

網上企業品牌的最新趨勢

【刊載於香港電台傳媒透視 2014 年 1 月刊】

互聯網發展迅速，除了傳統的銷售渠道外，越來越多企業和機構正發展網上業務，促進商機。然而，對企業來說，建立一個優秀網站只是基本條件和首要任務而已，我們應如何透過一個優秀網站提升企業的品牌形象？另一方面，ICANN (互聯網域名及規約編號編配組織)即將開放超過 1,000 個新通用頂級域名 (new gTLD)，為互聯網帶來巨大變化。對公司來說，我們應如何擁抱這個重大變化，視 new gTLD 的來臨為企業建立品牌的良機？

建立優秀網站的法則:

- 網站是反映公司在網上是否存在的最重要因素。縱然如此，經營一個網站殊不簡單。在策略上，若只是建立一個網站並不足夠。不少公司在網上均能積極建立身份，提升企業品牌形象；並運用多樣化的網上資源及數碼媒體去接觸目標客群。下列數項是有效建立網站的法則。
1. **為你的網站揀選一個優秀域名:**對企業品牌來說，一個優秀的域名是十分重要。它必須是與你公司或業務相關連，而好的域名應該是簡短、易記、及容易領會，同時亦可協助網站取得網上搜尋排名榜的首幾個位置，令網站流量節節上升。據 HKIRC 於 2013 年 8 月 1 日公布聯同香港浸會大學進行的「用戶對 .hk 域名的認知」網上調查指出，優秀的域名須具備三大主要因素，分別為「能代表公司」、「有助市場策略」及「精簡域名」。
 2. **結合社交媒體:**現今，網上社交媒體在企業品牌上扮演重要的角色。我們再不只講求網站設計是否美觀，而是須重視與用戶的互動溝通，最重要是要建立長久穩定的關係，並善用多種社交媒體進行宣傳推廣事宜。此外，要充分掌管網上品牌效應，我們亦須增添富討論性的議題，使客戶積極參與、並經常發放迎合用戶的信息，更新內容及迅速回覆網上提問；同時亦要管理好不同渠道的資訊和訊息內容之間的連貫及一致性。再者，企業亦應將社交媒體結合於網站上，加強業務宣傳效果。本地許多公司經已成功地透過 Facebook 及微博等社交媒體，加強客戶溝通和關係。
 3. **積極與用戶互動:**可在網站上加入網誌、Twitter 訊息、文章、錄影片段、資料圖像或問答等內容，令客戶與你達至近乎即時的交流，亦促使品牌與用戶間更緊密連繫。此外，優秀的網站亦需將內容提供予所有人瀏覽，同時亦可加入一些設計巧妙及具創意的遊戲，令用戶在這網站上流連忘返，如 HKIRC 舉辦了富趣味性的「.hk buddy 命名比賽」，讓公眾人士到 Facebook 專頁參

與。最終，客戶可透過網上遊戲的互動元素而加深對品牌的印象，提升客戶與品牌間關係、帶給客戶整體及正面的品牌體驗。

4. **及時更新內容，方便用戶瀏覽：**沒有人會有興趣閱讀已過時的資訊或略加修改的老作品。網站必須及時更新、內容相關、文意清晰；網頁設計易用，採用較人性化的設計及顧及用戶的瀏覽習慣。一個經常更新的網站不但吸引用戶經常瀏覽，亦可把企業形象推廣至世界各地。

然而，當網站正式投入運作後，我們要面對的其中一個挑戰是如何時刻保持團隊對工作的熱誠。網站運作是一個長期承諾，因此我們須定立明確的目標，並制定策略及附諸實行。若設立網站的計劃及安排未經過深思熟慮，其品牌形象甚至整體業務可能因此而受損。

5. **善用流動網絡：**國際研究暨顧問機構 **Gartner**，公佈 2014 年企業的策略趨勢，多元化流動裝置居首。各企業應積極在流動網絡投放更多資源，善用流動平台進行活動或產品推廣；並開發一些無論在桌面電腦、板腦、各款智能電話，甚至連智能手錶都能使用的網頁介面及程式，讓企業在任何時候都能接觸目標客群，促進推廣和資訊交流。

新通用頂級域名 (new gTLD)助企業品牌起飛

目前為止，全球只有約二百六十個以二個字母組成的國家頂級域名(ccTLDs)，如 .hk 代表香港，.jp 代表日本等；及少數的通用頂級域名(gTLDs)，如 .com, .org, .biz, .info。沒有公司可以有自已的頂層域名(TLD)，公司只可將自已的名稱登記於 ccTLDs 或 gTLDs 下；然而，這現象很快便有所改變。

專責管理全球頂級域名，屬全球非牟利組織的 **ICANN**(互聯網域名及規約編號編配組織)自 2011 年起一直致力推廣新通用頂級域名 (new gTLD)，其目的是要提升競爭力、提供客戶更多選擇；同時亦藉此希望為互聯網用戶帶來更大裨益，如提供非英語的新頂級域名。

於 2012 年初，ICANN 經已接獲共 1,409 個新通用頂級域名的申請 (new gTLDs)，當中一些為大家常用的域名，如：「.shop」、「.music」、「.food」、「.car」、「.book」等；其餘 84 個指定為「社群為本」的新頂級域名，例如「.arab」為使用阿拉伯語的社群而設。在全部申請中，有 66 個指定為地區名稱，例如「.swiss」為瑞士社群而設，而「.london」即代表英國的倫敦。

值得一提，在眾多新通用頂級域名申請中，有 643 個申請來自商標、牌子等新的頂級域名。對企業來說，不管正設立一個新品牌或強化現有的網上品牌，這些新

通用頂級域名都具吸引力，亦可加強網上業務。據域名策略顧問 FairWinds Partners 研究美國互聯網用戶對 gTLD 認知的報告指出，七成受訪者對顯示品牌的新通用頂級域名 (new gTLD) 具有信心 (相比起只有五成一的受訪者會信賴一般的通用域名 TLD)。另外，六成的受訪者表示會較信賴以 new gTLD 開啟的的電郵地址。

在這個嶄新的網絡面貌中，一個歷久不衰的品牌還是講求與客戶間的互信和彼此關係。若以此為目標，企業便應順勢而行，捉緊機遇，以新通用頂級域名 (new gTLDs) 建立網上自家的品牌。因此，你可會在新環境中擁抱互聯網的變遷、籌劃未來，又如何管理企業網上品牌上制定策略？

1. 提供品牌與業務間的關聯性：許多新通用頂級域名 (new gTLD) 都能較貼近公司的業務和性質，同時亦帶來品牌與業務間的相關性，藉此提升企業品牌知名度，創造更多商機。另一方面，網上的搜索器亦正朝向這方向，為用戶提供更明確的特定搜尋結果。隨著目前市場的狀況和發展，企業應運用較具市場針對性、較個人化及本地化的域名，藉此鎖定目標客群，準確地進行目標市場策略和推廣，如鎖定特定群眾的頂級域名「.culture」、反映某些興趣的頂級域名「.music」及懷有理想的頂級域名「.green」。此外，你亦可盡情發揮創意，令到新的頂級域名成為大家談論的焦點，如在域名的字尾加上動詞變成名詞「.rocks」。

對小商戶來說，新通用頂級域名亦帶來更多選擇，假如一間專售買蛋糕的新小店想登記的域名被人註冊了，他可以直接選用新頂級域名如「.cake」，建立一個既突出又鮮明的網站，在眾多網上品牌中脫穎而出，令客戶留下深刻印象。

2. 建立觸目的企業品牌：對任何一間公司來說，建立網上身份及展現網上品牌形象是十分重要。新的頂級域名較易記憶，用戶可直接在網址輸入欄上輸入域名，令用戶能夠直接找到該網頁，例如航空公司可建立更有效的渠道推行客戶忠誠服務計劃「如 rewards.cathaypacific」；高級消費品可為興趣類同的客戶設立專頁「如 ilovebeauty.gucci」；知名汽車品牌可提供專屬客戶域名「如 myname.ferrari」；而律師亦可透過 lawyer.firm 域名與客戶保持關係，發展業務。

3. 推廣品牌本地化：在非英語國家，比如在亞洲或中東，跨國公司可選取當地的母語及方言作為域名，讓客戶輕鬆地輸入他們熟悉的語言，如實力最強的全球快餐店可直接以「24 小時麥麥送.麥當勞」為域名，輕易地將產品連口號宣傳至華人社區。

4. 鞏固企業品牌：企業可將所有產品、服務、活動、項目及相關的業務整合在一個「.品牌」的頂級域名上。這做法既可帶來掌管網上品牌的彈性，又可提升企業的網上形象。例如知名國際智能手機品牌，可透過新通用頂級域名打破地域

界限，藉此建立緊密溝通渠道，更易地與客戶和員工連繫。如「galaxy.samsung」、「news.samsung」、「jobs.samsung」及「employee.samsung」。同時，企業亦可訂立域名註冊規則，確立運用該域名的登記人士資格，制定特定用途及相關的條款和細則；那麼這便會順理成章地在網上建立他們專屬的社區。

5. 保護企業品牌：尤其是對大公司來說，新通用頂級域名對現有的域名起了互補作用，可保護企業品牌，以策安全。因此，企業可抓緊即將來臨的機會，發展新通用頂級域名，加強對現有的品牌宣傳，達至更高的品牌效應和保護性。例如總部設於香港的港鐵公司 (MTR Corporation) 已申請「.mtr」域名，很可能與現有的「mtr.com.hk」域名作出互補。

毫無疑問，對企業管理其下的域名組合來說，新的通用頂級域名或許會帶來衝擊，例如不滿意的客戶可能會以你的品牌註冊域名，作為破壞品牌聲譽的用途，如「yourbrand.harm」。此外，逾千個新的 gTLD 即將面世亦會帶來更大挑戰，如增加搶註域名、虛假網站和網絡攻擊等風險；網絡罪犯亦可濫用「yourbrand.secure」作不法行為。因此，企業應比以往任何時候更關注事態發展，為監控侵犯網上品牌而作最佳準備。

近千個新通用頂級域名將陸續面世，對企業管理網上品牌來說既是機遇又是挑戰。隨著市場的發展，我們會是時候為網上品牌踏出新的第一步嗎？問題是，你準備好了嗎？

作者：謝達安先生（香港互聯網註冊管理有限公司行政總裁）