

Perusahaan Media Baru yang Terkemuka untuk Wanita, Clozette, Raih Pendanaan Seri C Senilai US\$10 Juta dari Cool Japan Fund

Perusahaan *social content marketing* yang meraih penghargaan ini, akan mempercepat inovasi produk, meningkatkan ekspansi internasional, serta mengembangkan Ekosistem Cool Japan yang interaktif untuk mengungus budaya Jepang kepada konsumen generasi baru

JAKARTA, Indonesia, 9 April 2019 /PRNewswire/ -- Clozette, perusahaan media baru yang transformatif serta, menginspirasi dan menjangkau wanita modern, dengan konten yang meraih penghargaan tentang kecantikan, mode, pariwisata dan kebugaran, hari ini mengumumkan investasi senilai US\$10 juta dalam pendanaan Seri C dari Cool Japan Fund, sebuah dana investasi publik-swasta di bawah naungan Kementerian Perekonomian, Perdagangan dan Perindustrian Jepang (METI), instansi penyedia modal ventura untuk berbagai perusahaan dan bertujuan mengomersialisasikan konsep "Cool Japan".

Berdiri pada 2010, Clozette memprakarsai cara bercerita (*storytelling*) terbaru yang menggabungkan wewenang editorial dengan konten asli dari pengguna. Lewat tim yang berkembang pesat dan terdiri atas lebih dari 90 pegawai, serta beroperasi di Asia Tenggara dan Jepang, Clozette menyajikan *brand content* revolusioner dengan memasukkan karya-karya asli dari jaringan luas yang terdiri atas 3.500 lebih kreator dan tenaga berbakat, secara kolektif memiliki jangkauan sosial yang melampaui 600 juta. Perusahaan telah bekerja dengan lebih dari 300 merek dan agen media periklanan termasuk Estee Lauder, Shiseido, Wardah, Bukalapak, Zalora, Tempo Group, Beiersdorf, Procter & Gamble, Unilever, GroupM, IPG Mediabrands, Publicis Media, dan Omnicom Media Group.

Sejalan dengan langkah kalangan pemasar yang beralih dari pendekatan yang berpusat pada periklanan menuju metode yang lebih mengutamakan cerita, babak investasi terbaru ini akan menggerakkan serta memantapkan momentum dan kepemimpinan Clozette di bidang *social content marketing*. Pendanaan baru ini akan digunakan untuk meningkatkan skala platform konten dan alat analisis (*analytics*) milik perusahaan yang berorientasi pada data, memperluas jangkauannya di pasar-pasar baru, berawal dari Thailand, serta mengembangkan Ekosistem Cool Japan yang interaktif.

"Investasi dari Cool Japan Fund dengan baik membuktikan visi Clozette tentang *content marketing* yang orisinal. Konten adalah raja - konsumen saat ini memblokir iklan, namun mengonsumsi konten dengan jumlah yang luar biasa pada platform pilihannya. Di saat bersamaan, mereka menuntut keaslian, interaksi dan mobilitas dalam pengalamannya. Kalangan pemasar harus menerapkan perubahan penting ini dalam perilaku konsumsi mediana demi mengikuti perubahan persepsi di tengah generasi konsumen yang baru," ujar Roger Yuen, CEO, Clozette.

Pendanaan babak Seri C terwujud setelah periode pertumbuhan dan tingkat keuntungan Clozette yang pesat, dengan pendapatan tahun 2018 yang meningkat lebih dari 140 persen selama tahun terakhir, digerakkan oleh pertumbuhan 200 persen dari anak usahanya di Indonesia - negara terbesar ke-4 di dunia yang berpenduduk lebih dari 260 juta jiwa, sebagian besar penduduknya berusia di bawah 35 tahun.

"Kami terkesan dengan tim manajemen Clozette yang terdiri atas praktisi serta wirausaha kawakan di sektor media digital, dan kami gembira bekerja sama dengan mereka, seiring langkah perusahaan untuk mempercepat transformasi pemasaran digital dan konvensional di Asia serta wilayah-wilayah lainnya," kata Yuji Kato, COO & CIO, Cool Japan Fund.

Dia menambahkan, "DNA Clozette cocok dengan misi Cool Japan Fund yang ingin mempromosikan mode, kecantikan, makanan, pariwisata dan gaya hidup dari Jepang kepada kalangan konsumen di seluruh dunia. Sebagian dari investasi ini akan digunakan untuk menciptakan Ekosistem Cool Japan dalam berbagai bahasa, serta memungkinkan pencarian konten "keren" (*cool*) tentang Jepang yang bisa ditindaklanjuti dan bersifat *shoppable*, mengandalkan cara bercerita Clozette yang unik dan jaringan tenaga berbakatnya demi menarik minat generasi baru dari para penggemar budaya Jepang di Asia dan beberapa wilayah lainnya."

Ekosistem Cool Japan yang interaktif oleh Clozette akan diluncurkan pada Juni 2019.

Sejumlah investor perusahaan saat ini termasuk Phillip Private Equity dan Walden International.

Tentang Clozette

Clozette ialah perusahaan media baru yang transformatif dan membantu berbagai merek untuk menginspirasi serta menjangkau wanita modern lewat sederet solusi pemasaran digital, dan pengalaman *omni-channel* yang revolusioner serta berpusat pada kreasi, distribusi, dan amplifikasi konten-konten yang meraih penghargaan, serta memadukan wewenang editorial dengan karya-karya asli yang dibuat oleh jaringan luas, yang terdiri atas para kreator dan tenaga berbakat dengan jangkauan sosial sebanyak 600 juta. Perusahaan mendapat permodalan dari Walden International, Phillip Private Equity dan Cool Japan Fund.

Tentang Cool Japan Fund

Cool Japan Fund berdiri pada November 2013 sebagai dana investasi publik-swasta dengan tujuan untuk mendukung serta mempromosikan peningkatan kebutuhan akan berbagai produk dan layanan Jepang yang terbaik di luar negeri. Cool Japan Fund ingin mengomersialisasikan "Cool Japan", dan meningkatkan permintaan dari luar negeri dengan menyediakan modal ventura bagi berbagai perusahaan di beragam bidang, termasuk media & konten, makanan & jasa, serta mode & gaya hidup.

NARAHUBUNG: April Tan, +65-90934339, april.tan@clozette.co