



Lazada Livestream Competition 2019
presents *Beauty Ambassador*

Indonesia

Malaysia

Philippines

Singapore

Thailand

Vietnam

AGENDA



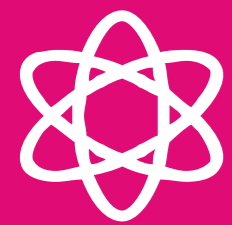
จุดประสงค์หลัก

01



เกณฑ์การแข่งขันผู้สมัคร

02



วิธีการร่วมกิจกรรมและช่วงเวลา

03

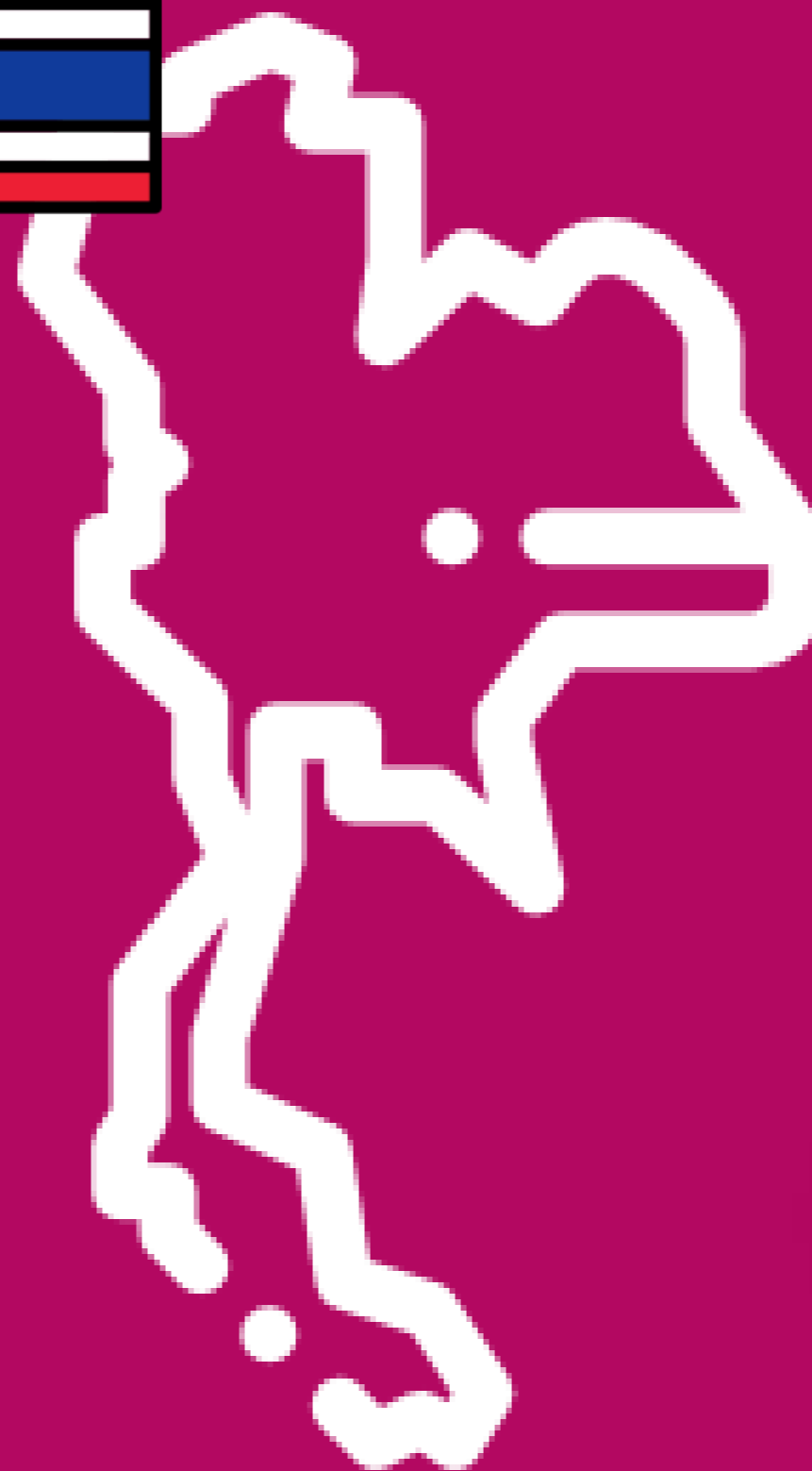


ช่องทางการร่วมสนุก

04

Lazada Livestream Competition 2019

Lazada Livestream Competition 2019 presents Beauty Ambassador เป็นการแข่งขันสำหรับนักศึกษาทั่วประเทศ ไทย เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถนำการ Livestream มาเป็นหนึ่งในเรื่องมือ การตลาด ที่สามารถสร้างยอดขายได้จริง ในโลกธุรกิจปัจจุบัน



สิ่งที่นักศึกษาได้รับจากการแข่งขัน

ประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร



ผู้เข้าแข่งขันจะได้รับประสบการณ์การทำงานจริงกับผู้ขายทาง Lazada และมีส่วนในการสร้างยอดขายจริงให้กับร้านค้า

เส้นทางสู่ความสำเร็จ



เตรียมความพร้อมและเปิดโลกแห่งการเรียนรู้เกี่ยวกับธุรกิจการขายของออนไลน์ ซึ่งกำลังขยายตัวในตลาดทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

สร้างโอกาสการเรียนรู้



สามารถนำเครื่องมือการตลาดที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตจริง ผ่านช่องทางการ Livestream บนแอปพลิเคชัน Lazada

รางวัล

- เงินรางวัลสำหรับทีมชนะเลิศ 70,000 บาท
 - เงินรางวัลสำหรับทีมรองชนะเลิศอันดับ 1 จำนวน 30,000 บาท
 - เงินรางวัลสำหรับทีมรองชนะเลิศอันดับ 2 จำนวน 20,000 บาท
- โอกาสร่วมงานกับ Lazada
- Internship และพนักงานประจำ
 - Lazada Exclusive KOL สำหรับการ Livestream

เกณฑ์การเข้าร่วมกิจกรรม

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม Lazada Livestream Competition 2019 presents Beauty Ambassador

ปัจจุบันเป็น
นักศึกษาที่
กำลังศึกษาอยู่
ในมหาวิทยาลัย
ประเทศไทย

ผู้เข้าแข่งขัน
สามารถศึกษา
อยู่ในชั้นปีและ
คณะใดก็ได้

สร้างทีมการ
แข่งขันโดย
สมาชิกจะต้อง
ไม่เกินทีมละ 3
คน
(สามารถคณะ
ชั้นปีและคณะ)

มีความชอบ
เรียนรู้สิ่งใหม่
สร้างสรรค์ และ
กล้าแสดงออก

รายละเอียดการแข่งขัน

	รายละเอียดกิจกรรม	การให้คะแนน	จำนวนทีม
รอบที่ 1	วิดีโอความยาว 60 วินาที ส่งวิดีโอความยาว 60 วินาทีเข้ามา แนะนำตัวพร้อมเลือกสินค้าหมวดหมู่คุณภาพและความงามจาก Lazada มาเพื่อบอกสรรพคุณและประโยชน์ของสินค้า	<ul style="list-style-type: none">• ความสร้างสรรค์• Content	ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้สมัคร
รอบที่ 2	Review สินค้าความยาว 3-5 นาทีพร้อมส่งแผนการตลาด <ul style="list-style-type: none">• ทีมจะได้รับมอบหมายสินค้าจากผู้ขายเพื่อ Review พร้อมส่งแผนการตลาดโดยคร่าวเพื่อช่วยผู้ขายแก้ปัญหาที่พบในปัจจุบัน• โปสต์วิดีโอลง Facebook เพื่อให้เพื่อนช่วยกดไลค์และแชร์	<ul style="list-style-type: none">• การสื่อสารผ่านวิดีโอสั้น• การเชิญชวนลูกค้าซื้อสินค้า• ยอดไลค์&แชร์บน Facebook• ผู้ขายตัดสิน	90
Orientation & Training: การเตรียมความพร้อมสำหรับการ Livestream สดบนแอปพลิเคชัน Lazada โดยทีมงาน พร้อมเคล็ดลับในการทำ content อย่างไรให้น่าสนใจบน Livestream ไปกับ Beauty Blogger ชื่อดัง			30
Semi-Final Round	Livestream จริงบนแอปพลิเคชัน Lazada <ul style="list-style-type: none">• ทีมที่ผ่านเข้ารอบจะต้อง Livestream จริงโดยสินค้าจะมาจากผู้ขาย• ทีมจะสามารถ Livestream ได้สูงสุด 4 ครั้งภายในระยะเวลา 2 สัปดาห์ครึ่ง• คะแนนจะถูกเก็บสะสม และทีมที่ได้รับคะแนนสูงสุด 10 ทีมผ่านเข้าสู่ Final Round	<ul style="list-style-type: none">• จำนวนผู้ชมสะสม• จำนวนการตอบรับของผู้ชม• คณะกรรมการตัดสิน	30
Final Round	10 ทีมสุดท้ายจะต้อง Livestream แข่งกัน ณ ช่วงเวลาเดียวกันในวันแคมเปญ ทีมที่ได้รับการตอบรับจากผู้ชมมากที่สุด เป็นผู้ชนะการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none">• จำนวนผู้ชมสะสม• จำนวนการตอบรับของผู้ชม• จำนวนคลิกของสินค้าในถุงช้อปปิ้ง• ยอดขายที่มาจากการ Livestream	10

รอบที่ 1 – Lazada Livestream Competition 2019 Beauty Ambassador



สร้างความสนใจให้คณะกรรมการ
โดยแนะนำตัว และ Review สินค้า
ผ่านวิดีโอความยาว 60 วินาที

รอบที่ 1

วิธีการ

- เข้าไปที่แอปพลิเคชัน Lazada เพื่อเลือกสินค้าภายใต้หมวดหมู่สุขภาพและความงามมาในจำนวนไม่จำกัดชิ้น
- อัปโหลดวิดีโอความยาวไม่เกิน 1 นาที (ในนามสกุล .mp4) นำเสนอสินค้าและชักชวนในสไตล์ของ “นักช้อปออนไลน์รุ่นใหม่”

ส่งวิดีโออย่างไร?

- อัปโหลดไฟล์วิดีโอใน Google Drive และแนบลิ้งค์มาในฟอร์มตามลิ้งค์หรือสแกน QR Code

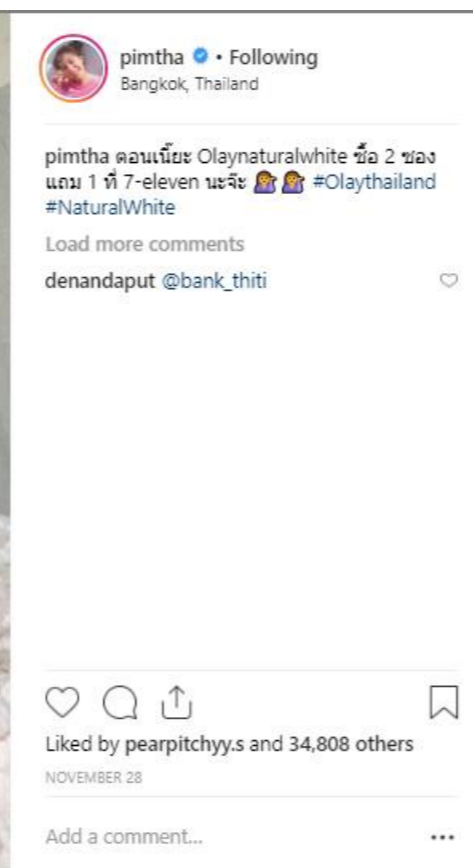
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSewZ3sn37FUQngNaYte_cxSWbRDe_apF0I8XkvWMV_SDswvaw/viewform

หมายเหตุ: ให้ตั้งชื่อไฟล์เป็นชื่อทีม ตัวอย่างเช่น TeamA.mp4



รอบที่ 2- Lazada Livestream Competition 2019 Beauty Ambassador

ทีมจะได้รับมอบหมายสินค้าตามที่
คณะกรรมการเลือกให้ และต้อง Review
สินค้าในวิดีโอความยาว 3-5 นาที



รอบที่ 2

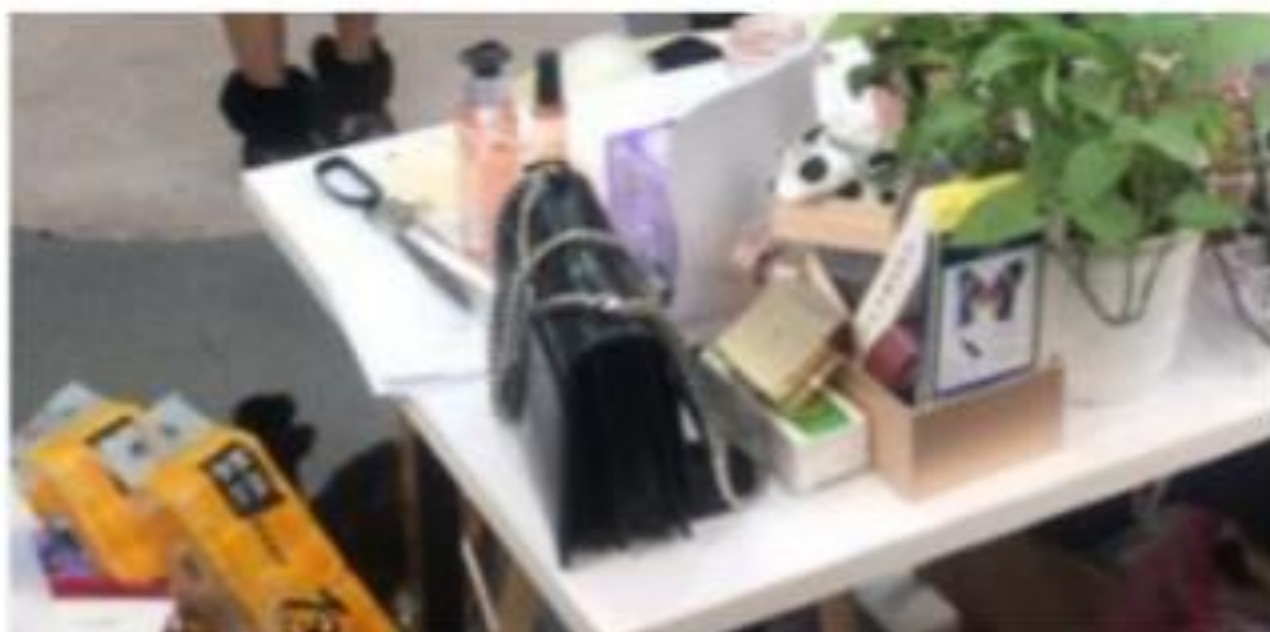
สินค้าตามใจถ้ย และแผนการตลาด

- ทีมที่ผ่านเข้ารอบจะได้รับใจถ้ยการ Review จากกรรมการ
- ทีมจะต้องส่งแผนการตลาดเพื่อช่วยผู้งายแก้ปัญห (จำนวน 2 สไลด์เท่านั้น)
- วิดีโอจะต้องถูกโพสต์ลงใน Social Media พร้อมติดแฮชแทก #LazBeautyAmbassador
- ผู้งาย 1 ร้านจะให้ใจถ้ยกับ 3 ทีม และผู้งายจะเลือกทีมที่ดีที่สุดเพื่อผ่านเข้ารอบต่อไป

เกณฑ์การให้คะแนน

- การสื่อสารผ่านวิดีโอ
- การเชิญชวนลูกค้าซื้อสินค้า
- ยอดไลค์&แชร์บน Facebook
- ผู้งายตัดสินใจ

Orientation Day- Lazada Livestream Competition 2019 Beauty Ambassador



การเตรียมความพร้อมสู่การ Livestream

การเตรียมพร้อมอุปกรณ์

- โทรศัพท์มือถือ
- ไมโครโฟน
- ขาตั้งกล้อง
- อื่นๆ

สภาพแวดล้อมของสถานที่

- แบนด์วิดท์และแสง
- ความเร็วของ Internet

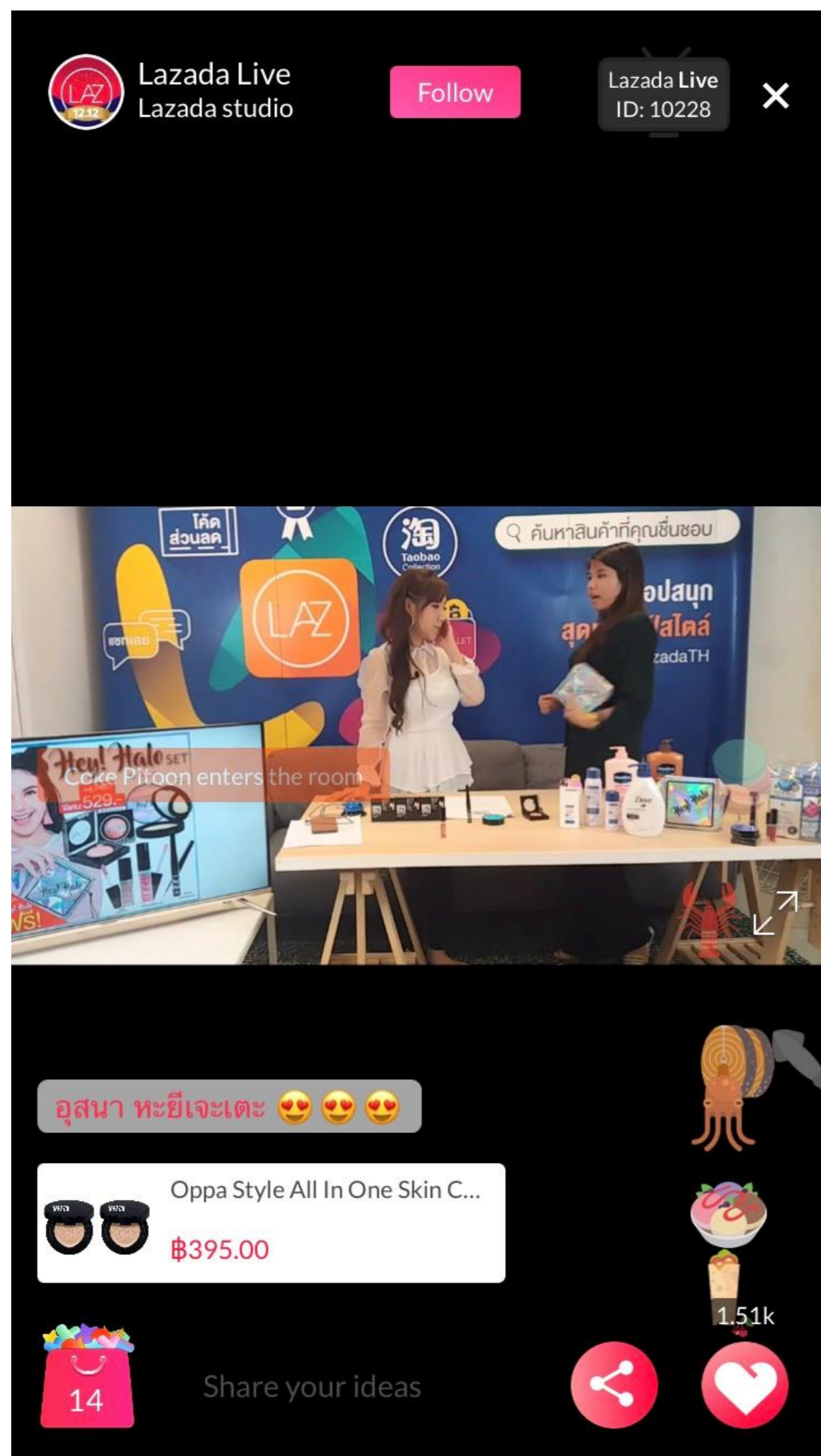
เคล็ดลับการขายของบน Lazada

- การใช้คูปองส่วนลด
- ทำอย่างไรให้สินค้าของคุณโดดเด่น

เคล็ดลับการ Livestream อย่างผู้ชนะ

- เพิ่มผู้ชมของรายการอย่างไร
- ทำอย่างไรให้คนเข้ามาดู Livestream ของคุณ
- ขายสินค้าอย่างไรให้ลูกค้าอยากได้
- ขายสินค้าอย่างไรให้คนดูสนุกและมีส่วนร่วมไปพร้อมกัน

Semi Final Round- Lazada Livestream Competition 2019 Beauty Ambassador



Semi-Final Round

Livestream จริงบนแอปพลิเคชัน Lazada

- ทีมที่ผ่านเข้ารอบจะต้อง Livestream จริงโดยสินค้าจะมาจากผู้ขายที่ทีมได้รับ
- ทีมจะสามารถ Livestream ได้สูงสุด 4 ครั้งภายในระยะเวลา 2 สัปดาห์ครึ่ง
- คะแนนจะถูกเก็บสะสม ทีมที่ได้รับคะแนนสูงสุด 10 ทีมผ่านเข้าสู่ Final Round
- ทีมจะต้องแฮชแท็กพร้อมติดแฮชแท็ก #LazBeautyAmbassador #LazBeauty

เกณฑ์การให้คะแนน

- จำนวนผู้ชมสะสม
- จำนวนการตอบรับของผู้ชม
- คณะกรรมการตัดสิน
- ยอดคนกดไลค์&แชร์บน Facebook

Final Round- Lazada Livestream Competition 2019 Beauty Ambassador

Final Round



Livestream บนแอปพลิเคชัน Lazada

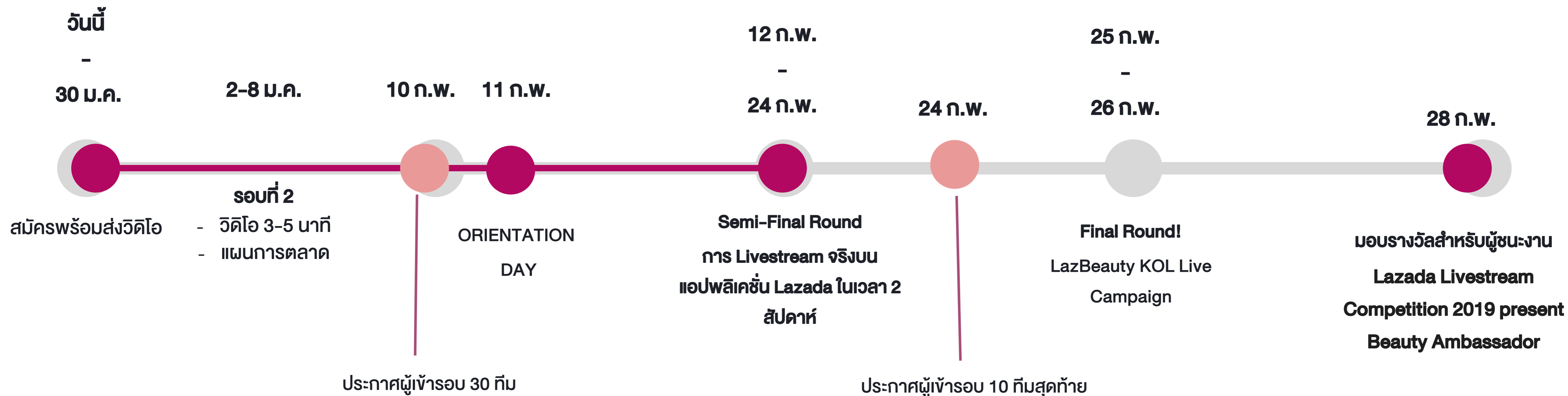
- ทีมที่เข้ารอบ 10 ทีมสุดท้ายจะได้ไลฟ์พร้อมกันบนหน้าแคมเปญของ Lazada
- ทีมจะต้องแฮชแท็กพร้อมติดแฮชแท็ก #LazBeautyAmbassador #LazBeauty
- ผู้ที่ได้รับการเข้าชม ณ ช่วงเวลาเดียวกันมากที่สุดจะเป็นผู้ชนะของรายการ

เกณฑ์การให้คะแนน

- จำนวนผู้ชมสะสม
- จำนวนการตอบรับของผู้ชม
- จำนวนสินค้าในถุงที่ถูกคลิก
- ยอดขายที่มาจากการ Livestream

Lazada Livestream Competition 2019 present Beauty Ambassador

เส้นทางสู่การเป็นผู้ชนะ



KPI:

แผนการตลาด

+

ความคิดสร้างสรรค์
ของ Content

+

ยอดผู้ติดตามที่
เพิ่มขึ้น
ของร้านค้า

+

ยอดขายที่เพิ่มขึ้น
ของร้านค้า