創業零開始 拋開舊想法 勇敢邁向前 建個人品牌

個案背景

智能手機的普及，帶動了手機配件的商機，包括手機殼、保護貼、充電器等，今次「問問專家」業務諮詢服務的申請人馮小姐，以生產和售賣手機殼為主要業務。

馮小姐最初用五佰元在社交媒體 Instagram 為產品登廣告，在短短兩星期內，便為她帶來五位數字的純利，以起步階段來說，成績可說是非常理想，後來，她更成功獲批「恒生青年創業計劃」五萬元起動資金。不過，馮小姐的難題是無法維持穩定的生意額，其業務亦因此無法擴展。

申請人提出的問題

馮小姐對設計很感興趣，靈感源源不絕，後來嘗試將設計融入手機殼中，並藉此建立業務。馮小姐經營的並非實體店，即使在社交媒體登廣告，其知名度始終有限，這個問題也令她感到困擾。



最重要的是，無論是產品或經營模式，只要在互聯網或社交平台取得成功，便很容易引來別人模仿。馮小姐在創業路上是新手，遇到上述問題感到挫折和迷茫，於是她在網上搜尋應對策略，最終找到工業貿易署「問問專家」業務諮詢服務，並向「問問專家」業務諮詢服務的顧問請教市場推廣的竅門。

專家顧問提供的分析／意見

「問問專家」業務諮詢服務顧問刁俊源先生指出，馮小姐的情況是初創企業的典型案例。「很多人以為初創企業的成功，是跟在哪所大學畢業、持有多少資金有很大關係，但事實剛好相反，初創企業都是『由零開始』，對每

一位創業人士都是公平的。」

他認為，初創企業的策略就是不要怕被模仿或比較，有新想法就應盡快實踐出來，「擔心都要做，總之不停地嘗試」。雖然馮小姐的性格較內向，但刁先生認為她最大的優點是願意嘗試，而且在設計方面很有潛質，要解決其業務上的困難，則視乎她有多大勇氣面對挑戰。

另一方面，刁先生建議馮小姐可向「關鍵意見領袖」(Key Opinion Leader, "KOL")方向發展，「時下的 KOL 大致分兩類，一是依靠外表推銷產品，一是憑個人才華引起別人共鳴」，而馮小姐較適合以後者發展。甚麼是憑個人才華引起別人共鳴？刁先生以近年一位資深藝人為例子，他廚藝了得，主持節目時又夠「貼地」，所以深受觀眾和廣告商歡迎。如套用到馮小姐身上，就是要透過設計，建立自己的品牌，「讓顧客從產品中感受到代表設計者的特質。」馮小姐喜歡美的事物，雖自信不足，但勇於嘗試，這些個性容易引起時下年輕人的共鳴。刁先生建議馮小姐可建立個人專頁，透過與他人分享自己的設計和想法，相信能夠吸引一些喜愛設計的人關注其產品，還能吸引一些喜歡她的個性的人關注其動向，從而帶動業務發展。

最後，刁先生建議馮小姐在不同的渠道宣傳產品，例如 Facebook 和 Instagram。在推銷的過程中，摸索顧客對產品的喜好，除了探索及設計出獨一無二的產品，也可專注生產及銷售一些較暢銷的產品。這樣既可發展出代表馮小姐的個人品牌，又可顧全業務發展，提高生意額。

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：「想到就去做，擔心都要做，成功在嘗試。」

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。