针对企业客户 在线多作推广 线下积极接触

个案背景

新冠肺炎疫情肆虐，杀菌消毒产品需求上升，成为家家户户甚至大小企业必备的日常用品。疫情下，市民除了可到超级市场、连锁护理用品店等购买防疫产品，亦会选择在网上订购，既方便又可减少不必要接触。

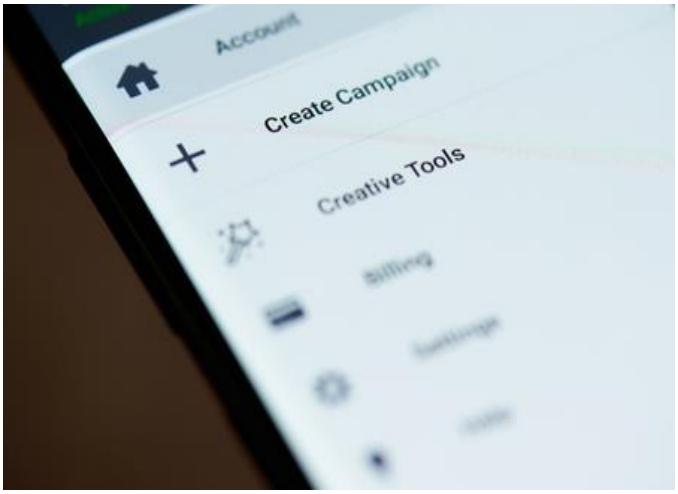
申请人提出的问题



一位「问问专家」业务咨询服务申请人数年前开设销售杀菌贴膜和消毒喷剂的公司，客户对象包括公司及个人消费者。他表示，其公司以往只懂以电邮向公司客户的采购部门推广产品，却感到难以开拓市场，因此希望请教专家市场推广策略。

专家顾问提供的分析/ 意见

工业贸易署「问问专家」市场推广顾问、香港中小型企业联合会第一副会长郑仲邦先生曾与申请人倾谈。郑先生向申请人提出不同推广策略。他指：「并非所有推广方法都可应用于公司客户市场。申请人可以多利用互联网向公司客户推广产品，举例说可利用搜索引擎关键词搜索广告，筛选特定行业发送电子邮件推广 (EDM)。申请人亦可以多拍摄产品示范的照片及短片，配以文字介绍发布帖文，放到不同社交平台分享。另外可以在网上平台提供一些产品用家的个案分享，让未使用过其公司产品的客户，能对产品有更深认识。」



郑先生提醒，社交平台用户众多，申请人既可向大众消费者宣传公司产品，亦可以接触潜在公司客户。供货商使用社交平台时可以调校数百个不同的设定，例如地区、兴趣、特质等，有效地排除非目标客户，更精准地将讯息传送至目标公司客户，效率较传统广告高，成本亦比较低，更适合中小企业用作宣传公司产品。

郑先生又提醒，中小企业要发展公司客户市场，不止要活跃于互联网在线推广，线下推广方面也要积极主动。他建议申请人可以多参加一些社交活动，例如行业商会组织，接触企业管理人员，从中获得客户转介或发掘商机。

申请人与专家顾问会面后如何处理问题

申请人采纳顾问郑仲邦先生的建议，积极利用不同方法在网上推广公司产品。他透露，宣传效益非常可观，其公司在增加大概一成的推广开支后，生意额大幅增加约六成。

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：「企业客户难接触，宜在线线下多管齐下，主动推广见成效。」

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。