在线结合线下 扩阔销售渠道

个案背景

电子商贸持续发展，改变了传统销售模式，为很多有意创业的人士带来机会。很多初创企业主要以网上平台销售产品及服务，但网上平台百花齐放，产品五花八门，企业如何能在当中突围而出? 专家建议，创业者可利用在线线下 (O2O, Online To Offline) 的营销模式加强推广，并需密切留意广告表现及市场变化等。

申请人提出的问题

「问问专家」业务咨询服务申请人温先生，在年多前开始网上销售手提电话个性化配件生意。温先生表示，公司在不同的网络社交平台开设了专页及账户以作宣传，生意主要依靠投放在谷歌 (Google) 及脸书 (Facebook) 的网上广告带动，收入主要来自美国，占七成至八成，本地收入则占大约一成。网上广告的策略行之有效，帮助公司站稳阵脚。不过，温先生慨叹：「最近发现生意未能持续增长，感觉公司发展到了樽颈位，似乎难以让业务更上一层楼。」他希望请教专家，寻求办法提升公司市场推广及销售方面的表现。

专家顾问提供的分析 / 意见

工业贸易署「问问专家」服务的两位电子商贸顾问、香港互联网及电子商务发展协会副会长赵溢佳博士及活动干事陈雁萍小姐建议，温先生可尝试发展非网上业务，以在线线下 (O2O) 结合的营销模式拓展生意，例如与一些手提电话品牌合作推出产品，或与手提电话品牌专门店、经销商以至一些大型商场合作，将公司产品展示于场内寄卖。陈小姐补充，不同产品要视乎市场特点，采用不同推广形式。



赵博士指出，在线结合线下 (O2O) 的模式，例如在网上展示产品短片及照片，在实体店展示产品实物，可让网店与实体店互相影响，增加产品的销售渠道及品牌知名度。他建议，初创微企应尽早藉网上广告推广争取生意。赵博士说：「网上广告的好处就是成本不用太高。在不同的网上平台投放广告，可针

对不同的细分市场，例如产品要针对年轻客户，可选择于 Instagram 等年轻用户较多的平台发放广告。网上广告的另一好处，是企业可掌握广告的相关数据，像广告的浏览量、点击率、浏览时间及更多潜在客户数据等。一些平台例如 Facebook 更可让企业同时发放不同款式的网上广告，以比较哪种更受欢迎。数据可反映广告效果，企业可视乎反应，不断调整广告内容及策略，令营销效果变得更好。」

赵博士提醒，网上广告的形式不断转变，如现时较受欢迎的形式是发布一分钟内的短片或直播活动。企业要留意市场趋势，不断尝试发放网上广告，每次广告活动后也要评估效益。只要属于预算之内，即使要从错误中学习亦未尝不可。他又指，创业人士要多学习电子商贸知识，可于网上自学，亦可请教有关专家。

申请人与专家顾问会面后如何处理问题

申请人温先生认为两位顾问的建议对他很有启发，正研究如何发展线下业务，将自己产品个性化的特点配合实体店销售，将生意规模扩大。

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：「在线线下相结合，营销效果更显著。」

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。