

疫情後電商發展趨勢

香港電商協會會長

李基銓 Stanley



李基銓 Stanley

- CBES集團創始人兼行政總裁
- 香港電商協會創會會長及中小型企業總商會副會長
- 香港物流發展局委員
- 香港優質標誌局理事
- 職訓局電子商務高級文憑課程編制委員會副主席
- 20+年零售、電商、跨境電商物流經驗



E-Commerce Association of Hong Kong

香港電商協會



創立電商協會

創辦於2015年，主要服務本地跨境電商賣家



凝聚電商力量

我們聯合本地電子商務商家並共享可用資源



創建電商生態

我們的目標是協助中小企業發掘商機並在香港推廣電子商務行業



疫情為我們的生活和消費形態帶來巨大改變

生活型態改變



自煮風潮



下身失蹤



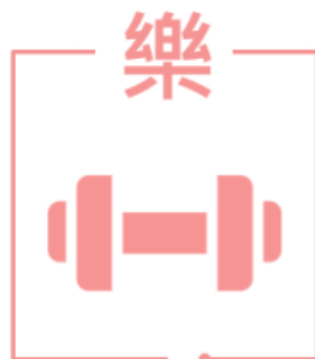
線上賞屋



共享運能



宅居學習



居家健身



行動銀行



凱絡媒體週報

疫情為我們的生活和消費形態帶來巨大改變

購物考量優先順序改變

全球消費者決定「實體通路」購物時的首要考量因素

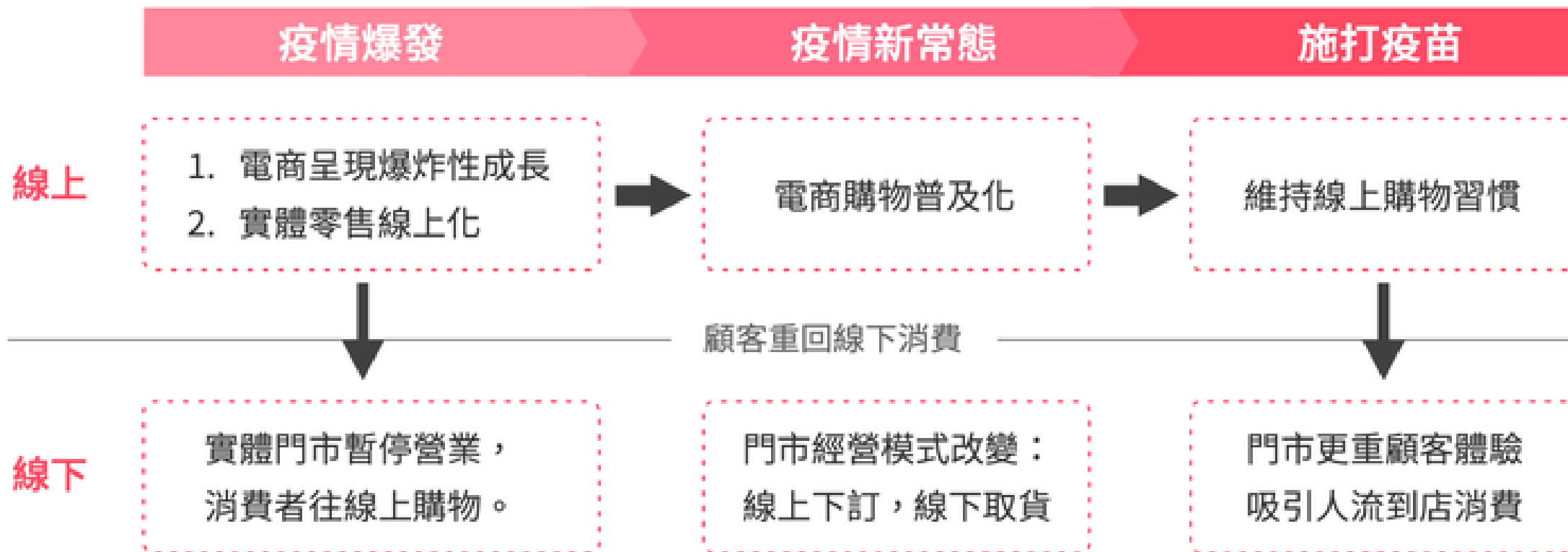


全球消費者決定「網路購物平台」購物時的首要考量因素



(資料來源：Facebook IQ)

購物消費模式改變



疫情嚴控政策使消費者購物型態轉變，零售商必須積極佈局電商外，線下實體店亦要配合數位轉型，提升消費者信賴感與黏著度。



即時更新Google
門市資訊

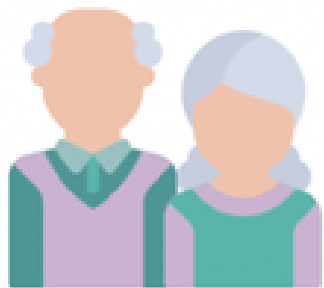


導入數位
支付工具



線上訂購、
線下取貨

疫情時代下電商競爭越發激烈，網路科技的發展、金物流的整合與消費者消費習慣改變，亦引發電商市場趨勢變化



年長族群開始線上購物



電商銷售有上升趨勢



直播觀看數大幅上升



社群通訊訊息量暴增



用數位內容接觸消費者



新品牌可趁勢宣傳曝光

疫情後電商策略

從多面向切入，建立顧客忠誠度

供貨情況

隨時商品庫存充足

價格

實惠的價格可吸引消費者向同一店家重複購買

與店家連結程度

針對網路消費者，提供可以直接與品牌聯繫並提出疑問、意見回饋的管道，增加品牌與消費者連結

屬性

產品製造是否能切合永續發展、環保相關議題，逐漸成為消費者關心因素

功能

優質的全通路購物體驗

利他性

商家對於疫情、災害的因應作法，商家如何讓消費者感受到共體時艱的支持

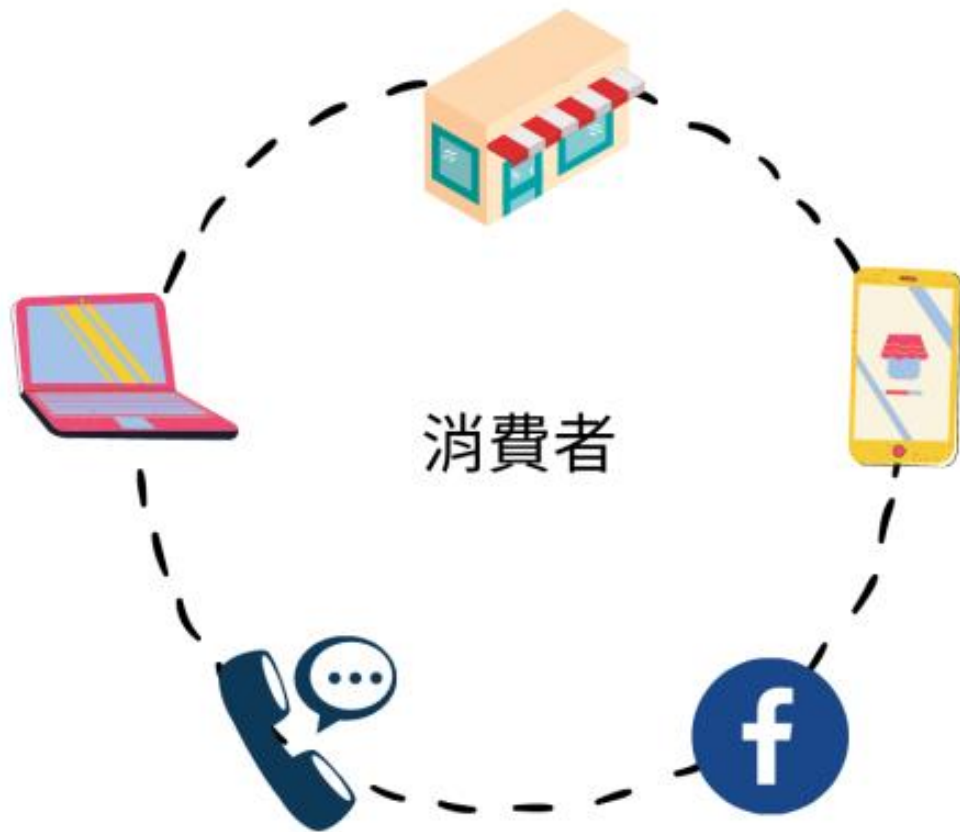
安心保證

商家向消費者提供說明他們如何因應（或協助顧客因應）新冠肺炎疫情發展變化

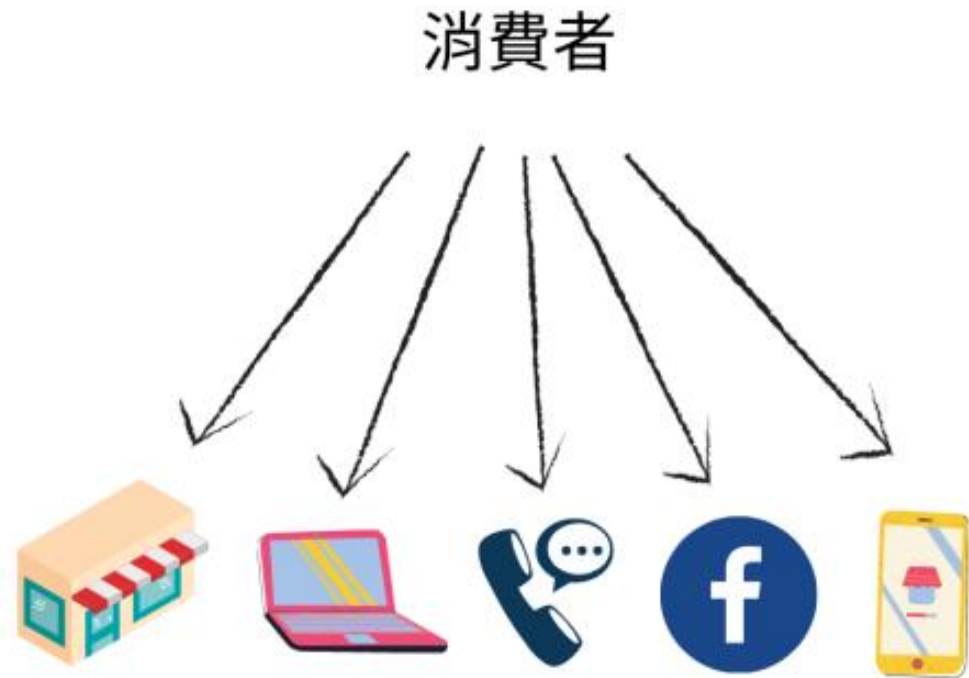
(資料來源：Facebook IQ)

後疫情時代趨勢，疫情使網購成日常，
電商模式更多元，增加競爭力

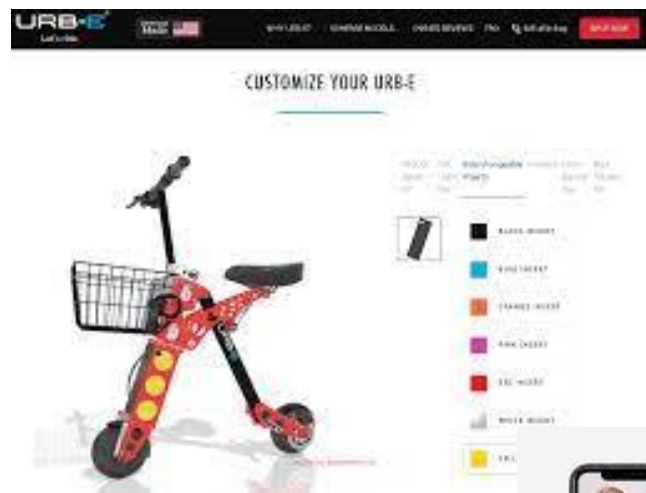
全通路



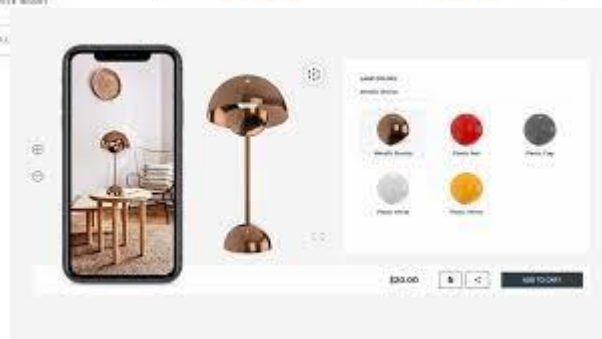
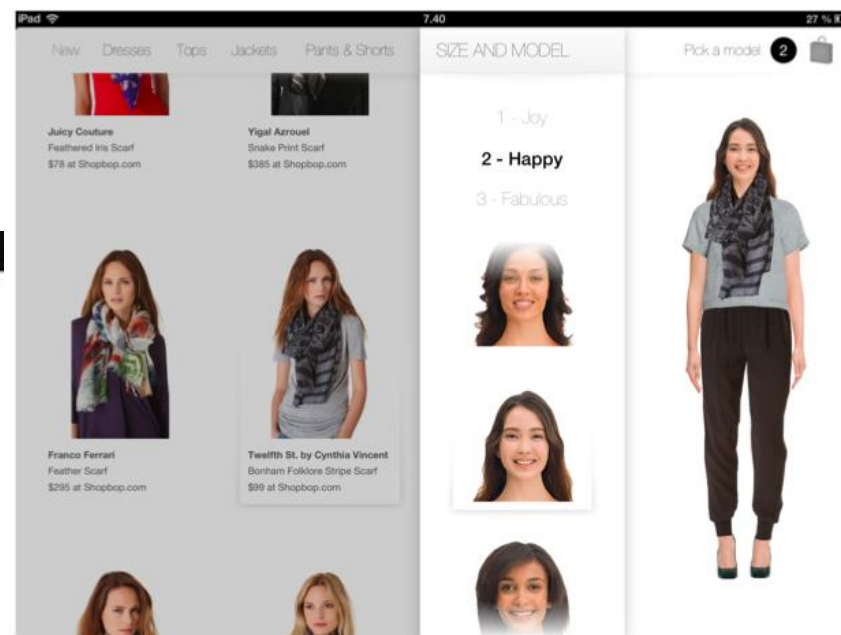
多通路



疫情後電商策略



個人化定制



提供更多元的支付方式

實體虛擬結合

疫情後電商策略

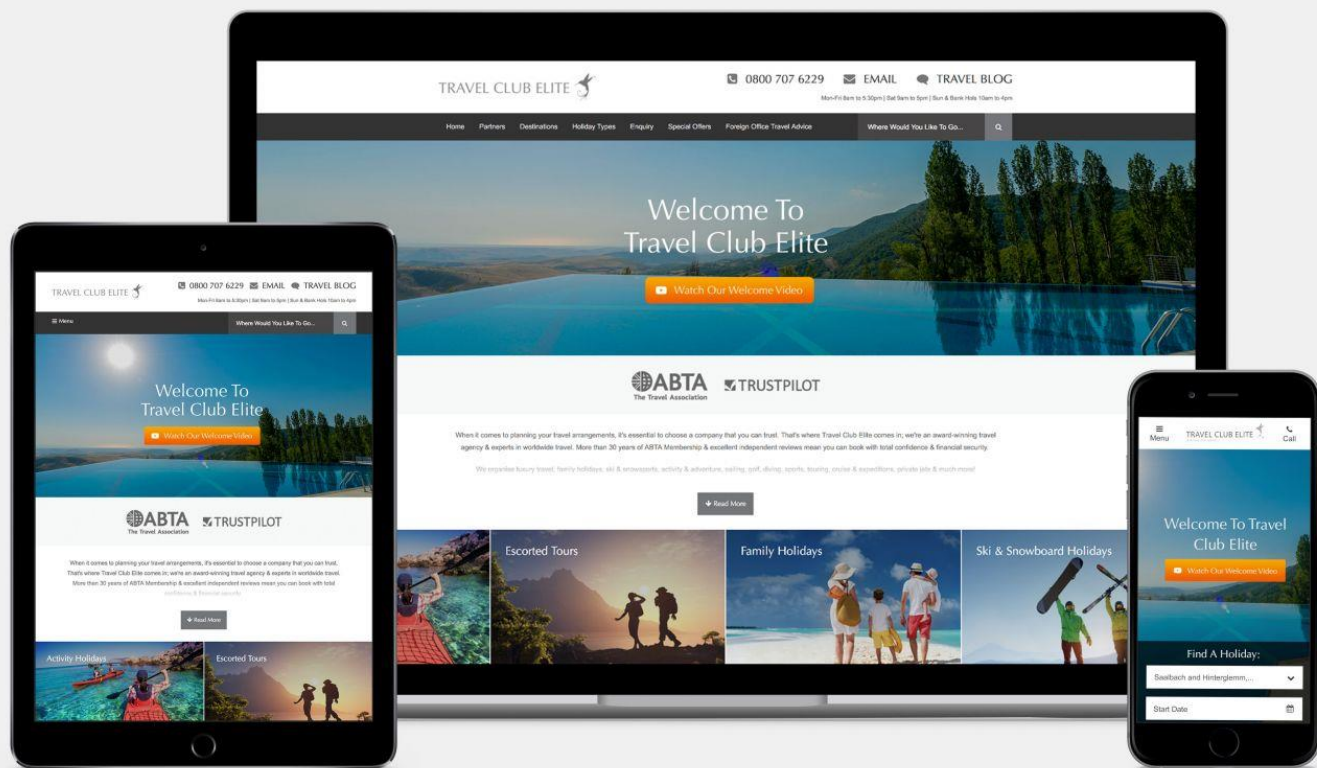


加強顧客關係管理系統
(CRM) 、POS 應用



善用直播和社群工具 [Google](#) 、
[Facebook](#) 、[Instagram](#) ，與
顧客互動

疫情後電商策略



打造更貼心更人性化的購物網站，提升網站載入速度和行動裝置友好程度

疫情後電商策略

投入更多資源處理 配送及售後服務



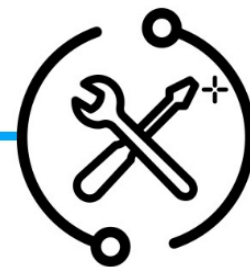
新品15天換貨

新品購買於15天內(含假日)
經檢測判定故障可新品換貨



免費到府收送

全系列維修
可享免費到府收送



維修免工資

免收維修工資，
並提供升級、檢測及
清潔等貼心服務



訂單發貨

晚上9時前完成訂購及
付款，最快可於翌日送貨*

*須購買指定產品；不適用於
星期六、日及公眾假期



送貨到府

送貨範圍包括香港島、
九龍、新界、東涌、
愉景灣及馬灣，或澳門



門市取貨

於電子商店消費可享免費
自選店舖取貨服務

疫情後電商策略

- 電商網站、購物 APP
- 地圖廣告、關鍵字廣告來優化本地搜尋
- 分析會員 CRM 大數據，個人化的精準行銷經營
- AI 人工智慧推薦商品、精準導流
- 用物聯網數據化管理商品供應鏈



未來零售主要方向



HKTV mall



<http://www.jp2012/1111.blogspot.hk> Email: jp20121111@gmail.com
 HKTV mall



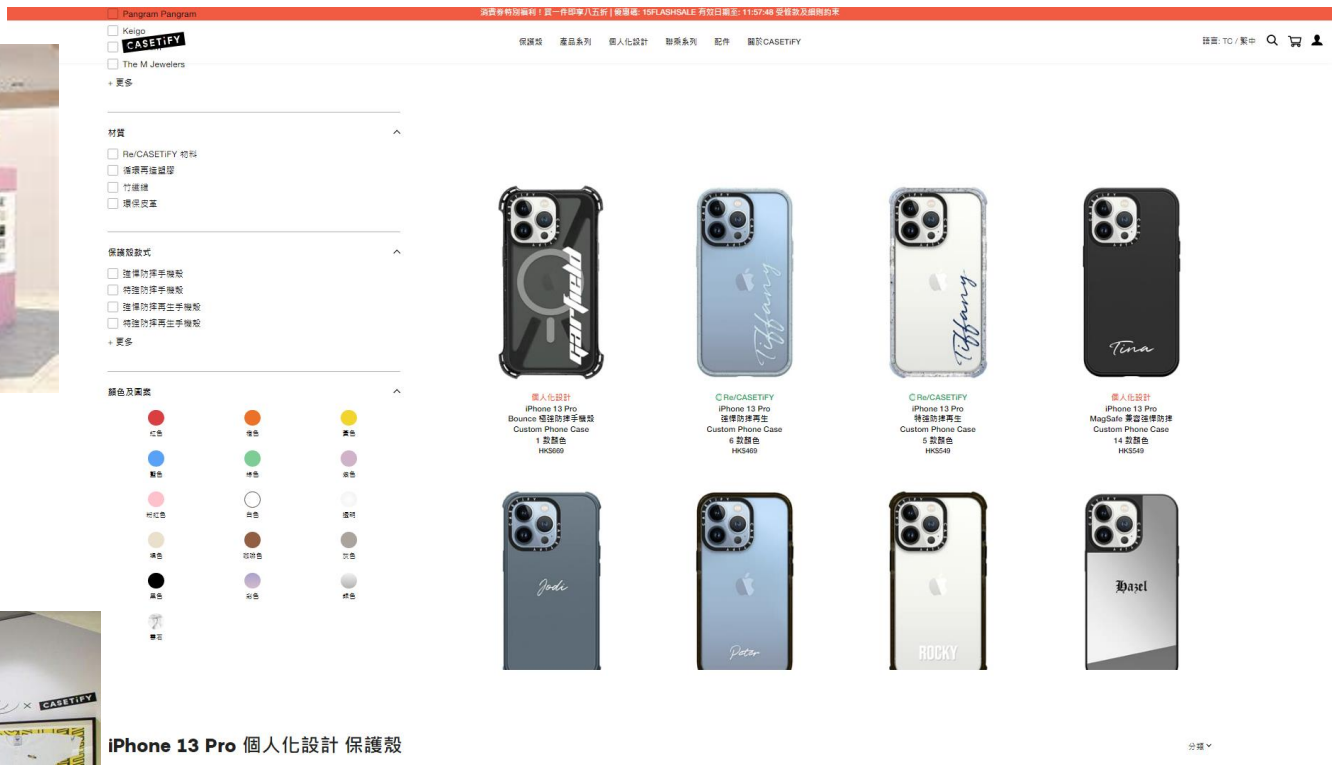
記得用你的 \$1.35 Mall Dollar 結餘選購心水貨品！



商品類別



CASETiFY





INTRODUCES

BUY WITH YOUR TIME

IKEA SUPERSTORES TEND TO BE FAR AWAY FROM CITY CENTERS, SO WE GAVE THEM A BIG INCENTIVE TO MAKE THE TRIP. WE OFFERED TO CONVERT THE TIME THEY SPENT ON THE ROAD INTO MONEY, WHICH THEY COULD USE TO BUY IKEA PRODUCTS.

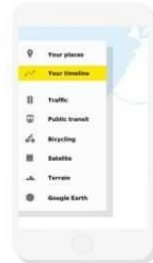


HOW DOES IT WORK?

CUSTOMERS JUST HAD TO SHOW THE CASHIER THEIR GOOGLE MAPS TIMELINE, WHICH RECORDS ALL THEIR PAST TRIPS. THE TIME SHOWN ON THE ROAD TO IKEA WAS CONVERTED INTO MONEY. THE RATE OF CONVERSION WAS DETERMINED USING AVERAGE INCOME LEVELS IN THE UAE.

01

Go to your Google Maps Timeline.



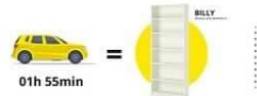
02

Find the last time you visited us.



03

Show it to us and we will convert your time into money.



A JOURNEY OF AN HOUR AND 51 MINUTES ADDED UP TO A BILLY BOOKCASE.



A TRIP TO IKEA LASTING 49 MINUTES EQUALLED A LACK TABLE.



EVEN A FIVE-MINUTE FOR A VEGGIE



Try before you buy

New IKEA Place app makes home furnishing easier





E-Commerce Association of Hong Kong

香港電商協會



ECAHK



WEBSITE:
www.ecahk.org



ADDRESS
803B, 8/F, Sunbeam Centre, 27
Shing Yip Street, Kwun Tong



EMAIL
info@ecahk.org