创造市场需求 多找活动合作 口碑宣传省成本

个案背景

2019 冠状病毒病疫情肆虐，为民众带来健康欠佳、失业和社会孤立等种种压力，令更多人使用减压的产品。据外国一些报道，香熏产品在欧美及亚洲多国销量近年均持续增长，被认为市场潜力很大。其中一位「问问专家」业务咨询服务申请人李小姐有意创业，于本地销售可自行调配香味的香熏产品。

申请人提出的问题

申请人李小姐并不了解本港香熏产品市场的情况。她希望请教顾问有关香熏产品于香港市场的需求量，以及探讨市场推广的方法。

专家顾问提供的分析/ 意见



工业贸易署「问问专家」市场推广咨询顾问、全港商会执行委员会主席刘丽斯小姐曾与申请人李小姐会谈。刘小姐指出，本港没有官方机构公布的香熏产品市场数据。她相信产品的市场需求是可以创造的，创业时是否有完备市场数据作参考并不是最重要，况且不是所有商品类型都有公开的市场数据。

刘小姐表示，申请人可以寻找合作伙伴，在本地的活动中推广香熏这类个人护理产品。她建议：「李小姐可以尝试与婚礼统筹师合作，将她的香熏产品用于婚宴中，打造香熏婚礼，培添浪漫气氛。譬如放于婚宴场地接待处，作为婚宴场地装饰，亦可在婚宴拍照区放置香熏炉、大型香熏座等，供宾客拍照「打卡」之用，又或作为送赠予宾客的回礼小礼物。」她又建议，李小姐可以透过 Facebook、Google 等网络渠道，联络坊间一些举办身心灵健康活动及课程的负责人，将有协同效果的香熏产品引入这些活动中。」

刘小姐认为，像李小姐这些初创企业，未必有太多创业资金用于推广，因此，透过人传人这种口碑营销的方式作宣传，才是最节省成本而有效果的方法。她解释道：「现时很多中小企业向大众市场销售产品，都会利用 Facebook 等社交媒体作推广，但即使是社交媒体直播这类新兴模式，也不能让用户感受到香熏产品的味道，而香味正正是

香熏产品其中一个最主要的卖点。若举办一些小型聚会，让参加者能亲身感受产品的效果，从而建立口碑，再配合赠品鼓励参加者向亲友推广，所需开支不多，却更容易吸引更多人成为用家。」

刘小姐又提醒，创业人士可以尝试与实体店铺合作销售产品，并测试市场对产品的反应。她举例指，李小姐可以在小型饰物店寄卖香熏产品，当售出产品才拆帐。这样的话，李小姐既无需缴付租金，便有地方销售产品；合作店铺因售后拆帐，亦不需先付货款，达至双赢局面。

她又表示，善用网上广告如关键词搜索宣传产品，未必需要很大开支。若公司网站或产品帖文多留言互动，有助提升搜索引擎显示的排位。她补充指，于网上及社交媒体中购买广告，要多检视效益，有需要可适当调整广告内容。

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：「创造需求，多觅伙伴，活动推广，口碑宣传。」

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。