確立產品定位 善用新網上平台推廣
改進網店功能帶動銷售

個案背景

在流動通訊邁向 5G 的世代，電子設備及相關產品在全球市場已形成巨大的產業鏈。除了大型企業參與其中，很多中小企業及初創微企也希望能在市場上分一杯羹，一位「問問專家」業務諮詢服務申請人便是其中一份子。

申請人提出的問題

申請人的公司主要在網上銷售電子產品及日用品，希望請教顧問應如何在網上有效地推廣產品，亦希望探索傳統渠道以外的推廣方法。此外，他亦想諮詢顧問，經營網上生意，長遠來說有甚麼需要注意的地方。

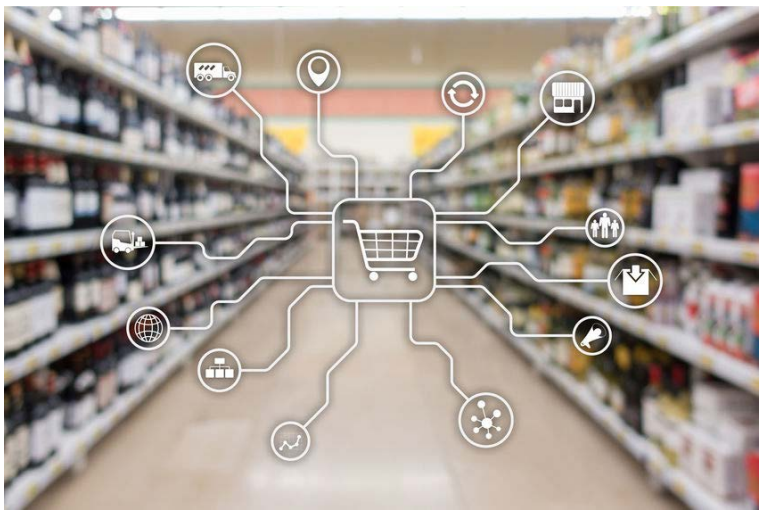
專家顧問提供的分析 / 意見

工業貿易署「問問專家」服務兩位電子商貿範疇的顧問—香港互聯網及電子商務發展協會副會長趙溢佳博士和協會活動幹事陳雁萍小姐認為，申請人所經營的電子產品及日用品的類別，市場上對手眾多，競爭異常激烈。陳小姐指：「要在這樣的市場環境生存，企業需要知道自己產品的定位和獨特賣點是甚麼。如果公司沒有特別品牌，有甚麼因素可令消費者選擇其產品呢？若不是以低價銷售，就可能要加上增值服務，才能吸引顧客。」



兩位顧問認同，相對傳統渠道如電視廣告、報章雜誌等推廣方法，申請人如利用社交媒體及影片分享平台的推廣方式會較合適。趙博士說：「社交媒體及影片分享平台這些新穎而用戶眾多的宣傳渠道，正適合用來推廣屬於大眾市場的產品，如申請人銷售的電子產品。申請人可為產品拍攝介紹或示範影片，再把影片分享到 Youtube、Facebook 等平台。這樣成本遠低於投放電視廣告，卻可能獲得相約甚至更佳效果。」他建議，申請人可邀請一些

擁有大量追蹤者的社交網絡紅人 (KOL) 合作推廣，例如贈送產品給網絡紅人使用，而這些網絡紅人則會在社交媒體發帖或更新動態，分享產品資訊及用後感，甚至提供購買折扣碼。若更進一步的話，網絡紅人可以在自己的社交平台或網店與申請人合作出售產品，雙方再按銷售額分帳。這些都是已有成功例子證明、較新式的推廣方法。



至於長遠應如何經營網上生意？趙博士建議說：「不論是為了提升公司網站在搜尋引擎的排名和流量，抑或使用搜尋引擎付費廣告作推廣，企業均需要建立一個具有電子商務功能的網上商店。網店的風格、產品的資料、產品如何展示、消費者如何下訂單、結算系統、送貨以至客戶服務支援等環節均要不斷改進，才能提升網站排名，增加網店流量。」他以今年新冠肺炎疫情為例，很多網店在社交平台上聲稱可出售口罩，反應卻有一定差別。他分析指，除了產品不同，網店予人的印象和信心不同，及客戶服務支援表現不同等，都可以影響銷售反應。

他又補充指，中小企業利用一些主要社交媒體和大型網購平台銷售，亦不妨付費在這些平台內登廣告，將這有助互相引流，接觸更多客戶。

專家顧問就個案指出中小企業可學習到的重點 / 精要

專家建議：「企業須了解產品的定位與賣點，善用社交媒體及影片分享平台等新宣傳渠道。長遠則需要建立具有電子商務功能的網上商店，不斷改進，才能讓網店生意更進一步。」

在「問問專家」業務諮詢服務個案分析集內提供的任何意見、結論或建議，
並不代表香港特別行政區政府及工業貿易署的觀點。