線上結合線下 擴闊銷售渠道

個案背景

電子商貿持續發展，改變了傳統銷售模式，為很多有意創業的人士帶來機會。很多初創企業主要以網上平台銷售產品及服務，但網上平台百花齊放，產品五花八門，企業如何能在當中突圍而出? 專家建議，創業者可利用線上線下 (O2O, Online To Offline) 的營銷模式加強推廣，並需密切留意廣告表現及市場變化等。

申請人提出的問題

「問問專家」業務諮詢服務申請人溫先生，在年多前開始網上銷售手提電話個性化配件生意。溫先生表示，公司在不同的網絡社交平台開設了專頁及帳戶以作宣傳，生意主要依靠投放在谷歌 (Google) 及臉書 (Facebook) 的網上廣告帶動，收入主要來自美國，佔七成至八成，本地收入則佔大約一成。網上廣告的策略行之有效，幫助公司站穩陣腳。不過，溫先生慨嘆：「最近發現生意未能持續增長，感覺公司發展到了樽頸位，似乎難以讓業務更上一層樓。」他希望請教專家，尋求辦法提升公司市場推廣及銷售方面的表現。

專家顧問提供的分析 / 意見

工業貿易署「問問專家」服務的兩位電子商貿顧問、香港互聯網及電子商務發展協會副會長趙溢佳博士及活動幹事陳雁萍小姐建議，溫先生可嘗試發展非網上業務，以線上線下 (O2O) 結合的營銷模式拓展生意，例如與一些手提電話品牌合作推出產品，或與手提電話品牌專門店、經銷商以至一些大型商場合作，將公司產品展示於場內寄賣。陳小姐補充，不同產品要視乎市場特點，採用不同推廣形式。



趙博士指出，線上結合線下 (O2O) 的模式，例如在網上展示產品短片及照片，在實體店展示產品實物，可讓網店與實體店互相影響，增加產品的銷售渠道及品牌知名度。他建議，初創微企應盡早藉網上廣告推廣爭取生意。趙博士說：「網上廣告的好處就是成本不用太高。在不同的網上平台投放廣告，可針

對不同的細分市場，例如產品要針對年輕客戶，可選擇於 Instagram 等年輕用戶較多的平台發放廣告。網上廣告的另一好處，是企業可掌握廣告的相關數據，像廣告的瀏覽量、點擊率、瀏覽時間及更多潛在客戶資料等。一些平台例如 Facebook 更可讓企業同時發放不同款式的網上廣告，以比較哪種更受歡迎。數據可反映廣告效果，企業可視乎反應，不斷調整廣告內容及策略，令營銷效果變得更好。」

趙博士提醒，網上廣告的形式不斷轉變，如現時較受歡迎的形式是發佈一分鐘內的短片或直播活動。企業要留意市場趨勢，不斷嘗試發放網上廣告，每次廣告活動後也要評估效益。只要屬於預算之內，即使要從錯誤中學習亦未嘗不可。他又指，創業人士要多學習電子商貿知識，可於網上自學，亦可請教有關專家。

申請人與專家顧問會面後如何處理問題

申請人溫先生認為兩位顧問的建議對他很有啟發，正研究如何發展線下業務，將自己產品個性化的特點配合實體店銷售，將生意規模擴大。

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：「線上線下相結合，營銷效果更顯著。」

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。