針對企業客戶 線上多作推廣 線下積極接觸

個案背景

新冠肺炎疫情肆虐，殺菌消毒產品需求上升，成為家家戶戶甚至大小企業必備的日常用品。疫情下，市民除了可到超級市場、連鎖護理用品店等購買防疫產品，亦會選擇在網上訂購，既方便又可減少不必要接觸。

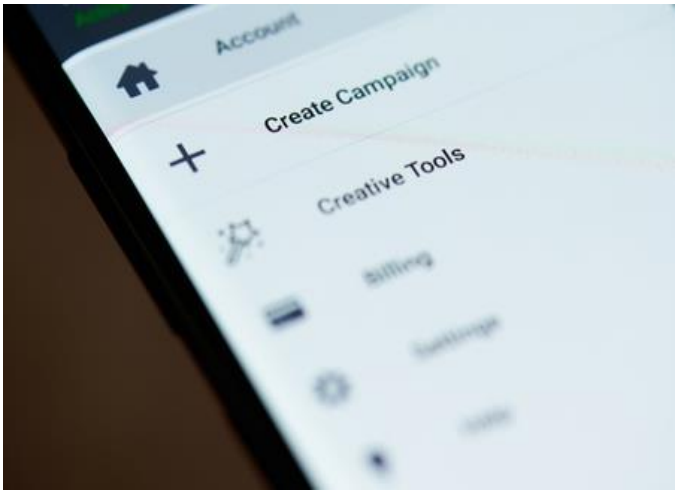
申請人提出的問題



一位「問問專家」業務諮詢服務申請人數年前開設銷售殺菌貼膜和消毒噴劑的公司，客戶對象包括公司及個人消費者。他表示，其公司以往只懂以電郵向公司客戶的採購部門推廣產品，卻感到難以開拓市場，因此希望請教專家市場推廣策略。

專家顧問提供的分析/ 意見

工業貿易署「問問專家」市場推廣顧問、香港中小型企業聯合會第一副會長鄭仲邦先生曾與申請人傾談。鄭先生向申請人提出不同推廣策略。他指：「並非所有推廣方法都可應用於公司客戶市場。申請人可以多利用互聯網向公司客戶推廣產品，舉例說可利用搜尋引擎關鍵字搜索廣告，篩選特定行業發送電子郵件推廣 (EDM)。申請人亦可以多拍攝產品示範的照片及短片，配以文字介紹發佈帖文，放到不同社交平台分享。另外可以在網上平台提供一些產品用家的個案分享，讓未使用過其公司產品的客戶，能對產品有更深認識。」



鄭先生提醒，社交平台用戶眾多，申請人既可向大眾消費者宣傳公司產品，亦可以接觸潛在公司客戶。供應商使用社交平台時可以調校數百個不同的設定，例如地區、興趣、特質等，有效地排除非目標客戶，更精準地將訊息傳送至目標公司客戶，效率較傳統廣告高，成本亦比較低，更適合中小企業用作宣傳公司產品。

鄭先生又提醒，中小企業要發展公司客戶市場，不止要活躍於互聯網線上推廣，線下推廣方面也要積極主動。他建議申請人可以多參加一些社交活動，例如行業商會組織，接觸企業管理人員，從中獲得客戶轉介或發掘商機。

申請人與專家顧問會面後如何處理問題

申請人採納顧問鄭仲邦先生的建議，積極利用不同方法在網上推廣公司產品。他透露，宣傳效益非常可觀，其公司在增加大概一成的推廣開支後，生意額大幅增加約六成。

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：「企業客戶難接觸，宜線上線下多管齊下，主動推廣見成效。」

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。