

未雨绸缪 企业宜积极转型求变 应对时代变迁

个案背景

随着技术革新和市场变化，不同年代有不同新兴产业及商业营运模式崛起，抢占市场。传统企业要应对时代变迁和新兴产业的挑战，难免感到有如逆水行舟。一位「问问专家」业务咨询服务申请人马先生，经营一间设计公司，主要提供平面设计服务，希望利用近年兴起的数码市场营销方式，开拓新客源。

申请人提出的问题

马先生透露，自己的公司目前使用关键词广告，透过互联网推广公司的服务，但成效一般。他希望请教顾问，了解如何制定合适的市场推广策略，开拓客源。

专家顾问提供的分析/ 意见

马先生向工业贸易署「问问专家」市场推广顾问刁俊源先生请教有关问题。刁先生指出：「现时搜索引擎的网上广告越来越昂贵，效益却越来越低。生成式人工智能软件兴起，可以提供比搜索引擎更详尽和深入的答复，资料还可以转换成不同文件格式方便使用家。」

科技对广告营销手法带来急遽改变，像马先生般的企业可如何更有效利用应对？刁先生建议马先生可以调整公司网站的用字和图像，增加新鲜感，并尝试制作网上广告短片作为宣传的新载体，推广公司的业务。



但刁先生直言，马先生面对的困难并非单单源于推广方法未能推陈出新。他分析道：「过去，平面设计行业的发展与印刷技术的革新息息相关。然而，在现今这个智能电话全面普及的电子世代，很多已往只以印刷品形式展现的产品，例如产品目录等已数码化，平面设计行业的发展也随之进入数码化时代，制图和排版等工作现时已经不再只用人手做了，平面设计师要用到不少软件、應用程式、甚至高阶计算机系统，而提供给客户的服务也不再局限于印刷品，网站设计服务是其中一个比较常见的例子。世界改变了，企业如果固步自封，未能跟上潮流，单单借助新的营销推广方法和载体，业务是较难有增长的。」

之进入数码化时代，制图和排版等工作现时已经不再只用人手做了，平面设计师要用到不少软件、應用程式、甚至高阶计算机系统，而提供给客户的服务也不再局限于印刷品，网站设计服务是其中一个比较常见的例子。世界改变了，企业如果固步自封，未能跟上潮流，单单借助新的营销推广方法和载体，业务是较难有增长的。」

刁先生又指出：「马先生还可重点深入挖掘现有客户最多的行业，多争取这些行业的订单。」但他坦言，这个方法可能带来一些效果，但未必持久，马先生的公司长远仍要考虑业务转型，开拓全新的客源。刁先生提出一个比喻：「企业如果固步自封，情况就像一个水井水位下降，我们用新的工具和技术继续深入挖掘，水量可能有些许增加，但如果水源已接近枯竭，我们就要把目光投放到水井以外的水源，可能在水井不远处就有一条河流。」他提醒企业要多留意市场转变，不要后知后觉。「正如马先生入行时，便是淘汰了上一代以旧式方法从事平面设计的人。不是转变淘汰人，而是能适应转变的人，淘汰不能适应转变的人。」

申请人与专家顾问会面后如何处理问题

马先生于会面后，听从顾问刁先生的建议，对网站内容及字眼进行改动，亦尝试集中发展个别行业客户。其后他发现，网上广告的效果有改善，生意有好转。他认为刁先生的分析有道理，建议亦很实用。

专家顾问就个案指出中小企业可学习到的重点/ 精要

专家建议：「变幻才是永恒，企业宜积极求变进步，使用新推销手法不如开拓新业务。」

在「问问专家」业务咨询服务个案分析集内提供的任何意见、结论或建议，
并不代表香港特别行政区政府及工业贸易署的观点。

