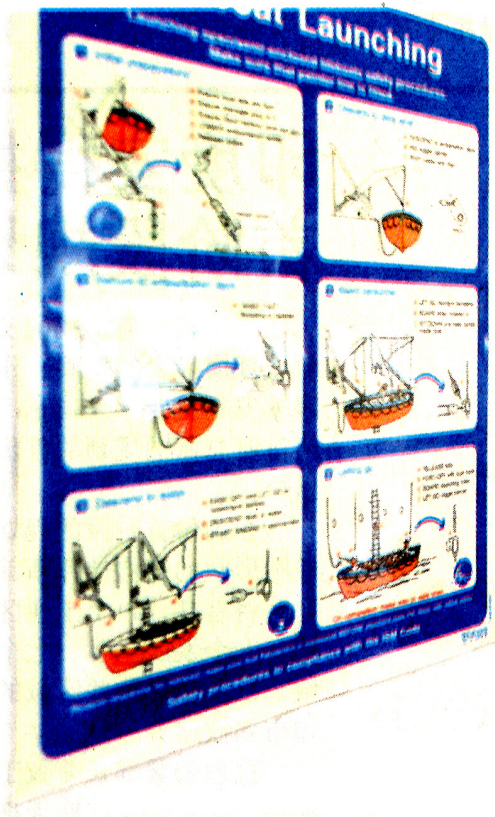


客户主要来自欧洲 海事公司致力开拓本地市场

中小企业要取得增长，就必须发展本身的能力和优势。能力发展可以解决中小企业所面对的商业挑战，让它们能够取得由创新和提高生产力所带动的增长，以及改善客户体验和满意程度。一些企业可能觉得困难而裹足不前，但实际上，已有不少中小企业在标新局的支援下，采取步骤发展能力，并取得了增长。标新局为期八周的赞助系列，每周找来两家公司，分享建立新能力的历程。在第四期里，N&P海事公司与优士广告公司将分享他们如何打造品牌，提升公司形象。



N&P海事公司的主要业务是检查救生艇与吊艇柱。公司常务董事黄文良表示，公司不能过度依赖欧洲市场，必须将客户群多元化。（何家俊摄）

陈劲禾 报道

jinhet@sph.com.sg

救生艇检查公司N&P海事（N&P Maritime）是一家本地公司，成立已有三年多，在本地市场却默默无闻。

公司刚成立时着重于欧洲市场，多数客户来自欧洲国家，如德国、希腊与塞浦路斯。单是这三个国家的客户就占了公司销售额的60%到70%，而来自新加坡的客户却寥寥无几。

N&P海事公司的常务董事黄文良最近受访时说：“我们与欧洲代理人有良好的合作关系，他们把我们公司介绍给他们的客户。当时是公司成立初期，对我们而言是个良好的基础。”

然而，近期欧洲经济前景不明朗，而且自从希腊的新政府上台以后，因为希腊纾困计划条件谈不拢，与德国的关系闹得特别僵，涉及欧洲业务的公司也都坐立不安。

黄文良说：“航运是一种环

球业务，如果欧洲经济增长放慢，或是出现金融危机，对我们影响甚大。我们的客户群必须多元化。”

过去三年来都依赖欧洲市场的N&P海事公司这时意识到本地市场的重要性。然而，黄文良坦言，公司在本地市场几乎无人知晓。

N&P海事公司的主要业务是检查救生艇与吊艇柱（davit），也提供救生艇维修服务与荷载测试（load test），服务对象主要为船主或管理船舶技术的船务经理。

此外，公司也利用超音波技术来提供衡量船壳厚度的服务。超音波技术能在不损坏船壳油漆涂层的情况下衡量其厚度。

公司也售卖海事相关产品，如海事用起重机、海上安全标志，以及饮用水测试工具箱。

黄文良说：“我们必须让本地市场知道公司的存在，可成为他们的首选供应商。我们正致力于行销工作，赶快向潜在客户

自我介绍，与此同时组成行销团队，与客户会面，面对面向他们推介（服务与产品）。”

为了完善这方面的工作，公司参与了新加坡管理大学主办的中小企业咨询计划，在顾问的协助下进行市场调查，以提升品牌形象，而咨询服务的一部分费用则由能力发展津贴（Capability Development Grant，简称CDG）抵消。

要建立口碑，公司开始着手于跟产品供应商打好关系。

黄文良说：“制造商给予我们的强力支持向来都是重要的。为此，我们努力与制造商建立稳固的关系。给他们的产品提出反馈以及扮演能干新加坡代理商的角色都是工作的一部分。”

他说：“我们送员工去接受产品相关培训，向制造商索取所需的信息，管理层也定期与制造商开会，探讨如何密切合作。”

此外，公司正在探讨如何为售后服务收费、管理备用零件库存，以及拟定培训计划。

公司也打算定期发出内容全面的电邮，给客户有用的资讯，为公司塑造海事知识中心的形象。

在奠定基础后，公司预计可留住多20%的客户，而宣传媒体预计可达到200家船务公司。

能力发展津贴

能力发展津贴（Capability Development Grant，简称CDG）是一项财务援助计划，可抵销合格项目高达70%的费用，包括咨询服务、人力、培训、申请证书，以及设备，以帮助中小企业发展十种发展范围的能力。欲知详情，请上 www.spring.gov.sg/cdg 查询。

SPRING
singapore

Enabling Enterprise

（本系列由标新局赞助）