确立产品定位 善用新网上平台推广
改进网店功能带动销售

个案背景

在流动通讯迈向 5G 的世代，电子设备及相关产品在全球市场已形成巨大的产业链。除了大型企业参与其中，很多中小企业及初创微企也希望能在市场上分一杯羹，一位「问问专家」业务咨询服务申请人便是其中一份子。

申请人提出的问题

申请人的公司主要在网上销售电子产品及日用品，希望请教顾问应如何在网上有效地推广产品，亦希望探索传统渠道以外的推广方法。此外，他亦想咨询顾问，经营网上生意，长远来说有甚么需要注意的地方。

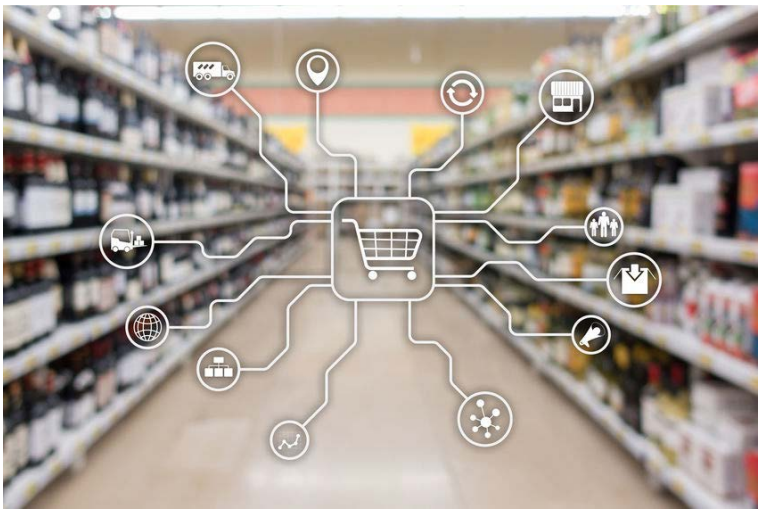
专家顾问提供的分析 / 意见

工业贸易署「问问专家」服务两位电子商贸范畴的顾问—香港互联网及电子商务发展协会副会长赵溢佳博士和协会活动干事陈雁萍小姐认为，申请人所经营的电子产品及日用品的类别，市场上对手众多，竞争异常激烈。陈小姐指：「要在这样的市场环境生存，企业需要知道自己产品的定位和独特卖点是甚么。如果公司没有特别品牌，有甚么因素可令消费者选择其产品呢？若不是以低价销售，就可能要加上增值服务，才能吸引顾客。」



两位顾问认同，相对传统渠道如电视广告、报章杂志等推广方法，申请人如利用社交媒体及影片分享平台的推广方式会较合适。赵博士说：「社交媒体及影片分享平台这些新颖而用户众多的宣传渠道，正适合用来推广属于大众市场的产品，如申请人销售的电子产品。申请人可为产品拍摄介绍或示范影片，再把影片分享到 Youtube、Facebook 等平台。这样成本远低于投放电视广告，却可能获得相约甚至更佳效果。」他建议，申请人可邀请一些拥有大量追踪者的社交网络红人 (KOL) 合作推广，例如赠送产品给网络红人使用，而

这些网络红人则会在社交媒体发帖或更新动态，分享产品信息及用后感，甚至提供购买折扣码。若更进一步的话，网络红人可以在自己的社交平台或网店与申请人合作出售产品，双方再按销售额分帐。这些都是已有成功例子证明、较新式的推广方法。



至于长远应如何经营网上生意？赵博士建议说：「不论是为了提升公司网站在搜索引擎的排名和流量，抑或使用搜索引擎付费广告作推广，企业均需要建立一个具有电子商务功能的网上商店。网店的风格、产品的数据、产品如何展示、消费者如何下订单、结算系统、送货以至客户服务支持等环节均要不断改进，才能提升网站排名，增加网店流量。」他以今年新冠肺炎疫情为例，很多网店在社交平台上声称可出售口罩，反应却有一定差别。他分析指，除了产品不同，网店予人的印象和信心不同，及客户服务支持表现不同等，都可以影响销售反应。

他又补充指，中小企业利用一些主要社交媒体和大型网购平台销售，亦不妨付费在这些平台内登广告，将这有助互相引流，接触更多客户。

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：「企业须了解产品的定位与卖点，善用社交媒体及影片分享平台等新宣传渠道。长远则需要建立具有电子商务功能的网上商店，不断改进，才能让网店生意更进一步。」

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。