

收購調整策略 網站客量廣告齊升

本報記者 劉路嘉



呂志光認為本澳的電子商務市場潛力巨大

因看準本澳電子商務發展潛力，有本地企業在金融海嘯下作巨額投資，接手經營本地知名互聯網站 QOOS。現任 QOOS 澳門互聯網站總經理呂志光表示，接手網站後隨即調整經營策略，加強開拓本地及外地廣告客戶。與此同時，增加該網站廣告收費，逆市加價客戶反增三成，廣告收益更增四成，反映本地企業越加認同網上廣告的宣傳功效。

本澳缺乏科技人才，電子商務市場開發較晚，比內地、歐美等地滯後五年。但呂志光對本澳電子商務的發展潛力充滿信心。當知道 QOOS 有意放盤時，綜合評估 QOOS 的原有規模及經營狀況後，決定接手，今年一月正式經營。隨後開始調整 QOOS 經營策略，先於戶外廣告板、交通工具及報刊上登廣告，重建品牌形象，深度開拓本地市場。未來亦打算以互聯網宣傳其網站，與全球網上搜尋器合作，進一步開發外地廣告客戶。此外，也着力豐富網站內容，新增招聘求職、地產、預訂酒店及門票等服務。

他說，該公司評估過網站規模後，發現該網站廣告收費偏低，故二月適度提升收費。雖然加價後的廣告收費只是國際上同類型網站收費的半成至一成，但逆市加價難免流失部分客戶。但因宣傳策略奏效，吸納一批新客戶，客戶數量不跌反升，同比增加三成；廣告費用收益更增長四成。

現時客戶類型廣泛，既有政府機構，亦有大、中及小型企業。他認為，本澳上網人群以年輕人為主，故以年輕人為目標客戶的企業增加網上廣告的投放。

同時，申請開設網上商店的會員大增，平均每月有兩至三百家網上商店“開張”。該網站至今已有超過兩千家網上商店，銷售共四萬多件商品。本澳地方小，買賣雙方當面交收貨品較容易，相信今後網上購物市場潛力不容忽視。

本報記者劉路嘉