疫情带动网购盛行 网上客服需加强配合推广

个案背景

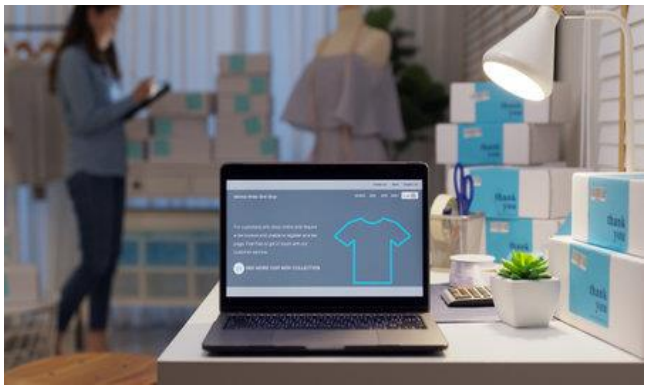
不少传统企业在内地设厂生产，在 2019 冠状病毒病疫情下，除生产受影响外，亦面对海外订单不稳的问题，他们均积极寻找方法，希望在逆境中找到出路。一位「问问专家」业务咨询服务申请人余先生，之前于国外工作，疫情爆发后，他回来协助家族管理在内地设厂的生意。他刚于本港开设小型家品业务，并成立出口批发公司。

申请人提出的问题

余先生透露，在本港成立公司的目的，是以本港作平台，将家族的产品向外推广。他希望请教顾问，如何找寻买家，及经营进出口贸易需注意的事项。

专家顾问提供的分析/ 意见

工业贸易署「问问专家」企业策略/管治服务咨询顾问刁俊源先生，曾与申请人余先生详谈。刁先生表示，疫情持续改变营商方式与消费者的习惯，生产商如余先生般要更积极利用互联网寻找客户。他说：「 以往，消费者网购时大多以搜罗平价产品为主，网上亦未必有最好最新的产品供消费者选购。但是，现时不少实体店铺或供货商亦开设有网上商店，或透过电商平台寄卖产品，很多最新产品亦在网上销售，消费者的选择明显较多。根据统计，2019 冠状病毒病疫情期间，约六成光顾实体店的客户改为网上购物。」他指出，疫情导致很多人在家工作，家品需求不跌反升，余先生这类家品生产商可从中受惠。他解释道：「现时消费者已懂得利用互联网搜集数据，又会在 Facebook 或一些小型社交媒体群组分享对产品用后感，加上近年很多网红(KOL)在社交媒体发推广帖文、拍摄短片甚至以直播形式促销产品。生产商可分析网上推广与购物数据，以了解企业客户以至消费者的喜好，作针对性推广。另一方面，在网上社交媒体推广能打破地域限制，网购者也可以是批发订单的客户，因此余先生应善用这些推广渠道。」



刁先生不讳言，很多初创企业因资金有限，选择只开设网店，但没有实体店铺，更需留意是否能确切提供产品售后服务。他说：「顾客在实体店购物，能面对面提出问题，

卖方能实时响应解答。不少网上购物的消费者在下订单前后，也有很多问题透过留言或讯息发问，但很多网店未能尽快回复，甚至没有响应。营运网店的初创企业要了解，撰写产品简介和拍摄一些精美相片放到网上，并不能取代客户服务。客户服务应有互动，双方要有有效沟通。」他补充，一些网店的致命伤是未有提供联络数据，故建议网店应提供电话等联络方法。



刁先生又提到，一些企业的网上客户服务平台，会利用聊天机械人模拟人类作在线对话。他认为，大企业面对大量查询，或可选择利用这种方式应对客户，聊天机械人对中小企业来说则未必合适。他指出，一些最初没有实体店铺的网店，当业务上轨道后亦会增设实体店铺，在线结合线下以加强客户服务。另外，刁先生指，像余先生般希望以网店拓展海外市场的供货商，要注意自己产品的目标市场的入口限制、进口关税和清关手续等事宜，市场上有不少物流公司能协助处理报关及运送等，建议多找几间公司比较。

申请人与专家顾问会面后如何处理问题

余先生认为顾问刁先生的建议很实用。他采纳刁先生的意见，一方面为公司建立网店，亦在不同社交媒体活动及网购平台展示产品，以寻找及接触潜在客户。

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：「疫情带动网购，企业应加强网上推广及网店客户服务。」

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。