatif untuk Iklan Banner

Homepage Banners

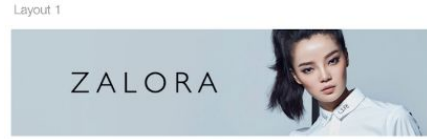
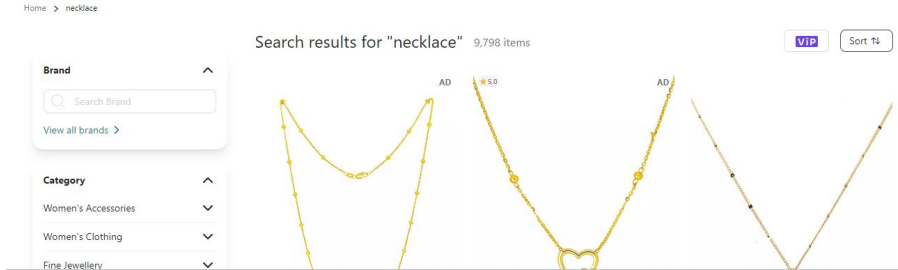
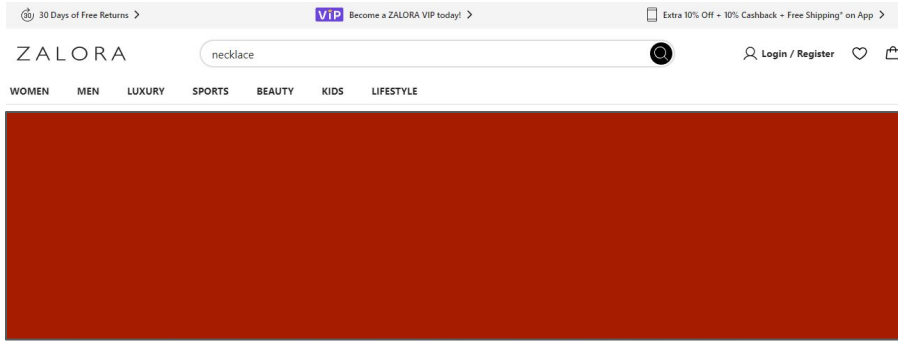


Desktop size: 322 x 165 px
Mobile size: 380 x 480 px

Sponsored Brands



Desktop Search Banners



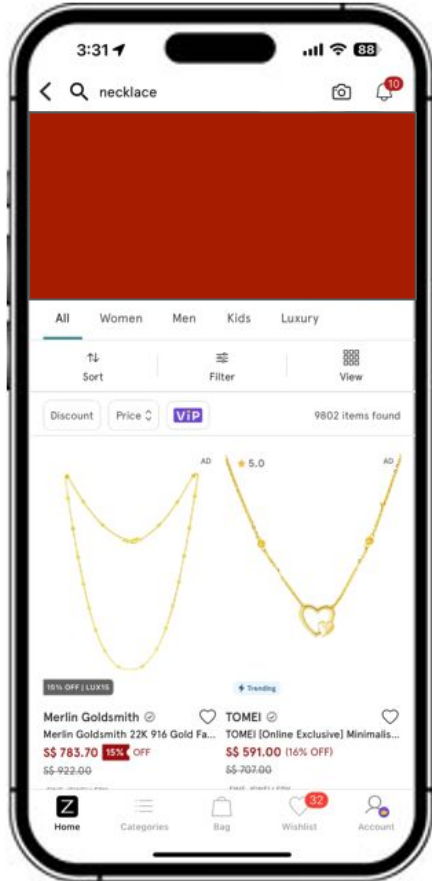
Ukuran untuk Desktop: 996 x 250 px
Format File: .jpg
Ukuran Maksimum File: 70kb

Kreatif: Pilih satu tata letak/tipe berdasarkan visual yang digunakan dan kebutuhan kampanye.

Gambar & Banner

- Gunakan file .psd kami sebagai template (<http://bit.ly/zalora-template>)
- Gunakan Apercu, font korporat kami: (<http://bit.ly/zalora-apercu>)
- Logo merek Anda harus terposisi secara vertikal sejajar dengan tombol CTA. Harap sediakan ruang untuk tombol HTML di bawahnya. Gunakan panduan yang tersedia dalam template .psd sebagai referensi visual.

Mobile App Catalogue Banners



Ukuran untuk Mobile: 840 x 400 px

Format File: .jpg

Ukuran Maksimum File: 100kb

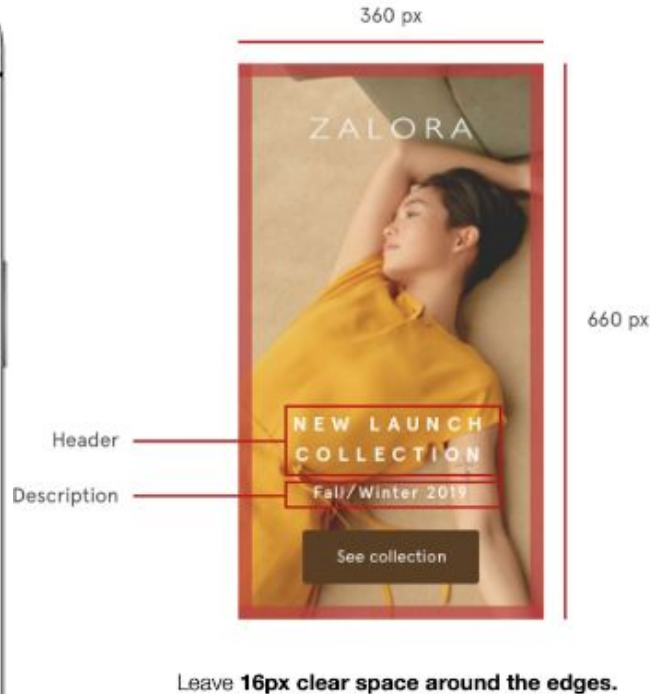
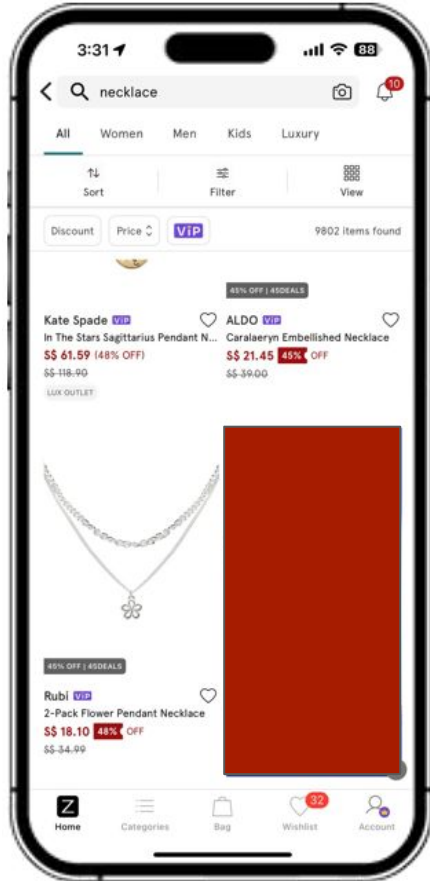
Kreatif: Sisakan ruang kosong 50px di sekeliling tepi banner

Gunakan copy yang singkat, maksimal 2 baris (contoh terdiri dari 12 kata)

CATATAN: Ukuran font yang digunakan adalah 22px dan disarankan untuk tetap menggunakan ukuran ini agar teks tetap jelas dan ringkas.



Mobile App Tile Banners



Ukuran untuk Mobile: 360 x 660 px

Format File: .jpg

Ukuran maksimum File: 100kb

Kreatif: Sisakan ruang kosong 16px di sekeliling tepi banner

Teks Deskripsi: Maksimal 3 baris. Bisa berupa semua header, Atau 2 baris header + 1 baris deskripsi, Atau 1 baris header + 2 baris deskripsi

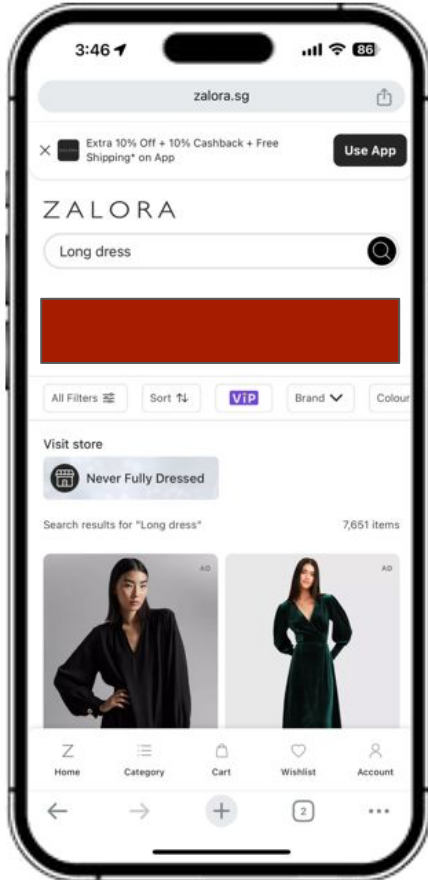
Header: Font: Apercu, huruf kapital semua, ukuran 26px. Spasi huruf: 280, tinggi baris: 36px

Deskripsi: Font: Apercu, huruf kecil sesuai kalimat, ukuran 20px. Spasi huruf: 100, tinggi baris: 30px

Tombol CTA: Ukuran 208 x 64px, sudut membulat
Font CTA: Apercu, huruf kalimat, 20px, spasi huruf 50
CTA harus sederhana dan hanya 1 baris
Warna tombol dapat disesuaikan agar mendukung tampilan visual keseluruhan

Logo, teks, dan tombol harus sejajar di tengah (center align).

Mobile Web Catalogue Banners



Ukuran untuk Mobile: 620 x 210 px

Format File: .jpg

Ukuran Maksimum File: 100kb

Kreatif: Sisakan ruang kosong 50px di sekeliling tepi banner

Gunakan teks (copy) yang singkat, maksimal 2 baris (contoh terdiri dari 12 kata)

CATATAN: Ukuran font yang digunakan adalah 22px dan disarankan untuk tetap menggunakan ukuran ini agar teks tetap jelas dan ringkas.

Dimensions / Clear space (Pixels)



Leave **50px** clear space around the edges.

Banner Dos & Don'ts



Use campaign lifestyle imagery with a
clear focus on the product



Heads and faces should **not be cropped**



Logo should **not touch the edges** of the banner, and should
be centred within its negative space



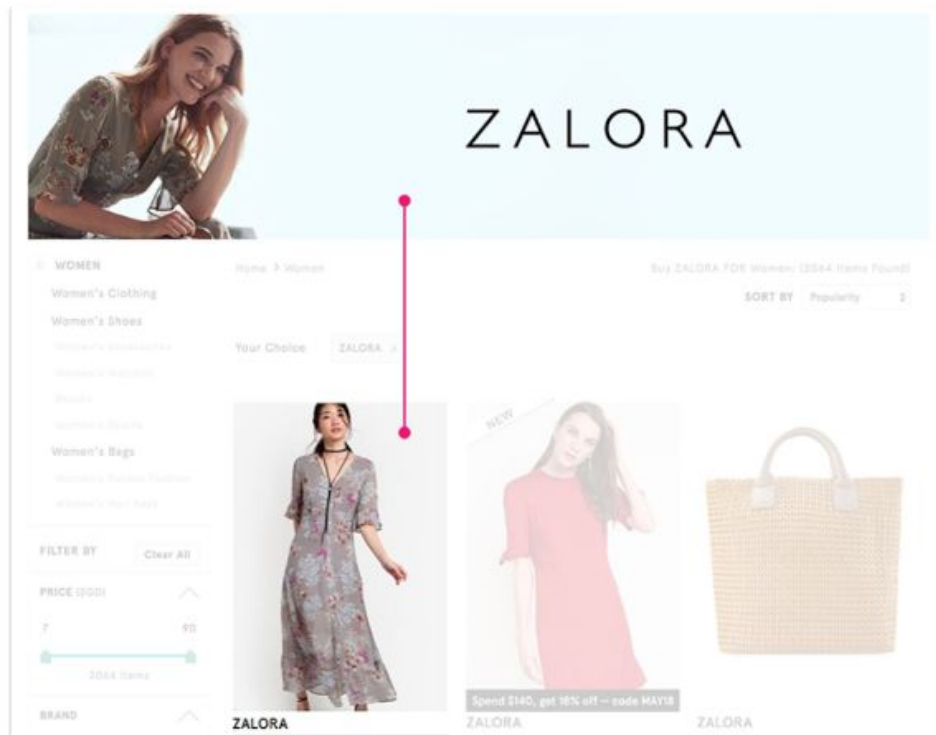
Logo size is flexible but should **not exceed 2/3 of the banner height**



Background colour should be no brighter than **#F3F3F3**
to ensure minimal contrast against our website's
white background. **Do not add borders**



Banner Dos & Don'ts



Imagery should **reflect** ZALORA buy



If logo is unclear on top of imagery, use a **colour fill on 50%** of either the right or left side of the banner



If a colour fill is used, ensure that the colour chosen has been **eye-dropped from its imagery.**

Praktik Terbaik untuk Banner



Pastikan kreativitas banner Anda:

- Memiliki Call to Action yang kuat
- Menampilkan promosi menarik agar pembeli tertarik mengklik
- Menampilkan nama atau logo merek dengan jelas
- Model yang ditampilkan sesuai dengan jenis kelamin SKU pada Landing Page (LP),
 - misalnya model pria untuk SKU pria / model wanita untuk SKU wanita

PRO TIP: Gunakan gambar uniseks jika anggaran untuk pembuatan banner terbatas.



Studi Kasus Sponsored Ads

Mega Days Campaign

COS memanfaatkan kampanye musiman 9.9, salah satu kampanye terbesar ZALORA di Q3, dan menjalankan kampanye Sponsored Products.

Objektif

COS menjalankan sponsored products selama kampanye periode 9.9 untuk mengoptimalkan penjualan di antara pembeli di Singapura. Setelah itu, mereka memperpanjang kampanye selama dua minggu tambahan untuk mempertahankan dan memanfaatkan minat pencarian.

Hasil

COS menjalankan kampanye Sponsored Products selama kampanye musiman 9.9 untuk mengoptimalkan penjualan di kalangan pembeli di Singapura. Kemudian mereka memperpanjang kampanye tersebut selama dua minggu tambahan untuk mempertahankan dan memanfaatkan minat pencarian.

881%

Return On Ad Spend

2.6%

Click Through Rate

\$S\$0.11

Cost Per Click

\$S\$1.6k

Campaign Spend

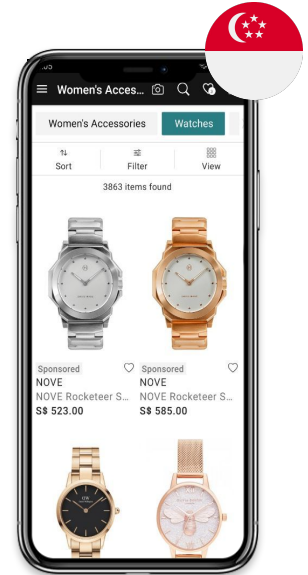
249k

Impressions Garnered

20 Days

Campaign Period

Sponsored Ads - Product



Mega Days Campaign

Lifestyle brand X memanfaatkan ZALORA Birthday Sale dan menjalankan kampanye Sponsored Products.

Objektif

Lifestyle brand X menjalankan kampanye Sponsored Products selama kampanye ulang tahun Z untuk mengoptimalkan penjualan di Singapura.

Hasil

Dengan hanya menghabiskan S\$104 selama periode kampanye 10 hari, **Lifestyle brand X** berhasil mencapai return on advertising spend (ROAS) yang luar biasa sebesar 1.428%.

1,428%

Return On Ad Spend

1.97%

Click Through Rate

S\$0.17

Cost Per Click

S\$104

Campaign Spend

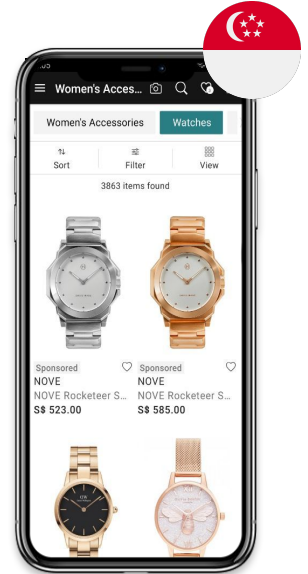
31k

Impressions Garnered

10 Days

Campaign Period

Sponsored Ads - Product



Mega Days Campaign

Adidas menjalankan kampanye Sponsored Products selama kampanye 11.11, salah satu kampanye terbesar ZALORA tahun ini, untuk meningkatkan visibilitas produk pakaian mereka.

Objektif

Untuk memaksimalkan penjualan di kalangan pembeli Malaysia selama kampanye musiman 11.11, **Adidas** menjalankan kampanye Sponsored Ads untuk mempromosikan produk pakaian mereka.

Hasilnya

Dalam kurun waktu 4 hari, **adidas** adidas berhasil meraih return on advertising spend (ROAS) sebesar 1.171% dan menghasilkan 221 ribu tayangan (impressions).

1,171%

Return On Ad Spend

2.9%

Click Through Rate

RM0.25

Cost Per Click

RM1.6k

Campaign Spend

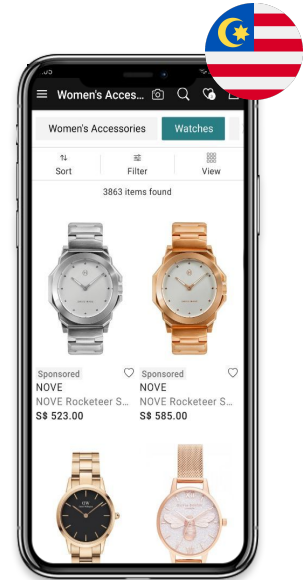
221k

Impressions Garnered

4 Days

Campaign Period

Sponsored Ads - Product



Brand Launch Campaign

COS menjalankan kampanye Sponsored Products untuk meningkatkan visibilitas produk mereka selama peluncuran merek di Malaysia.

Objektif

Untuk menciptakan kesadaran luas dan memperkenalkan merek mereka secara efektif ke pasar Malaysia, **COS** mengalokasikan anggaran sebesar RM560 untuk menjalankan kampanye Sponsored Ads.

Hasilnya

COS berhasil mencapai return on advertising spend (ROAS) yang mengesankan sebesar 1.046% dalam kurun waktu 6 hari, menghasilkan 98 ribu tayangan (impressions) yang signifikan. Yang luar biasa, mereka meraih kesuksesan ini dengan investasi yang relatif kecil, yaitu hanya RM590 untuk peluncuran merek mereka.

1,046%

Return On Ad Spend

3.03%

Click Through Rate

RM0.20

Cost Per Click

RM590

Campaign Spend

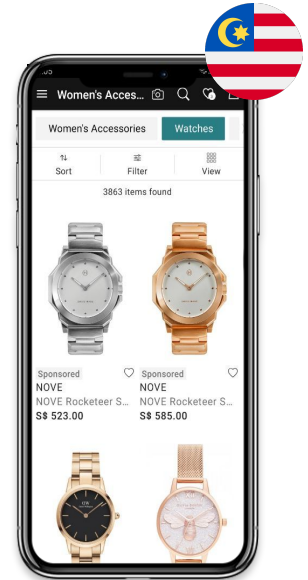
98k

Impressions Garnered

6 Days

Campaign Period

Sponsored Ads - Product



BAU Days Campaign

Luxury brand X menjalankan kampanye Sponsored Products selama seluruh bulan Maret untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di aplikasi ZALORA.

Objektif

Luxury brand X menjalankan kampanye Sponsored Products sepanjang bulan Maret untuk meningkatkan kesadaran produk dan mempertahankan visibilitas di pasar Malaysia.

Hasilnya

Meskipun hanya memiliki anggaran sebesar S\$611 untuk keseluruhan durasi kampanye, **Luxury brand X** berhasil mencapai total 125 ribu tayangan (impressions) dan return on advertising spend (ROAS) sebesar 787%.

787%

Return On Ad Spend

5.01%

Click Through Rate

S\$0.10

Cost Per Click

S\$611

Campaign Spend

125k

Impressions Garnered

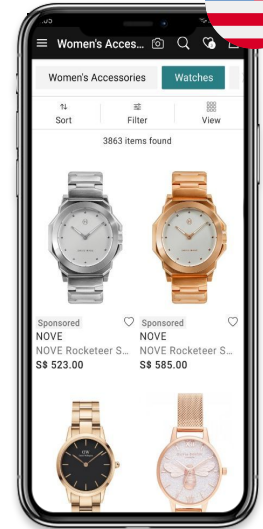
31 Days

Campaign Period

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM



Sponsored Ads - Product



BAU Days Campaign

Luxury brand X menjalankan Sponsored Ads sepanjang bulan Februari di Hong Kong.

Objektif

Sepanjang Bulan February, **Luxury brand X** menjalankan Sponsored Ads di Hong Kong dengan tujuan memperluas eksposur merek dan mempromosikan produk mereka di aplikasi ZALORA.

Hasilnya

Dengan hanya menghabiskan HK\$428 selama seluruh bulan Februari 2023, **Luxury brand X** berhasil meraih lebih dari 18 ribu impresi dan mendapatkan pengembalian hasil belanja iklan (ROAS) sebesar 431%.

431%

Return On Ad Spend

1.89%

Click Through Rate

HK\$1.21

Cost Per Click

HK\$428

Campaign Spend

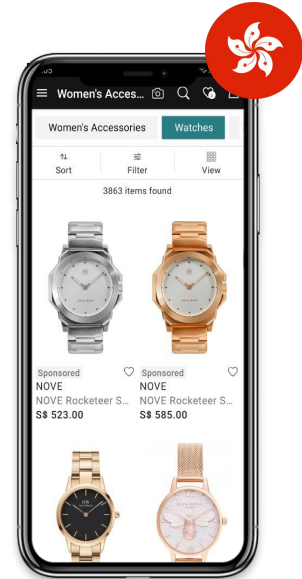
18k

Impressions Garnered

28 Days

Campaign Period

Sponsored Ads – Product



Mega Days Campaign

Sports brand X memanfaatkan kampanye CNY, salah satu kampanye terbesar ZALORA di kuartal pertama, dengan menjalankan kampanye sponsored banners.

Objektif

Selama perayaan Tahun Baru Imlek di Singapura, **Sports brand X** menjalankan kampanye sponsored banners untuk meningkatkan pengenalan merek atas koleksi sepatu olahraga mereka.

Hasilnya

Dalam kampanye selama 7 hari yang intensif, **Sports brand X** berhasil mencapai return on advertising spend (ROAS) yang luar biasa sebesar 228%. Pendekatan strategis mereka berfokus pada aplikasi ZALORA, dengan penekanan khusus pada penargetan katalog aplikasi mobile dan meraih click-through rate (CTR) yang mengesankan sebesar 3,9%.

228%

Return On Ad Spend

3.9%

Click Through Rate

\$11.23

Cost Per Impression

\$235

Campaign Spend

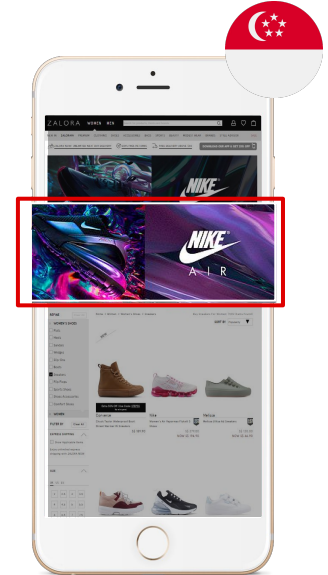
20k

Impressions Garnered

7 Days

Campaign Period

Sponsored Ads - Banners



Mega Days Campaign

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM

DeFacto memanfaatkan momen Tahun Baru Imlek (CNY), salah satu kampanye terbesar ZALORA di kuartal pertama, dengan menjalankan kampanye banner bersponsor.

Objektif

Selama perayaan Tahun Baru Imlek di Malaysia, **DeFacto** menjalankan kampanye banner bersponsor untuk meningkatkan pengenalan merek koleksi pakaian wanita mereka.

Hasilnya

Dalam rentang kampanye yang menarik selama 9 hari, **DeFacto** berhasil mencapai return on advertising spend (ROAS) yang luar biasa sebesar 447%. Keberhasilan ini dapat diatributkan pada upaya terfokus mereka di aplikasi ZALORA, dengan penekanan khusus pada penargetan katalog aplikasi mobile serta tile aplikasi.

447%

Return On Ad Spend

2.41%

Click Through Rate

RM24

Cost Per Impression

RM2,636

Campaign Spend

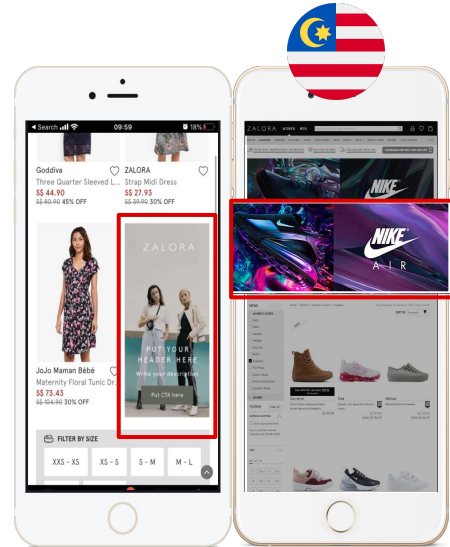
109k

Impressions Garnered

9 Days

Campaign Period

Sponsored Ads - Banners



Mega Days Campaign

Beauty brand X memanfaatkan penjualan Raya, kampanye tahunan ZALORA yang berlangsung di Singapura, Malaysia, dan Indonesia untuk merayakan Idul Fitri, dengan menjalankan kampanye sponsored banners.

Objektif

Beauty brand X menjalankan kampanye Sponsored Ads selama penjualan Raya untuk meningkatkan pengenalan merek di kalangan pembeli Malaysia. Mereka kemudian memperpanjang kampanye tersebut hingga akhir April untuk menjaga eksposur merek di aplikasi ZALORA.

Hasilnya

Beauty brand X berhasil meraih return on advertising spend (ROAS) yang mengesankan sebesar 133% selama kampanye selama 25 hari. Selama periode tersebut, mereka memperoleh 17 ribu tayangan (impressions) dan mencapai tingkat klik-tayang (CTR) yang cukup tinggi sebesar 1,46% dengan strategi fokus pada katalog aplikasi mobile dan tile aplikasi.

133%

Return On Ad Spend

1.46%

Click Through Rate

RM23

Cost Per Impression

RM415

Campaign Spend

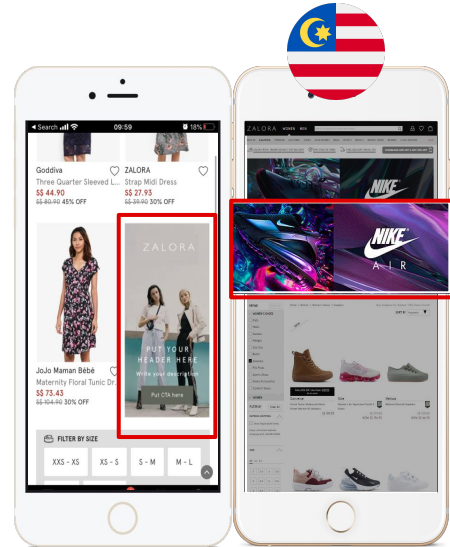
17k

Impressions Garnered

25 Days

Campaign Period

Sponsored Ads - Banners



BAU Days Campaign

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM



Sponsored Ads - Banners

Accessories brand X menjalankan kampanye sponsored banners di Singapura pada Maret 2023.

Objektif

Untuk mempertahankan kesadaran merek di Singapura, **Accessories brand X** menjalankan kampanye sponsored banner selama 31 hari.

Hasilnya

Sepanjang kampanye berdurasi satu bulan tersebut, **Accessories brand X** berhasil memperoleh return on advertising spend (ROAS) sebesar 235% dengan memfokuskan pada ZALORA app dan web, serta memasang banner di berbagai tempat seperti desktop search, katalog web mobile, katalog aplikasi mobile, dan application tile.

235%

Return On Ad Spend

1.69%

Click Through Rate

\$S11

Cost Per Impression

\$S253

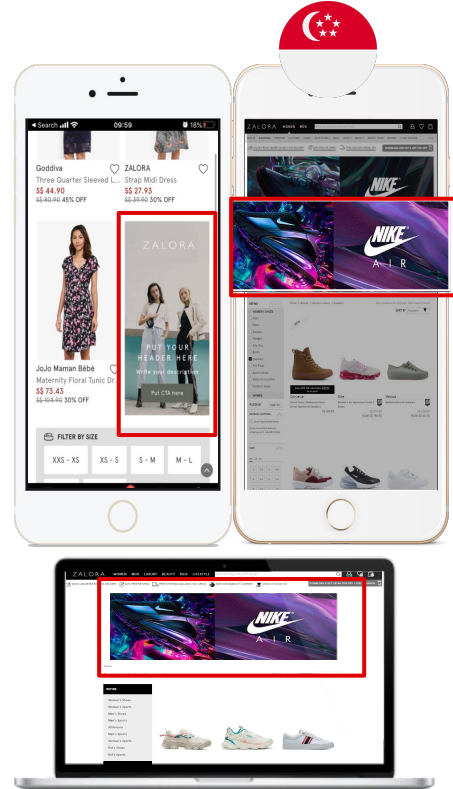
Campaign Spend

23k

Impressions Garnered

31 Days

Campaign Period



BAU Days Campaign

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM

Accessories brand X menjalankan kampanye sponsored banners di Hong Kong dari bulan Desember 2022 hingga Januari 2023.

Objektif

Accessories brand X berharap dapat memperluas visibilitas dan kehadiran pasar mereka di Hong Kong, sehingga mereka menjalankan kampanye sponsored banner selama 43 hari di aplikasi ZALORA.

Hasilnya

Sepanjang kampanye selama 43 hari tersebut, **Accessories brand X** berhasil memperoleh return on advertising spend (ROAS) sebesar 497% dengan memusatkan upaya mereka di aplikasi ZALORA, khususnya dengan menargetkan katalog aplikasi seluler dan tile aplikasi.

497%

Return On Ad Spend

1.55%

Click Through Rate

HK\$39

Cost Per Impression

HK\$322

Campaign Spend

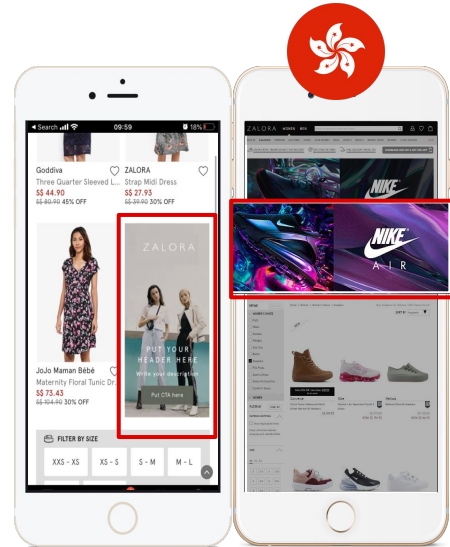
8k

Impressions Garnered

43 Days

Campaign Period

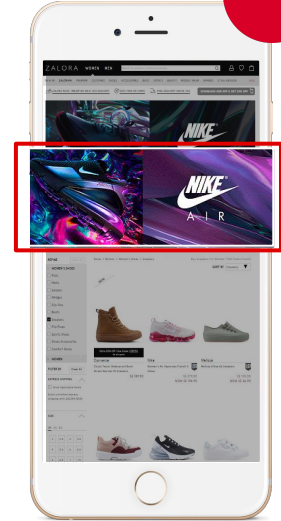
Sponsored Ads - Banners



BAU Days Campaign



Sponsored Ads – Banners



Pada Bulan September 2022, **Accessories brand X** menjalankan kampanye sponsored banners di Taiwan selama satu bulan penuh.

Objektif

Untuk mempertahankan kesadaran merek mereka di Taiwan, **Accessories brand X** menjalankan kampanye sponsored banner selama satu bulan penuh.

Hasilnya

Sepanjang kampanye selama satu bulan tersebut, **Accessories brand X** memperoleh return on advertising spend (ROAS) sebesar 21.526% dengan memusatkan upaya mereka di aplikasi ZALORA, khususnya menargetkan katalog aplikasi seluler.

21,526%

Return On Ad Spend

2.7%

Click Through Rate

NT\$84

Cost Per Impression

NT\$106

Campaign Spend

2k

Impressions Garnered

30 Days

Campaign Period

A woman with dark hair in a ponytail, wearing a long, form-fitting, light pink dress and large, ornate earrings. She is looking down and slightly to her left. The background is a clear, light blue sky.

Studi Kasus Always On Campaign

Kenapa Memilih Iklan 'Always On'?



Responsif terhadap Tren

Kampanye Always On dapat menyesuaikan dengan tren pasar dan perubahan perilaku konsumen secara real-time, sehingga iklan Anda tetap relevan dan tepat waktu.



Stay Top of Mind:

Mempertahankan Brand Awareness

Interaksi yang rutin dan berkelanjutan membantu menjaga keterlibatan audiens dan mengurangi risiko mereka melupakan brand.



Kesadaran Merek (Brand Awareness)

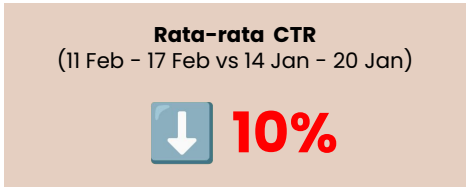
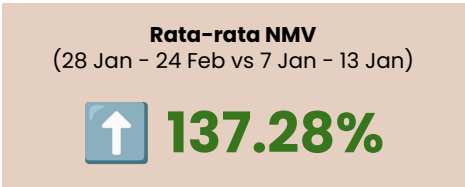
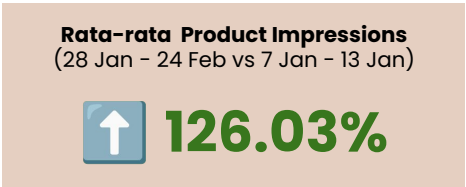
Kampanye yang berjalan terus-menerus membantu memperkuat kehadiran dan pengenalan merek di pasar secara berkelanjutan, sehingga membangun koneksi yang lebih dalam dengan konsumen.



Tetap Terlihat

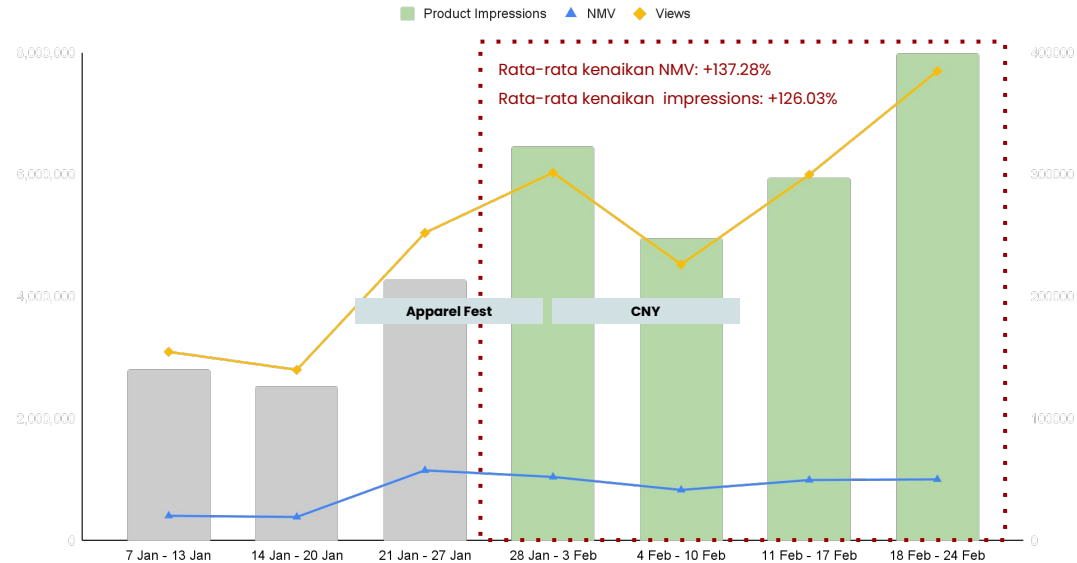
Menjaga visibilitas yang lama di hadapan audiens Anda selama periode non-penjualan, bahkan ketika pesaing mungkin tidak aktif beriklan.

Selama hari-hari awal kampanye apparel fest, **Apparel Brand A** mengalami peningkatan signifikan dalam impresi produk. Untuk mempertahankan peningkatan kesadaran produk dan merek ini di ZALORA, merek tersebut memilih untuk melanjutkan kehadirannya dengan kampanye produk bersponsor yang selalu aktif selama sisa apparel fest, yang diperpanjang hingga pertengahan Maret 2023.



Apparel Brand A Weekly Performance (MY)

Non campaign vs always on campaign



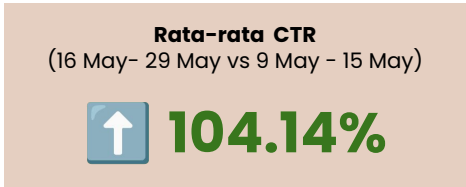
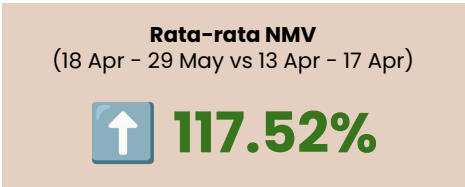
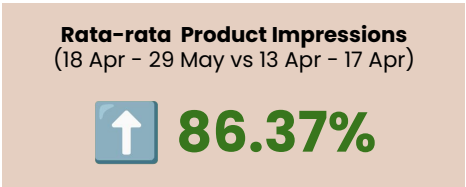
Hasilnya

Merek Pakaian A mencapai peningkatan rata-rata dalam tayangan produk sebesar 126,03%, yang menunjukkan jangkauan audiens yang substansial untuk peluang penargetan di masa mendatang. Dengan mempertahankan strategi produk bersponsor yang berkelanjutan, Net NMV merek tersebut selama minggu-minggu reguler tetap sebanding dengan level tinggi yang terlihat selama minggu-minggu kampanye besar, bahkan tanpa aktivitas pemasaran tambahan.

Langkah Berikutnya

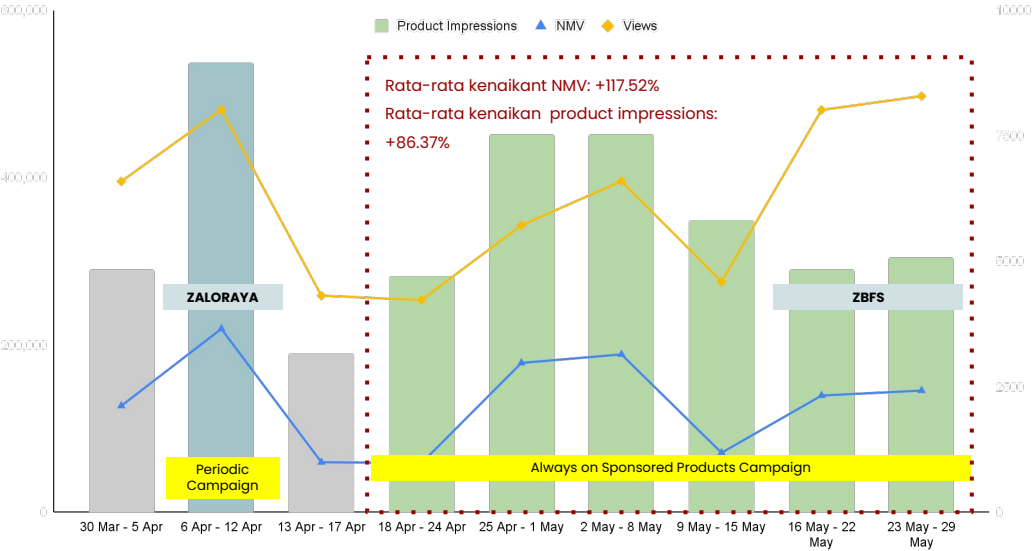
1. Dengan peningkatan tayangan dan visibilitas yang terjamin, merek tersebut sekarang dapat beralih ke memaksimalkan penjualan dengan berfokus pada pengguna yang lebih mungkin melakukan konversi.

Merek Kecantikan A memulai kampanye Produk Bersponsor selama ZALORAYA 2023 dan terus melanjutkan kampanye dengan anggaran tak terbatas yang selalu aktif dengan tujuan untuk meningkatkan visibilitas produk dan keterlibatan pelanggan selama minggu-minggu non-kampanye.



Beauty Brand A Weekly Performance (MY)

Non/periodic campaign vs always on campaign



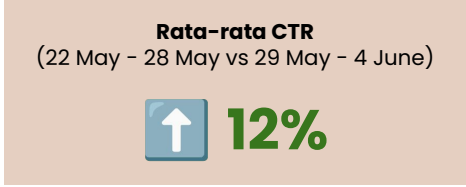
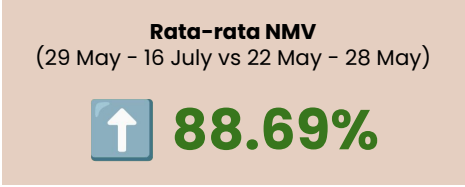
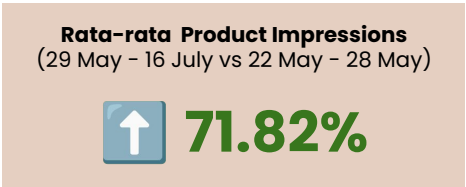
Hasilnya

Dengan kesadaran produk yang konsisten, CTR meningkat sebesar 104,14% karena audiens secara khusus mencari produk selama periode ZBFS. Akibatnya, klik meningkat meskipun ada penurunan tayangan, yang menunjukkan penargetan iklan yang lebih efektif.

Langkah Berikutnya

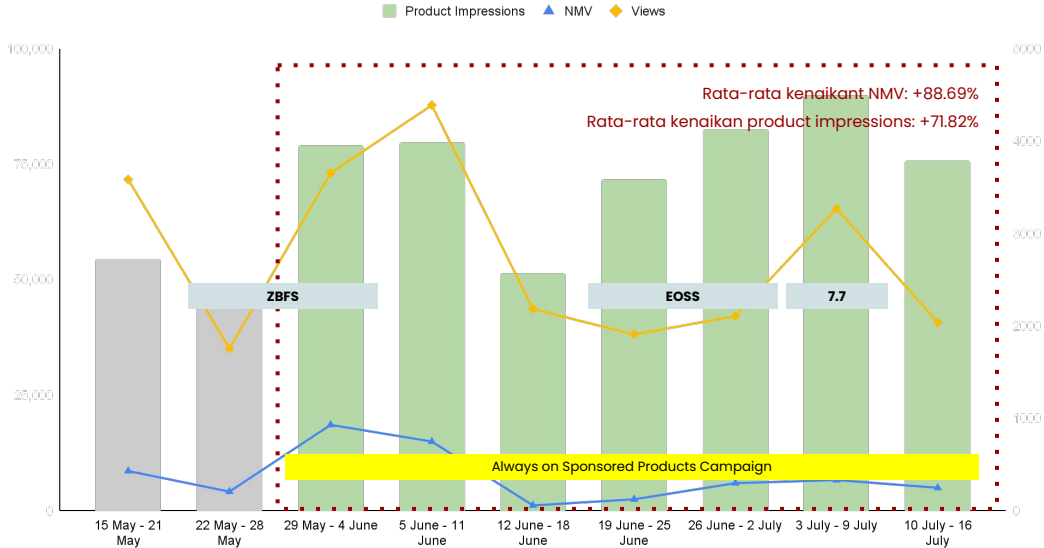
1. Untuk memanfaatkan peluang, merek harus menyertakan sebanyak mungkin produk dalam kampanye yang selalu aktif. Salah satu alasan penurunan tayangan setelah minggu 9 Mei hingga 15 Mei adalah penurunan produk yang tersedia karena kehabisan stok.
2. Meskipun tayangan produk turun selama periode ZBFS, kemungkinan karena masalah stok yang disebutkan di atas, audiens masih melihat produk untuk memeriksanya.

Merek Kecantikan B memanfaatkan traffic selama ZBFS 2023 untuk meluncurkan kampanye produk bersponsor berkelanjutan pertama mereka, yang menandai debut mereka dalam pemasaran di platform tersebut. Sasaran merek dalam membangun kampanye yang tidak terbatas dan berkelanjutan adalah untuk memaksimalkan efisiensi waktu dan memastikan produk mereka terus dipromosikan kepada calon pelanggan selama periode kampanye besar dan kecil.



Beauty Brand B Weekly Performance (SG)

Non campaign vs always on campaign



Hasilnya

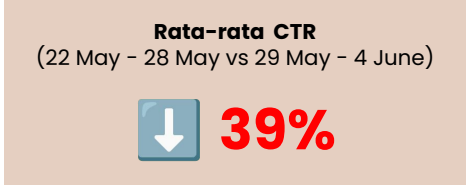
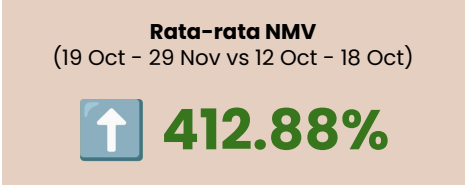
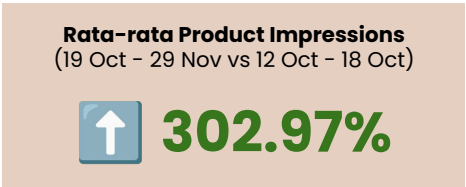
Rata-rata tayangan produk meningkat sebesar 71,82% dibandingkan dengan minggu sebelum kampanye iklan bersponsor dimulai. Kampanye yang terus-menerus dan selalu aktif memungkinkan sistem untuk menjangkau lebih banyak konsumen potensial selama acara-acara besar seperti ZBFS, EODD, dan 7.7.

Selain itu, menjalankan kampanye yang selalu aktif memastikan lalu lintas yang stabil dan kesadaran merek yang berkelanjutan bahkan selama periode kampanye non-mega.

Langkah Berikutnya

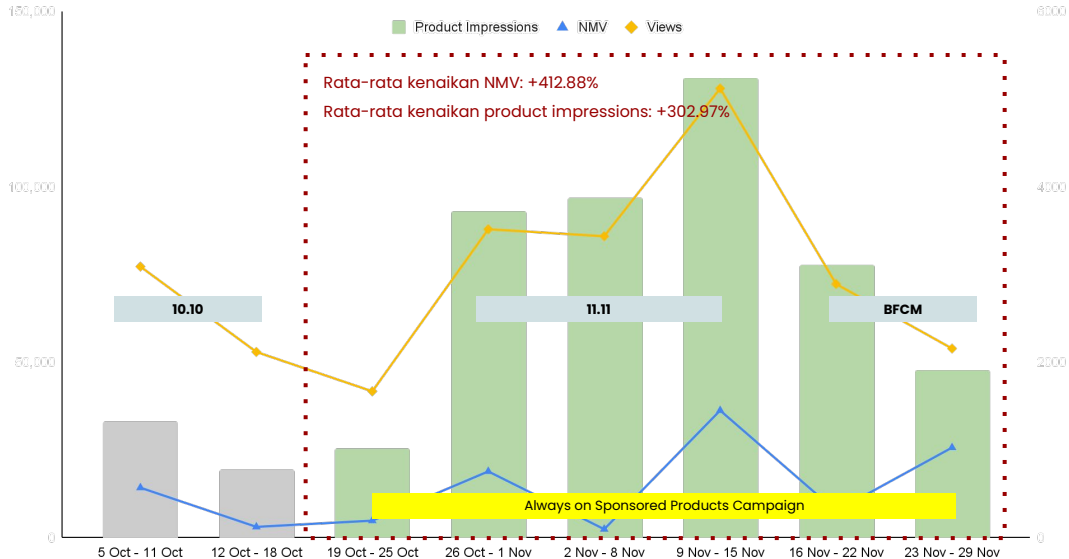
1. Dengan merek yang memperoleh tayangan dan visibilitas, merek dapat mengalihkan sasarannya untuk memaksimalkan penjualan dengan menargetkan pengguna dengan kemungkinan konversi yang lebih tinggi.

Merek Mewah A meluncurkan kampanye Produk Bersponsor yang selalu aktif dan berbiaya tak terbatas seminggu sebelum 11.11, acara penjualan terbesar di Q4 hingga akhir November. Tujuannya adalah untuk meningkatkan visibilitas produk dan keterlibatan pelanggan selama periode puncak ini.



Luxury Brand A Weekly Performance (MY)

Non campaign vs always on campaign



Hasilnya

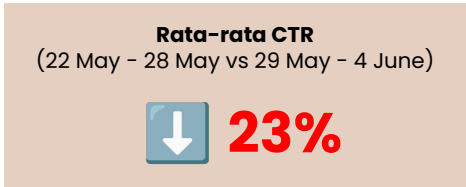
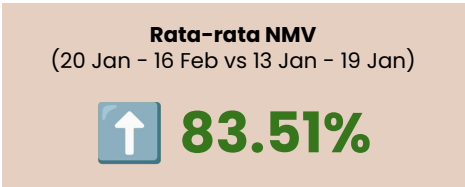
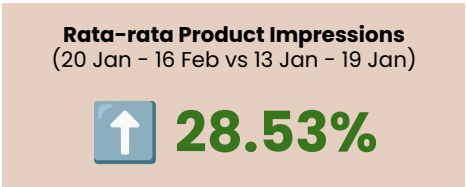
Tayangan produk melonjak signifikan pada bulan November ketika merek tersebut memilih untuk menjalankan kampanye yang selalu aktif. Strategi ini memungkinkan sistem untuk mendorong produk mereka ke pelanggan yang mencari barang yang relevan selama musim tersebut.

Secara khusus, selama minggu 11.11, pelanggan secara aktif mencari dan melihat produk tersebut, yang menyebabkan Merek Mewah A mencapai NMV tertinggi sejak Oktober.

Langkah Berikutnya

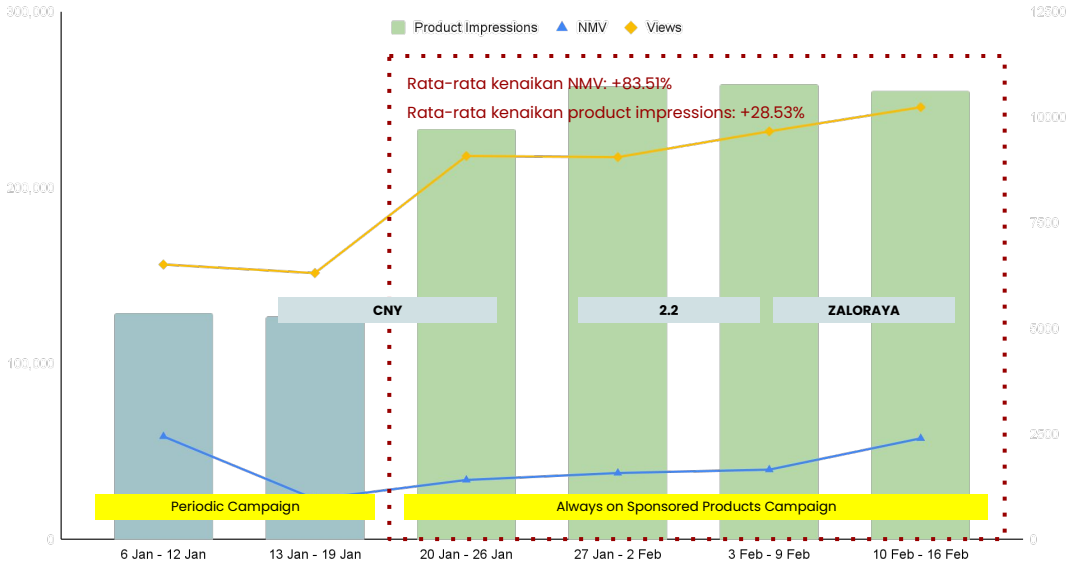
1. Untuk berinvestasi dalam paket ZAP selama periode mega bersamaan dengan kampanye yang selalu aktif guna meningkatkan penjualan.
2. Sementara spanduk yang ditawarkan oleh paket ZAP dapat memaksimalkan jangkauan ke audiens yang lebih luas, kampanye yang selalu aktif akan terus menargetkan audiens dengan rasio konversi yang lebih tinggi.

Merek Aksesori A telah menjalankan kampanye berkala dengan total anggaran mulai dari \$20 hingga \$100. Grafik di bawah ini menunjukkan bahwa keterbatasan anggaran ini telah membatasi kemampuan merek untuk menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga memengaruhi jangkauan mereka secara keseluruhan. Akibatnya, sejak Tahun Baru Imlek 2023, merek tersebut telah beralih ke strategi kampanye yang selalu aktif.



Accessories A Weekly Performance (MY)

Periodic campaign vs always on campaign



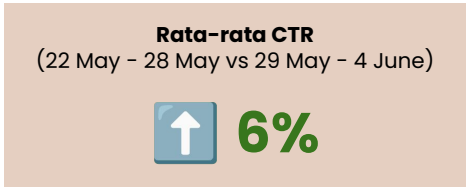
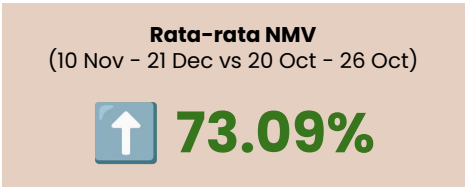
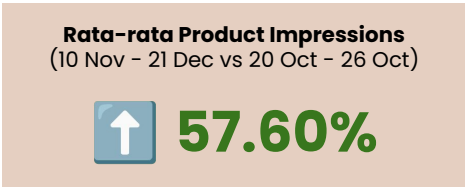
Hasilnya

Dengan perubahan ini, Merek Aksesori A mencapai ROAS yang mengesankan sebesar 413% dan mengalami peningkatan rata-rata sebesar 83,51% dalam NMV selama periode selalu aktif dibandingkan saat mereka menjalankan kampanye berkala.

Langkah Berikutnya

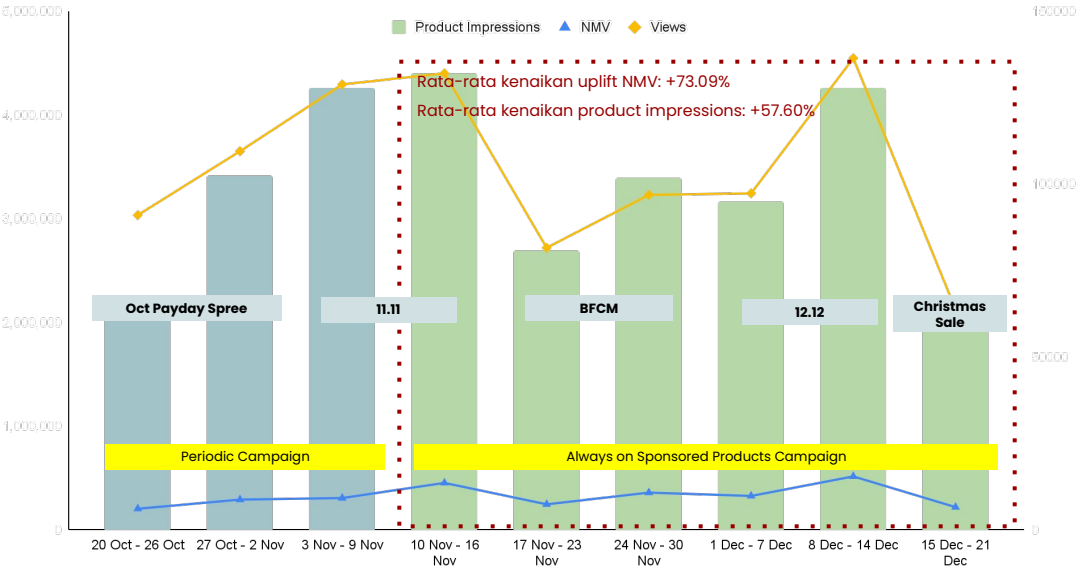
1. Meskipun tayangan untuk Merek Aksesori A meningkat, jumlah klik mungkin tidak meningkat pada tingkat yang sama. Oleh karena itu, sebaiknya Merek Aksesori A memastikan nama dan deskripsi produk tepat dan relevan. Selain itu, mereka harus memanfaatkan kata kunci yang ditargetkan yang selaras dengan kueri penelusuran audiens target.

Merek Aksesori B menjalankan kampanye berkala dengan anggaran harian sebesar \$30 selama Kampanye Payday Spree Oktober dan Teaser pekan 11.11. Untuk mempertahankan kesadaran merek, Merek Aksesori B telah meluncurkan kampanye yang selalu aktif untuk dijalankan selama sisa tahun ini.



Accessories B Weekly Performance (MY)

Periodic campaign vs always on campaign



Hasil

Dengan tujuan memaksimalkan visibilitas produk, kampanye yang selalu aktif menghasilkan peningkatan rata-rata tayangan produk sebesar 57,60% dibandingkan dengan minggu pertama kampanye berkala merek dengan anggaran harian.

Langkah Berikutnya

1. Untuk memperluas jangkauan produk dan menawarkan lebih banyak pilihan kepada pelanggan.
2. Dengan merek yang memperoleh tayangan dan visibilitas, merek dapat mengalihkan tujuannya untuk memaksimalkan penjualan dengan menargetkan pengguna dengan kemungkinan konversi yang lebih tinggi.



Frequently Asked Questions

Pertanyaan yang Sering Diajukan (FAQ)

ZSA



Kapan kampanye Sponsored saya akan disetujui?

- Perlu diketahui bahwa kami memerlukan waktu maksimal 1 hari kerja untuk menyetujui kampanye. Jika iklan diatur pada hari Jumat, kemungkinan besar akan disetujui pada hari Senin berikutnya. Jika Anda ingin kampanye tayang selama akhir pekan, sangat disarankan untuk mengatur kampanye pada hari Kamis atau sebelumnya.

Bagaimana cara kerja keyword pada Sponsored Products?

- Sponsored Products menggunakan nama SKU Anda dan menayangkan iklan saat pengguna mencari kata kunci yang sesuai dengan nama SKU tersebut.
- Contohnya, jika nama SKU Anda adalah 'contempo utility small messenger bag', maka saat pengguna mencari 'utility bag' atau 'small messenger bag', kemungkinan iklan Anda akan tampil cukup tinggi.

Berapa rata-rata biaya CPC/CPM yang bisa saya gunakan?

- Rata-rata CPC (biaya per klik) dan CPM (biaya per 1.000 tayangan) berbeda untuk setiap brand tergantung beberapa faktor seperti: popularitas brand, loyalitas konsumen, musim, promosi yang sedang berjalan, dll.
- Jika Anda ingin menetapkan CPC/CPM tertentu, disarankan untuk menjalankan beberapa kampanye dengan automatic bidding terlebih dahulu, lalu gunakan rata-rata CPC/CPM dari kampanye sebelumnya sebagai patokan.

Kampanye saya tidak menghabiskan anggaran. Tolong!

- Beberapa tips untuk meningkatkan pengeluaran iklan:
 - Atur Total Budget dengan minimal alokasi S\$400 - S\$500 per minggu dan durasi kampanye minimal 3-4 minggu
 - Gunakan Automatic Bid pada kampanye
 - Sertakan minimal 50 SKU per kampanye dan pastikan setiap SKU memiliki stok yang cukup
 - Pastikan nama SKU Anda akurat dan detail
 - Coba jalankan Sponsored Banner dan Sponsored Product secara bersamaan untuk memaksimalkan performa kampanye

Pertanyaan yang Sering Diajukan (FAQ)

ZSA

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM



Apakah saya perlu membuat akun baru jika rekan saya sudah membuatkan satu untuk perusahaan?

- Tidak! Karena rekan Anda sudah mengisi semua detail yang dibutuhkan, Anda hanya perlu meminta rekan Anda untuk menambahkan Anda ke dalam akun tersebut.

Saya tidak dapat menemukan brand saya untuk ditambahkan ke dalam akun.

- Pertama, pastikan bahwa brand Anda sudah terdaftar dan aktif di ZALORA. Jika belum, silakan hubungi Account Manager Anda untuk membantu mengaktifkan merek tersebut di situs.
- Lalu, pastikan Anda mengetik nama merek sesuai dengan ejaan yang digunakan di ZALORA.
- Jika kedua langkah tersebut sudah dilakukan namun masih mengalami kesulitan, silakan hubungi kami melalui fitur chat.

Mengapa status kampanye saya menunjukkan 'Not delivering'?

- Jika Anda mengarahkan kursor ke ikon 'i' di sebelah status, sistem akan memberitahukan penyebab kampanye Anda tidak berjalan. Beberapa penyebab paling umum antara lain:
 - Saldo GFG wallet Anda habis. Anda perlu top up saldo wallet sebelum kampanye bisa aktif kembali.
 - Kampanye Anda sudah melebihi anggaran harian yang ditetapkan. Tingkatkan anggaran harian atau ubah ke anggaran total agar kampanye dapat tayang kembali.

Mengapa kampanye Sponsored Banner saya ditolak?

- Jika kampanye Sponsored Banner Anda ditolak, sistem akan menampilkan alasan penolakannya di platform. Penyebab umum meliputi:
 - Ukuran banner tidak sesuai dengan format yang diminta. Silakan lihat panduan spesifikasi iklan [di sini](#).
 - Desain banner tidak sesuai dengan kebijakan ZALORA.
 - Tampilan banner buram, pecah, atau menampilkan logo situs e-commerce lain.

Pertanyaan yang Sering Diajukan (FAQ)

ZSA



Saya tidak bisa membuat akun melalui opsi Seller Center.

- Jangan khawatir, Anda masih bisa mendaftar akun menggunakan Google atau alamat email Anda. Anda tetap bisa menautkan akun Seller Center setelah membuat akun GFG Ads.

Saat membuat kampanye Sponsored Products, mengapa saya perlu memilih toko saya?

- Memilih toko Anda akan memastikan bahwa SKU yang Anda pilih dari kategori tertentu adalah SKU yang memang dijual oleh perusahaan Anda.

Bagaimana cara menambahkan toko tempat saya berjualan ke dalam akun saya?

- Masuk ke Settings -> Pengaturan Company -> Apa nama toko Anda di website ZALORA - Lalu isi nama toko Anda dan negara tempat Anda berjualan.

Bagaimana cara menambahkan lebih banyak brand ke dalam akun saya?

- Masuk ke Settings -> Company Setting -> Brand Management -> Add brands. Dari sana, Anda bisa mencari dan menambahkan brand-brand yang Anda kelola ke dalam satu akun.

Jika saya memiliki SKU yang sama dalam dua kampanye yang berjalan bersamaan, apakah SKU tersebut akan tampil di kedua kampanye?

- Tidak. Sistem akan mengambil SKU dari kampanye yang pertama, dan mengabaikan kampanye kedua yang memiliki SKU yang sama.

Data yang saya unduh tidak sesuai dengan data yang ditampilkan di dashboard.

- Data yang Anda unduh mencakup seluruh durasi kampanye, sedangkan data yang ditampilkan di dashboard mengikuti rentang tanggal (secara default: 7 hari terakhir) yang ada di pojok kanan atas dashboard.

Pertanyaan yang Sering Diajukan (FAQ)

ZSA

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM



Berapa lama jendela atribusi penjualan untuk kampanye Sponsored Products/Banners?

- 14 hari sejak produk atau banner dilihat oleh pengguna.

Anggaran harian/total saya tidak terpakai sepenuhnya, mohon bantuannya!

- Tidak ada jaminan bahwa anggaran harian atau total yang Anda tetapkan akan terpakai sepenuhnya karena berbagai faktor, seperti: popularitas merek, jenis SKU, jumlah SKU dalam kampanye, musim (seasonality), lalu lintas situs, batas maksimal CPC/CPI yang ditetapkan, jumlah keyword dan kategori yang dipilih (untuk kampanye banner), dan masih banyak lagi.
- Sistem akan berusaha sebaik mungkin untuk mengoptimalkan penggunaan anggaran Anda, tetapi faktor-faktor di atas akan mempengaruhi realisasi pengeluaran iklan.

FAQs – Pengaturan Kampanye

MPA

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM



1. Apakah MPA sudah resmi diluncurkan di semua market?

- Ya, integrasi Meta (MPA) telah diaktifkan untuk semua market. Jika Anda mengalami kendala, silakan hubungi kami melalui fitur chat di platform [GFG Ads](#).

2. Apakah kami harus menjalankan MPA daripada CPAS?

- MPA memungkinkan **koneksi langsung** dengan katalog ZALORA Anda dan **mempermudah pembuatan iklan**. Namun, CPAS memberi Anda kontrol lebih besar atas objektif dan kreatif iklan. Dengan demikian, MPA dan CPAS bisa menjadi strategi yang saling melengkapi untuk meningkatkan ROI bisnis Anda di marketplace. Informasi lebih lanjut tersedia di [slide ini](#).

3. Apa yang terjadi pada ZALORA CPAS di Meta Ads Manager setelah MPA dihubungkan melalui platform GFG ZALORA?

- ZALORA CPAS di Meta Ads Manager tidak akan terpengaruh dengan MPA di GFG Ads Platform karena kami memiliki logika deduplikasi untuk memastikan bahwa penjual tidak melakukan self-bidding dan hanya iklan dengan eCPM yang lebih tinggi yang akan mendapatkan impresi. Namun, harap dicatat bahwa tidak disarankan menjalankan kedua solusi secara bersamaan.

4. Apakah saya perlu menautkan halaman Facebook / URL untuk menjalankan MPA?

- Ya, Anda perlu menautkan akun Facebook Anda di GFG Ads Platform. Setelah itu, ZALORA akan otomatis mengaktifkan dan membuat katalog produk yang menarik produk dari toko ZALORA Anda.

5. Apakah saya perlu membuat halaman Facebook / URL baru untuk mengiklankan produk saya?

- Tidak. Anda tidak perlu membuat halaman Facebook baru. ZALORA akan secara otomatis membuat halaman Facebook khusus untuk kebutuhan periklanan saja.

FAQs – Pengaturan Kampanye

MPA

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM



6. Berapa durasi kampanye yang direkomendasikan?

- ZALORA merekomendasikan durasi kampanye minimal 14 hari untuk memberikan waktu pada sistem pembelajaran mesin (machine learning) Meta dalam mengoptimalkan kampanye. Sistem Meta biasanya membutuhkan sekitar 50 konversi untuk menyelesaikan fase optimasi. Pastikan Anda memberikan cukup waktu agar kampanye Anda keluar dari fase pembelajaran.

7. Berapa anggaran kampanye yang direkomendasikan?

- Seller disarankan untuk menyediakan anggaran yang cukup guna mencapai minimal 50 konversi dalam 7 hari, agar iklan dapat keluar dari fase pembelajaran.
- Contoh: Jika 1 konversi biasanya memerlukan biaya sebesar USD 5, maka anggaran mingguan yang disarankan adalah USD 250 (atau anggaran harian sekitar USD 35 – 50).

8. Apakah saya membutuhkan materi kreatif untuk memulai kampanye?

- Tidak. Gambar produk dan informasi dari listing ZALORA Anda akan digunakan secara otomatis untuk iklan Facebook Anda.

9. Apakah saya bisa memilih target audiens di MPA?

- Ya, fitur custom audience targeting tersedia. Anda bisa menargetkan pengguna yang telah melihat produk Anda dalam 180 hari terakhir. Informasi lebih lanjut tersedia pada [slide ini](#).

10. Mengapa beberapa produk saya tidak memenuhi syarat untuk dimasukkan ke dalam kampanye?

- Produk Anda harus tersedia stoknya dan memiliki harga yang wajar agar dapat dipertimbangkan untuk iklan Meta. Selain itu, produk harus lulus proses persetujuan dari Meta sebelum bisa diiklankan. Untuk detail lebih lanjut, silakan merujuk ke [Meta Advertising Policies](#).

FAQs – Pengaturan Kampanye

MPA



- 11. Apakah saya bisa menjalankan format iklan selain carousel?**
 - Tidak. Saat ini, Carousel Ads adalah satu-satunya format iklan yang tersedia untuk MPA.
- 12. Di mana iklan saya akan ditampilkan?**
 - Iklan Anda akan muncul di Facebook dan Instagram, termasuk di feed, stories, dan in-stream video.
- 13. Apakah MPA akan memberikan ROAS yang lebih baik dibandingkan CPAS?**
 - MPA dan CPAS menggunakan logika periklanan yang sama di sistem backend. Namun, hasil ROAS akan bervariasi tergantung kategori produk, jenis produk, musim, dan faktor lainnya.
- 14. Apakah MPA hanya menargetkan pengguna ZALORA saja?**
 - Tidak. MPA menjangkau seluruh pengguna di platform Meta (Facebook & Instagram), bukan hanya pengguna ZALORA.
- 15. Apakah sekarang kita bisa menargetkan pelanggan VIP ZALORA melalui Meta Ads?**
 - Fitur ini belum tersedia di platform saat ini. Namun, kami sedang berupaya untuk meningkatkan fitur platform ke depannya. Pantau email Anda untuk update terbaru!



16. Apakah saya bisa melihat laporan traffic/penjualan untuk MPA?

- Ya, Anda dapat melihat metrik performa seperti Impressions, Clicks, CTR, Items Sold, CR, Sales (NMV), Cost, dan ROAS langsung dari dashboard di GFG Ads Platform.

17. Data/analisis apa saja yang disediakan? Apakah datanya sama seperti di Meta Ads Manager?

- Untuk menjaga konsistensi, metrik utama yang ditampilkan adalah metrik yang sama seperti yang ada di Meta Ads Manager, seperti Impressions, Clicks, CTR, Items Sold, CR, Sales (NMV), Cost, dan ROAS. Kami juga berencana untuk menambahkan metrik tambahan ke depannya – pantau terus pembaruan terbaru!

18. Apakah data yang ditampilkan di dashboard ZALORA juga akan terlihat di Meta Ads Manager?

- Ya, data yang ditampilkan di GFG Ads Platform disinkronkan dari akun iklan Meta yang digunakan dalam integrasi. Metrik dan data akan sama, meskipun mungkin ada sedikit jeda waktu dalam sinkronisasi.

19. Berapa lama jendela konversi (conversion window) yang digunakan untuk MPA di ZALORA?

- Jendela konversi default yang digunakan untuk optimasi adalah 7 hari setelah klik dan 1 hari setelah tampilan (view).

FAQs – Top Up dan Kredit Iklan

MPA

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM



20. Apakah saya bisa memilih top up menggunakan kartu kredit?

- Ya, Anda bisa. Namun, Anda perlu menambahkan kartu kredit terlebih dahulu untuk proses autentikasi. Jika berhasil, kartu tersebut dapat digunakan untuk GFG Ads Wallet maupun Meta Wallet.

21. Apakah saya bisa menggunakan kredit GFG untuk top up MPA? Apakah saya bisa memakai anggaran yang sama untuk GFG Ads dan Meta Ads?

- Tidak bisa. Kredit GFG dan kredit Meta Ads terpisah. Kredit dari GFG Wallet tidak bisa digunakan untuk MPA (Meta Product Ads), dan anggarannya tidak bisa digabung atau dipindahkan antar keduanya.

22. Apakah saya bisa mendapatkan refund dari top up yang sudah dilakukan?

- Tidak bisa. Setelah dana masuk ke Meta Wallet, top-up tidak dapat dikembalikan (non-refundable).

23. Apa yang terjadi jika saldo Ads Credit saya habis (0)?

- Kampanye Anda akan berhenti secara otomatis. Kampanye akan berjalan kembali setelah Anda mengisi ulang (top up) saldo. Anda juga tidak akan bisa membuat kampanye baru sampai kredit tersedia kembali.

24. Apakah kredit iklan yang saya beli memiliki masa kedaluwarsa?

- Tidak. Kredit iklan yang dibeli tidak memiliki masa kedaluwarsa.

FAQs – Pertanyaan Lainnya

MPA

ZALORA
ADVERTISING
PLATFORM

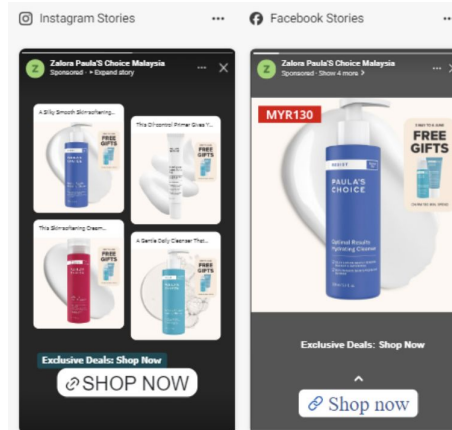
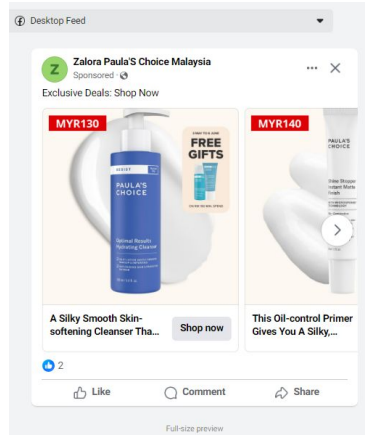


25. "Failed to accept seller custom audience: An unexpected error has occurred. Please retry your request later." Kenapa muncul error ini?

- Jika Anda mengalami error seperti ini atau masalah lainnya, silakan hubungi tim kami melalui fitur chat di Platform GFG Ads. Tim kami akan membantu melakukan troubleshooting langsung bersama Anda. Kami sangat menghargai kesabaran dan pengertian Anda dalam mengatasi kendala teknis yang mungkin terjadi di awal penggunaan.

26. Apakah ada contoh bagaimana iklan akan tampil? Apakah iklan akan muncul dari halaman Facebook ZALORA atau halaman milik brand saya?

- Iklan akan muncul dari halaman Facebook milik Anda, bukan dari halaman Facebook ZALORA. Contoh tampilan iklan dapat Anda lihat di bawah ini (jika tersedia di platform).



FAQs – Kupon Kredit Iklan Gratis

MPA



27. Apa itu Insentif Tier 0?

- Tier 0 adalah insentif satu kali untuk penjual baru. Anda berhak mendapatkannya jika menghabiskan lebih dari atau setara dengan USD \$100 dalam kuartal tersebut. Kelayakan dihitung berdasarkan kapan pengeluaran iklan dilakukan, bukan saat saldo Meta Wallet diisi ulang.

28. Bagaimana pengeluaran brand memengaruhi kelayakan insentif?

- Untuk memenuhi syarat insentif, Anda harus melebihi pengeluaran kuartal sebelumnya dan memenuhi kriteria untuk tier yang lebih tinggi.
- Misalnya, jika Anda memenuhi syarat untuk insentif Tier 4 di kuartal 3 tetapi menghabiskan kurang dari jumlah yang dibutuhkan di kuartal berikutnya, maka Anda tidak akan menerima insentif untuk periode tersebut. Contoh skenario pembayaran lainnya bisa dilihat [di sini](#).

29. Apa mata uang untuk Program Kupon Insentif Iklan Meta?

- Pengeluaran kuartalan dihitung dalam mata uang USD.
- Namun, Anda akan menerima kupon iklan gratis dalam mata uang lokal sesuai dengan tempat iklan Anda berjalan.

30. Apa yang terjadi jika saya tidak menggunakan seluruh kupon iklan gratis saya sebelum 31 Desember 2024?

- Kupon iklan gratis yang tidak digunakan sampai tanggal 31 Desember 2024 tidak akan dibawa ke tahun 2025 dan akan hangus. Oleh karena itu, pastikan Anda menggunakan seluruh kupon iklan gratis sebelum tanggal tersebut.



ZALORA ADVERTISING PLATFORM

Untuk pemesanan
dan informasi lebih
lanjut, silakan
hubungi manajer
akun Anda atau kirim
email ke
ads@zalora.com

A man with dark hair, wearing a light-colored button-down shirt, is shown in profile from the chest up. He is holding binoculars to his eyes and looking towards the right. The background is a vast, clear blue sky with soft, wispy white clouds. The overall mood is serene and contemplative.

WWW.ZALORA.COM