「網絡商機無限 主動推廣事竟成
網店貨品定位至重要 建立客戶關係拓業務」

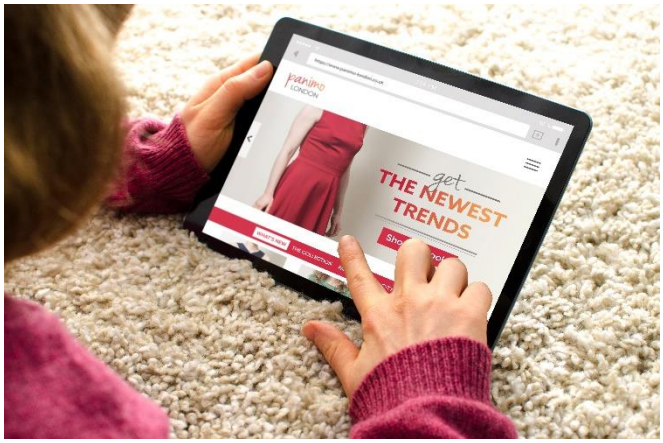
個案背景

在數據時代，網上交易大行其道，是實體店以外另一擁有龐大商機的市場。不少創業人士起步時均嘗試先於網上銷售產品，當中卻遇上不同問題。其中一位「問問專家」業務諮詢服務申請人，從事銷售運動服裝生意。

申請人提出的問題

由於資金及人手有限，申請人創業時主要依靠開設網店銷售，但申請人不太懂得如何進行網上推廣。

專家顧問提供的分析/ 意見



「問問專家」業務諮詢顧問甘水容博士表示，銷售是企業經營其中最重要的一環。他指出，傳統的企業透過實體店鋪銷售，所需成本較高，但較易受客戶信任。相反，對於像申請人這類只開設網店的初創企業或微企來說，最大的挑戰就是如何透過網上平台，給予客戶對網店的信心。甘博士說：「網上銷售成功的關鍵，是要加強網店與客戶之間的互動性。網店平台最基本要提供充足的資訊，包括清楚列出貨品的詳細資料、不同角度的貨品照片等。」

甘博士指出，不同社交平台皆可以利用作為網店銷售產品，企業更可以考慮在能夠負擔相關開支下，建立自己企業的網站。他解釋，一個完備的網上平台，除了能向客戶提供貨品資訊外，而且還能與客戶建立關係，及有系統地記錄客戶的資料、喜好產品等，讓企業更能了解客戶需要。企業除了可定期聯絡客戶如問候外，更可提供客戶感興趣的產品及新產品資訊，從而有助銷售及提升企業形象。甘博士建議，為了接觸更多客戶，企業可以選用網上推廣服務，例如讓潛在客戶於網上輸入貨品關鍵字，便會顯示網店相關連結、有關企業或貨品的資料等方式。他補充，企業應在網上平台提供不同的聯絡方法，讓客戶查詢

或表達意見，例如電話號碼及電郵等。若收到客戶查問及意見，應盡量及時回覆及跟進，網店的資料亦要定期更新，以提升客戶信心。

甘博士提醒，像申請人這類初創企業或微企，開業前應先選定目標客戶群，例如甚麼年齡、性別及地區等。他指出，企業要有清晰的市場定位，亦要謹慎選擇銷售那些貨品。甘博士說：「例如申請人從事運動服裝生意，但初期規模較細，可選擇多銷售尺碼及款式不多的輔助性產品，像日常的衣服、襪子及運動類週邊產品等，但避免銷售鞋類產品，以免需積存較多尺碼及款式的存貨。」

甘博士又提到，網店的存貨空間一般較少，為避免積壓存貨及貨款影響現金流，網店東主可選擇日常只保留部份存貨，留待確實收到客戶的訂單才訂貨。他又建議，店東應親自選擇及採購來貨，保障產品質素。甘博士又指，網店東主亦要小心考慮如何把貨品送交客戶及收款，並應清楚列出相關條款。

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：「網店潛力大，互動多好處更多。」

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。