电商营销多互动 销售专注保定位

个案背景

随着电子商贸平台在世界各地兴起，很多消费者已养成网上购物的习惯。相比开设实体店铺需应付租金等庞大开支，很多创业人士会选择于大型电子商贸平台开设网店作为起步，发展自己的事业。专家建议，创业者可尽早尝试开展电子商贸业务，累积客户及经验，并为公司逐渐建立形象。

申请人提出的问题

「问问专家」业务咨询服务申请人马小姐，家庭背景与中医有关，自小对中药有所认识。她希望先尝试创业，经营化妆品进出口业务，期望通过网络做化妆品电子商贸营销，例如将一些外国著名品牌化妆品经网店转售，赚取当中差价。她的长远目标，是将自行研发具中药成份的有机化妆品，于网店销售到本地和国内，以至一带一路沿线国家。马小姐对开展事业，以及开发新产品、成立个人品牌等方面感到困难，因此希望咨询专家意见。

专家顾问提供的分析 / 意见



工业贸易署「问问专家」电子商贸顾问、香港互联网及电子商务发展协会活动干事陈雁萍小姐与申请人马小姐会面。她认为，马小姐与不少有志创业的人士类似，对是否踏出创业第一步，显得有点犹豫不决。她建议，马小姐应先下定决心，着手准备成立公司，尽快开设网店。

陈小姐认为，马小姐有一些很好的具体经营理念。「例如马小姐提到自己会积极回答网店客户的查询，又会尝试拍摄短片，亲自示范如何使用所销售的化妆品。这些都是有效的电子商贸营销方法。」她建议，马小姐可多以直播方式与网店客户交流，尝试将自己塑造成为一位对化妆品有研究的网络红人 (KOL, Key Opinion Leader)，不但可为自己建立专家形象，更可增强与客户互动。她补充指，马小姐可就网店数据，设定一些定期的关键绩效指标 (KPI, Key Performance Indicator)，推动自己更努力推广。

陈小姐又提醒，如果马小姐计划网店长远以售卖有机化妆品为主，于早期只能转售其他著名品牌，便应尽量专注，多售具类似特性的有机化妆品，保持网店定位一致。

另一位工贸署「问问专家」电子商贸顾问、香港互联网及电子商务发展协会副会长赵溢佳博士表示，内地市场庞大，一些内地大型社交或电子商贸平台，广告收费或远高于香港。他提醒中小企业，若要在内地电子商贸平台开展业务，便要注意在不同平台实施不同的推广策略。他又建议马小姐，可尝试将自己网店产品数据发布到一些内地知名的网络购物和社交平台，这样除了可鼓励更多消费者互相分享心得，更可增加网店及产品的曝光率，从而带来订单。

申请人与专家顾问会面后如何处理问题

申请人马小姐认为两位顾问的建议相当实用，有助她认清正确的业务发展方向。她表示，与顾问会面后，已正式注册成立公司，并于内地大型电子商贸平台开设网店，现已累积近千客户。马小姐分享道：「开公司做生意的压力很大。现时每日都会查阅哪些字词是最多消费者搜索，每天都会总结网店数据，不断调整销售策略，庆幸现时正向好的方向发展。」她期望透过网店，收集更多市场数据，从而了解消费者喜好，及累积市场经验。

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：「决心创业勿迟疑，与客互动助营销。」

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。