電商營銷多互動 銷售專注保定位

個案背景

隨著電子商貿平台在世界各地興起，很多消費者已養成網上購物的習慣。相比開設實體店鋪需應付租金等龐大開支，很多創業人士會選擇於大型電子商貿平台開設網店作為起步，發展自己的事業。專家建議，創業者可盡早嘗試開展電子商貿業務，累積客戶及經驗，並為公司逐漸建立形象。

申請人提出的問題

「問問專家」業務諮詢服務申請人馬小姐，家庭背景與中醫有關，自小對中藥有所認識。她希望先嘗試創業，經營化妝品進出口業務，期望通過網絡做化妝品電子商貿營銷，例如將一些外國著名品牌化妝品經網店轉售，賺取當中差價。她的長遠目標，是將自行研發具中藥成份的有機化妝品，於網店銷售到本地和國內，以至一帶一路沿線國家。馬小姐對開展事業，以及開發新產品、成立個人品牌等方面感到困難，因此希望諮詢專家意見。

專家顧問提供的分析 / 意見



工業貿易署「問問專家」電子商貿顧問、香港互聯網及電子商務發展協會活動幹事陳雁萍小姐與申請人馬小姐會面。她認為，馬小姐與不少有志創業的人士類似，對是否踏出創業第一步，顯得有點猶豫不決。她建議，馬小姐應先下定決心，著手準備成立公司，盡快開設網店。

陳小姐認為，馬小姐有一些很好的具體經營理念。「例如馬小姐提到自己會積極回答網店客戶的查詢，又會嘗試拍攝短片，親自示範如何使用所銷售的化妝品。這些都是有效的電子商貿營銷方法。」她建議，馬小姐可多以直播方式與網店客戶交流，嘗試將自己塑造成為一位對化妝品有研究的網絡紅人 (KOL, Key Opinion Leader)，不但可為自己建立專家形象，更可增強與客戶互動。她補充指，馬小姐可就網店數據，設定一些定期的關鍵績效指標 (KPI, Key Performance Indicator)，推動自己更努力推廣。

陳小姐又提醒，如果馬小姐計劃網店長遠以售賣有機化妝品為主，於早期只能轉售其他著名品牌，便應盡量專注，多售具類似特性的有機化妝品，保持網店定位一致。

另一位工貿署「問問專家」電子商貿顧問、香港互聯網及電子商務發展協會副會長趙溢佳博士表示，內地市場龐大，一些內地大型社交或電子商貿平台，廣告收費或遠高於香港。他提醒中小企業，若要在內地電子商貿平台開展業務，便要注意在不同平台實施不同的推廣策略。他又建議馬小姐，可嘗試將自己網店產品資料發佈到一些內地知名的網絡購物和社交平台，這樣除了可鼓勵更多消費者互相分享心得，更可增加網店及產品的曝光率，從而帶來訂單。

申請人與專家顧問會面後如何處理問題

申請人馬小姐認為兩位顧問的建議相當實用，有助她認清正確的業務發展方向。她表示，與顧問會面後，已正式註冊成立公司，並於內地大型電子商貿平台開設網店，現已累積近千客戶。馬小姐分享道：「開公司做生意的壓力很大。現時每日都會查閱哪些字詞是最多消費者搜索，每天都會總結網店數據，不斷調整銷售策略，慶幸現時正向好的方向發展。」她期望透過網店，收集更多市場數據，從而了解消費者喜好，及累積市場經驗。

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：「決心創業勿遲疑，與客互動助營銷。」

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。