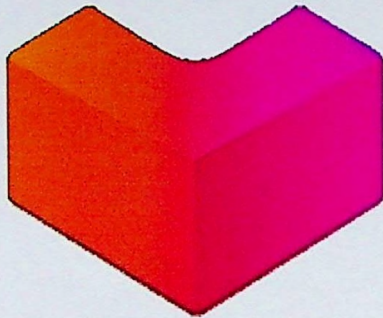


Lazada, KPDNKK percepat pertumbuhan PKS

16 Ogos 2019 5:38 PM



Lazada

KUALA LUMPUR 16 Ogos - Lazada Malaysia dan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNKK) akan melancarkan aktiviti perdagangan baharu dan program latihan bagi menyokong pertumbuhan dan pemecutan digital Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) negara.

Kerjasama itu, sebagai usaha menyokong kempen kerajaan 'Beli Barangan Malaysia', dirasmikan oleh Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Datuk Seri Saifuddin Nasution Ismail dan Ketua Pegawai Eksekutif Lazada Malaysia, Leo Chow semasa acara Lazada WECOMMERCE Satellite Tradeshow pada Khamis.

Tradeshow itu merupakan acara utama sebelum berlangsungnya WECOMMERCE 2019 yang akan diadakan di Pusat Pameran Perdagangan Antarabangsa Malaysia (MITEC) pada 8 Okt, kata Lazada Malaysia dalam satu kenyataan, hari ini.

"Kami teruja dengan perkongsian dan kerjasama dengan MDTCA untuk menyumbang kepada matlamat kerajaan mengandakan kadar pertumbuhan e-Dagang kepada 20.8 peratus menjelang 2020.

"Kami yakin perancangan terbaik adalah untuk memberi tumpuan kepada pembangunan profesional dan pertumbuhan perniagaan penjual semasa dan berpotensi kami, yang merupakan pemain kritikal bagi meningkatkan ekosistem e-dagang tempatan, dan kemampuan masa depan," kata Chow.

Sebagai sebahagian daripada kerjasama itu, Lazada Malaysia akan bekerjasama rapat dengan kementerian untuk melaksanakan beberapa inisiatif bagi meningkatkan kemahiran PKS tempatan menerusi platform Lazada, seperti memperkenalkan penjual tempatan dengan jenama tempatan di Lazada.

Ia juga akan mereka bentuk kerangka berjenama "Beli Barangan Malaysia" supaya rodok tempatan dapat dikenal pasti dengan mudah di platform tersebut serta menganjurkan sesi latihan kecekapan untuk meningkatkan kemahiran penjual tempatan, berkongsi pandangan dan data berharga serta memastikan mereka bersedia untuk kempen Lazada yang seterusnya, antara lainnya.

Sementara itu, Saifuddin melahirkan penghargaannya terhadap Lazada Malaysia kerana terlibat dengan kempen "Beli Barangan Malaysia" kementerian itu bagi menyokong usahawan tempatan.

"Saya percaya dengan menggabungkan kekuatan kita, kita akan dapat meningkatkan penggunaan e-dagang dalam kalangan PKS tempatan dan mempercepat pertumbuhan Ekonomi Digital Malaysia," katanya.

Platform e-dagang dalam talian merekodkan peningkatan menggalakkan sebanyak 45 peratus penjual pada tahun lepas.

Lazada menyaksikan tumpuan penjual yang tinggi dari Selangor, Kuala Lumpur, Johor, Perak dan Pulau Pinang.

Kini, ia mengalihkan fokusnya ke negeri-negeri lain termasuk Kelantan, Terengganu, Sarawak dan Sabah.

Lazada WECOMMERCE 2019 diadakan bertujuan untuk mengumpulkan bersama-sama rakan kongsi dan saluran yang sesuai di mana pakar runcit dan e-dagang tempatan, serta rakan Lazada rantau ini, berkongsi amalan terbaik dan terlibat dengan peluang padanan perniagaan.

Lebih 3,000 peserta dengan lebih 100 rakan Lazada dan penceramah pakar industri terkemuka dijangka menyertai acara itu. - BERNAMA

