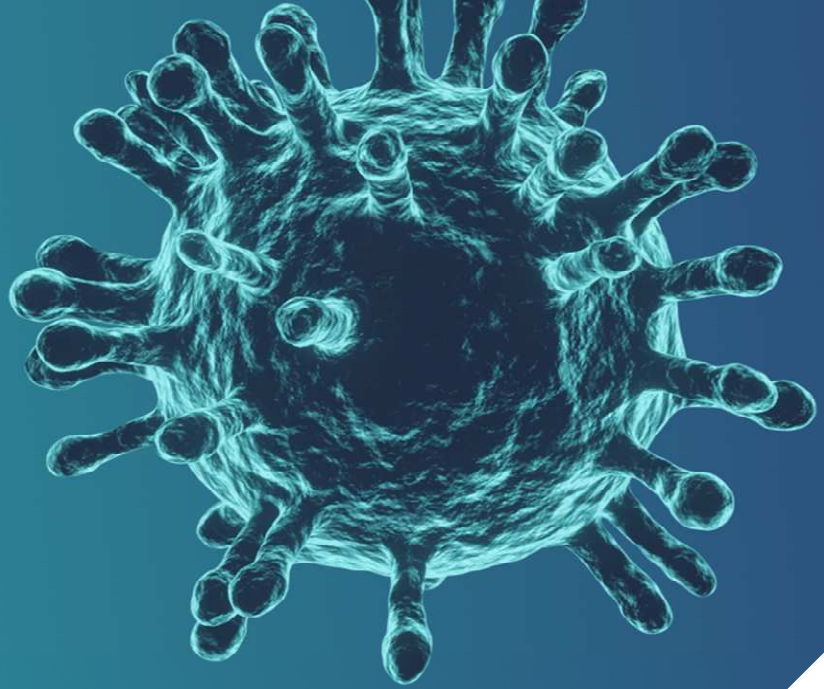




International
Labour
Organization



สร้างความยืดหยุ่นเพื่อรับมือระหว่าง
และภายหลังการระบาดของโควิด-19



คู่มือ และรายการปฏิบัติช่วงโควิด-19



สำหรับโรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่ม และ
ผู้จัดการ

ใช้สื่อออนไลน์: การสร้างตัวตนออนไลน์

คู่มือนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการโรงงาน และผู้จัดการสร้างตัวตนออนไลน์ให้โรงงานเพื่อโปรโมทโรงงาน และอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับผู้ซื้อ

เริ่มต้น



ประกอบด้วย:
ตัวอย่าง
แพลตฟอร์ม
และรายการ
ปฏิบัติ

ในคู่มือนี้:

- ▶ ใช้สื่อออนไลน์ในช่วงการระบาด
- ▶ พื้นฐานของการใช้สื่อออนไลน์
- ▶ คำแนะนำในการสร้างตัวตนออนไลน์



1. เหตุใดการใช้สื่อดิจิทัลจึงมีความสำคัญในช่วงการระบาดของโควิด-19

ในขณะที่การมีตัวตนออนไลน์นั้นกลายเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจที่ต้องการแข่งขัน แข่งขัน มีการใช้กระบวนการทางเทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากเราไม่สามารถเดินทาง หรือประชุมตัวต่อตัวได้ในวิกฤตการณ์เช่นนี้ โรงงานผลิตเครื่องนุ่งห่มต้องหาทางออกในการติดต่อกับผู้ซื้อ และระบุหาช่องทางจัดจำหน่ายใหม่ๆ เพื่อให้โรงงานยังสามารถดำเนินสายการผลิตต่อไปได้

การสร้างตัวตน
ออนไลน์สามารถ
ช่วยให้คุณดึงดูด
ลูกค้าใหม่ได้



การสร้างตัวตนออนไลน์สามารถช่วยให้คุณรู้จักโรงงานมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้คุณ
สื่อสารกับผู้ซื้อปัจจุบัน และหาลูกค้ารายใหม่ๆ ได้ แม้ว่าการเริ่มสร้างตัวตนออนไลน์
อาจจะดูน่าหวาดหวั่นในช่วงเริ่มต้น แต่ก็มีความออกง่ายๆ อยู่บ้าง ซึ่งคุณไม่จำเป็นต้อง
ลงทุนมากมาย หรือต้องจ้างพนักงานเพิ่ม

สรุปว่า การใช้สื่อออนไลน์สามารถช่วยทำให้โรงงานของคุณ:



ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้รู้จักโรงงานมากขึ้น



ดึงดูดลูกค้าใหม่



รับคำสั่งซื้อได้เร็ว และเป็นระบบ



2. พื้นฐานการใช้สื่อออนไลน์

มีแพลตฟอร์ม และเว็บไซต์มากมายให้คุณเลือกใช้สร้างตัวตนในโลกดิจิทัลทุก
วันนี้ สำหรับผู้จัดการโรงงานแล้ว คุณจำเป็นต้องพิจารณาว่าจะเริ่มใช้
ช่องทางใดจึงเหมาะสมที่สุด วิธีวิเคราะห์คือให้พิจารณาว่าทำไมคุณต้องการ
สร้างตัวตนออนไลน์ เป้าหมายของคุณคือใคร เช่น ผู้ซื้อ และคุณมีทรัพยากร
อะไรบ้าง (ทั้งเงินทุน และเวลา)

โดยทั่วไปมีอยู่สองช่องทางในการสร้างตัวตนออนไลน์ และการเข้าถึงเป้าหมาย
นั่นคือ วิธีการทางตรง และวิธีการทางอ้อม



- ▶ **วิธีการทางตรง:** สร้างเว็บไซต์ และร้านค้าออนไลน์ของตนเอง
 - ▶ **ข้อดี**
 - สามารถควบคุมการขายได้เอง
 - โพรโมทแบรนด์ของตนเองได้
 - ▶ **ข้อเสีย**
 - ต้องมีพนักงานคอยดูแลเว็บไซต์
 - ค่าใช้จ่ายสูงในการก่อตั้งช่วงแรก

- ▶ **วิธีการทางอ้อม:** คุณสร้างเว็บไซต์ และร้านค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มภายนอก ตัวอย่างแพลตฟอร์ม เช่น Foursorce หรือ Amazon Marketplaces
 - ▶ **ข้อดี**
 - เงินลงทุนต่ำ
 - ไม่มีความจำเป็นในการดูแลรักษาเว็บไซต์
 - ▶ **ข้อเสีย**
 - ต้องแบ่งเปอร์เซ็นต์การขายให้กับคนที่สาม
 - ไม่สามารถโปรโมทแบรนด์ของคุณได้ในทางเดียวกัน

หากคุณกำลังเริ่มสร้างตัวตนออนไลน์ให้โรงงานของคุณ อาจใช้วิธีการทางอ้อมเป็นขั้นตอนแรก เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่ต่ำ และง่ายในการดูแลรักษา



3. เตรียมพร้อมสำหรับการปฏิบัติ

หลังจากที่เราได้ทบทวนประโยชน์ที่สำคัญของการมีตัวตนออนไลน์ และอภิปรายเกี่ยวกับวิธีการต่างๆ 2 วิธีในการสร้างตัวตนออนไลน์แล้วนั้น ขั้นตอนต่อไปจะช่วยให้คุณสร้างตัวตนออนไลน์ให้โรงงานคุณได้



สร้างความยืดหยุ่นเพื่อรับมือระหว่าง
และภายหลังการระบาดของโควิด-19



6 ขั้นตอนในการสร้าง ตัวตนออนไลน์ให้โรงงาน

- 01 ตั้งเป้าหมาย**
มีเป้าหมาย และระยะเวลาที่ชัดเจนในการใช้สื่อออนไลน์
- 02 เข้าใจกลุ่มเป้าหมายของคุณ**
กำหนด และวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของคุณ
- 03 หาแพลตฟอร์มที่เหมาะสม**
ตัดสินใจโดยมีข้อมูลประกอบในการเลือกใช้แพลตฟอร์ม
- 04 สร้างโปรไฟล์ของคุณบนแพลตฟอร์ม**
สร้าง และเพิ่มประวัติของคุณด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และเรียบง่าย
- 05 หาลูกค้าใหม่**
สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย
- 06 โพรโมทตัวตนออนไลน์ของคุณ**
ใช้ประโยชน์จากตัวตนออนไลน์ของคุณ และเข้าหากกลุ่มเป้าหมาย





วางมาตรการในการปฏิบัติการ: รายการปฏิบัติสำหรับโรงงาน

1. ตั้งเป้าหมาย

ก่อนจะเริ่มต้นปฏิบัติ คุณจำเป็นต้องทราบให้แน่ชัดว่าคุณต้องการบรรลุผลสำเร็จอะไรจากการมีตัวตนออนไลน์

การปฏิบัติ	ความยากง่ายในการปฏิบัติ	ช่วงเวลา	สำเร็จ <input checked="" type="checkbox"/>
<p>คำนึงถึงแรงจูงใจในการสร้างตัวตนให้โรงงานของคุณ:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ คุณต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อรายใหม่ และต้องการกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายชั้นหรือไม่ ▶ อยากระดับปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าปัจจุบันไปเป็นทางออนไลน์ใช่หรือไม่ ▶ คุณต้องการใช้ตัวตนออนไลน์ของคุณในการติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น โรงงานอื่นๆ ผู้จัดหาวัตถุดิบรายอื่น หรือสมาคมอื่นๆ หรือไม่ 	✓✓✓	»»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
<p>คำนึงถึงทรัพยากรที่คุณมีเพื่อที่จะสร้างตัวตนออนไลน์ให้โรงงานคุณ ใช้ข้อมูลล่อไปในี่ในการตัดสินใจเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมสำหรับสร้างตัวตนออนไลน์ของโรงงานคุณ (ขั้นตอนที่ 3)</p> <p>คำถามที่คุณต้องถามตนเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ คุณมีงบประมาณเท่าใดสำหรับวัตถุประสงค์นี้ ค่าใช้จ่ายในการสร้างตัวตนออนไลน์เริ่มตั้งแต่ 0 บาทจนถึงหลายแสนบาท ▶ ระยะเวลาที่คุณมีคือเท่าใด คุณต้องการสร้างตัวตนออนไลน์ให้เสร็จภายในไม่กี่วัน หรือคุณต้องการดำเนินการไปเรื่อยๆ ในระยะเวลาที่นานกว่า (ตั้งแต่หลายสัปดาห์ไปจนถึงหลายเดือน) ▶ คุณและพนักงานมีความรู้ด้านออนไลน์มากเท่าใด ผู้จัดการฝ่ายขายของคุณสามารถรับมือกับคำถามต่างๆ ที่ส่งมาในระบบดิจิทัลได้หรือไม่ 	✓✓	»»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>

2. เข้าใจกลุ่มเป้าหมายของคุณ

ลำดับต่อไปคือการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของคุณ ในการกำหนดว่าคุณต้องการให้ใครเห็นตัวตนออนไลน์ของคุณนั้น คุณสามารถทราบพฤติกรรมออนไลน์ของพวกเขาได้ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคุณจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมออนไลน์ของเขา คุณต้องวิเคราะห์ว่ากลุ่มเป้าหมายของคุณค้นหารายละเอียดการติดต่อผู้ผลิตของพวกเขาทางออนไลน์อย่างไร เขากำลังหาผู้ผลิตที่มีลักษณะอย่างไร และเข้าใช้แพลตฟอร์มใดในการค้นหา

การปฏิบัติ	ความยากง่ายในการปฏิบัติ	ช่วงเวลา	สำเร็จ <input checked="" type="checkbox"/>
<p>เลือกกลุ่มเป้าหมาย:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ เป็นผู้ซื้อปัจจุบันนี้หรือไม่ หากใช่พวกเขาเหล่านั้นคือโรงงานต่างๆ ในประเทศหรือไม่ หรือคุณมีใบอนุญาตส่งออกเพื่อจำหน่ายในต่างประเทศได้ ▶ คุณต้องการจับกลุ่มเป้าหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้หรือไม่ เช่น โรงงาน หรือตัวแทนจัดหาวัตถุดิบต่างๆ <p>พึงระลึกไว้ว่าคุณต้องใช้วิธีการต่างกันในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนั้นควรเริ่มด้วยการเลือกกลุ่มเป้าหมายเดียว เช่น โรงงานต่างๆ ภายในประเทศ</p>	✓✓✓	»»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
<p>ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายโดยถามตนเองดังนี้:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ข้อมูลโดยย่อของกลุ่มเป้าหมายคุณคืออะไร <ul style="list-style-type: none"> ▶ ขนาดของธุรกิจ ▶ สินค้าที่จำหน่าย 	✓	»»» »»» ระยะสั้น/ระยะกลาง	<input type="checkbox"/>

<ul style="list-style-type: none"> ▶ แหล่งที่ตั้ง ▶ ลักษณะการสื่อสารที่พวกเขาต้องการ ▶ กลุ่มเป้าหมายของคุณค้นหาผู้จัดหาวัตถุดิบรายใหม่อย่างไร ▶ กลุ่มเป้าหมายของคุณใช้แพลตฟอร์มใด <p>คำแนะนำ: ในการหาคำตอบ คุณอาจจะต้องค้นหาข้อมูลทางออนไลน์ และพูดคุยกับคนที่คุณรู้จักที่เคยสร้างตัวตนออนไลน์มาก่อน</p>			
---	--	--	--

3. หาแพลตฟอร์มที่เหมาะสม

สุดท้ายแล้วคุณจำเป็นต้องหาแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับคุณ คุณอาจจะต้องใช้ข้อมูลในการตัดสินใจ จากการพิจารณาข้อมูลต่างๆ ที่คุณมีในสองขั้นตอนที่ผ่านมา การเลือกใช้วิธีการทางอ้อมอาจเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมหากคุณเพิ่งเริ่มสร้างตัวตนออนไลน์ แนวปฏิบัติต่อไปนี้เป็นตัวช่วยในการเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมสำหรับคุณ

คำแนะนำ: ใขรายชื่อแพลตฟอร์มที่แนะนำ ประเมินแต่ละแพลตฟอร์มด้วยรายการการตรวจสอบในภาคผนวก ก

การปฏิบัติ	ความยากง่ายในการปฏิบัติ	ช่วงเวลา	สำเร็จ <input checked="" type="checkbox"/>
<p>เริ่มต้นด้วยการดูรายการตรวจสอบของแพลตฟอร์มต่างๆ ที่แนะนำในภาคผนวก ก ติดต่อสอบถามกับสมาคมสิงทอ หรือโรงงานอื่นๆ ว่าเขารู้จักแพลตฟอร์มใด และสามารถแนะนำแพลตฟอร์มใดได้บ้าง</p> <p>เตรียมรายชื่อแพลตฟอร์มที่คาดว่าจะเหมาะกับคุณ</p> <p>คำแนะนำ: คุณสามารถใช้รายชื่อแพลตฟอร์มในภาคผนวก ก ได้</p>	✓✓✓	>>> ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
<p>ประเมินตัวเลือกของแต่ละแบบฟอร์มโดยอิงถึงเกณฑ์ต่างๆ ที่เข้ากับคุณ เกณฑ์ต่างๆอาจประกอบไปด้วย:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ เป็นที่รู้จักดีในกลุ่มเป้าหมาย ▶ ง่ายต่อการสร้างและบำรุงรักษา พนักงานสามารถจัดการข้อมูลออนไลน์ได้ ▶ ค่าใช้จ่าย หรือเงินที่จะถูกหักจากการขายเหมาะสมกับงบประมาณของคุณ ▶ สามารถปรับเปลี่ยน แก้ไขให้เข้ากับลักษณะโรงงานของคุณได้ ▶ สามารถอัปโหลดรูป และตั้งรายละเอียดราคาของสินค้าของคุณได้ ▶ สามารถส่งข้อความตรงถึงผู้ซื้อได้ ▶ สามารถทำการขายออนไลน์ได้ ▶ มีช่องให้ค้นหาหากต้องการข้อมูลอื่น <p>คำแนะนำ: คุณสามารถใช้รายชื่อแพลตฟอร์มในภาคผนวก ก ได้</p>	✓✓✓	>>> ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
<p>จากการประเมิน ให้ตัดสินใจเลือกแพลตฟอร์มที่ใช้สำหรับโรงงานคุณที่จะลงทะเบียนเข้าใช้ คุณสามารถสมัครใช้หลายๆ แพลตฟอร์มได้หากคุณมีเวลา และทรัพยากรในการดูแลรักษาแต่ละแพลตฟอร์ม</p>	✓✓	>>> ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>

4. สร้างโปรไฟล์ของคุณบนแพลตฟอร์ม

หลังจากที่ได้เลือกแพลตฟอร์มแล้ว คุณสามารถสร้างโปรไฟล์ของคุณได้ การมีข้อมูลที่ครบถ้วน และเป็นประโยชน์สามารถเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของคุณได้

การปฏิบัติ	ความยากง่ายในการปฏิบัติ	ช่วงเวลา	สำเร็จ <input checked="" type="checkbox"/>
<p>ลำดับแรก ทำความคุ้นเคยและเรียนรู้การทำงานต่างๆ ของแพลตฟอร์ม</p> <p>คำแนะนำ: บางแพลตฟอร์มมีการแนะนำวิธีการใช้งานผ่านการสัมมนาออนไลน์ หรือมีวิดีโอคู่มือ</p>	✓✓✓	>>> ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
<p>ดูข้อมูลของโรงงานอื่นๆ ที่ขายสินค้าเดียวกันเพื่อให้เข้าใจสิ่งต่อไปนี้:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ข้อมูลใดบ้างที่คุณต้องนำไปใส่ในโปรไฟล์ของคุณ 	✓✓✓	>>>	<input type="checkbox"/>

▶ โรงงานเหล่านี้นำเสนอตัวตนด้วยรูปภาพ และตัวอักษรอย่างไร คำแนะนำ: ภาคผนวก ข แสดงให้เห็นถึงโปรไฟล์ของโรงงานในสองแพลตฟอร์ม		ระยะสั้น	
เข้าหาเพื่อสอบถามเกี่ยวกับวิธีการ และขอคำแนะนำจากโรงงานอื่นๆ ที่สร้างโปรไฟล์ลงบนแพลตฟอร์มสำเร็จ	✓✓	»»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
เขียนข้อความเกี่ยวกับโรงงานของคุณ สื่อออกไปถึงข้อมูลที่สำคัญที่สุดเกี่ยวกับโรงงานของคุณ ได้แก่ สินค้าที่คุณผลิต ปริมาณที่ผลิต และประมาณการขาย และจำนวนพนักงาน หากแต่จะเป็นผลดีมากหากคุณสามารถเพิ่มเติมข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีต่างๆ ในการทำธุรกิจกับโรงงานของคุณ ข้อความควรตรวจสอบได้ เรียบง่ายและกล่าวไปในทางบวก เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกดีเกี่ยวกับโรงงานของคุณ	✓✓	»»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
เพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับโบประกาศต่างๆ ที่คุณได้รับ รวมถึงความยั่งยืน/การปฏิบัติตามจริยธรรมต่างๆ ของโรงงาน	✓✓✓	»»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
เพิ่มข้อมูลติดต่อ เช่น หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล หรือ Skype ID ทั้งนี้เพื่อให้คนที่สนใจสามารถติดต่อคุณได้	✓✓	»»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
ในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 นี้ลูกค้าอาจหาข้อมูลการรับมือกับสถานการณ์โควิด-19 ของโรงงานคุณ ดังนั้นควรเขียนสักรายหน้าเกี่ยวกับมาตรการต่างๆ ในการรับมือกับสถานการณ์โควิด-19 นี้ และมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยของคนงาน	✓✓✓	»»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
ถ่ายภาพโรงงาน และสินค้าของคุณโดยภาพถ่ายต้องได้แสงที่ดี มุมมองภาพที่ถูกต้อง ซึ่งจะสามารถสื่อได้ชัดเจนว่ารูปภาพแสดงอะไรบ้าง ระลึกไว้ว่าภาพที่แสดงออกป็นคุณภาพของบริษัท และผลิตภัณฑ์ของคุณ ดังนั้นหลีกเลี่ยงการอัปโหลดภาพที่ดูไม่มีราคา หรือคุณภาพต่ำ	✓✓	»»»» ระยะสั้น/ระยะกลาง	<input type="checkbox"/>

5. หาลูกค้าใหม่


หลังจากสร้างโปรไฟล์บนแพลตฟอร์มแล้ว คุณควรหาทางติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายของคุณ ในบางแพลตฟอร์มคุณสามารถเข้าถึงผู้ใช้อื่นๆ โดยตรงได้ แต่บางแพลตฟอร์มอนุญาตให้เฉพาะผู้ซื้อติดต่อผู้ขายเท่านั้น


การปฏิบัติ	ความยากง่ายในการปฏิบัติ	ช่วงเวลา	สำเร็จ <input checked="" type="checkbox"/>
แพลตฟอร์มที่อนุญาตให้ผู้ขายเข้าถึงผู้ซื้อได้โดยตรง			
ค้นหากลุ่มเป้าหมายของคุณบนแพลตฟอร์ม สร้างรายชื่อผู้ใช้ต่างๆที่คุณต้องการเข้าถึง	✓✓✓	»»» ระยะสั้น	..
เขียนข้อความสั้นๆ เพื่อใช้ในการเข้าถึงผู้ซื้อ หรือลูกค้าโรงงาน ข้อความควรประกอบไปด้วย: <ul style="list-style-type: none"> ▶ ทำไมคุณถึงติดต่อผู้ซื้อ หรือโรงงานนั้นๆ ▶ คุณผลิตอะไร และอะไรบ้างที่ทำให้โรงงานคุณโดดเด่นกว่าโรงงานอื่นๆ ▶ การปฏิบัติด้านความยั่งยืน และสวัสดิภาพพนักงาน ▶ สิ่งที่คุณอยากศึกษาจากผู้ซื้อ หรือโรงงานนั้นๆ ▶ ข้อมูลการติดต่อของคุณ 	✓✓	»»» ระยะสั้น	..
ติดต่อผู้ใช้งานต่างๆ ในรายชื่อ พึงระวังการส่งข้อความหาโดยตรง ห้ามส่งหลายๆ ข้อความหากไม่ได้รับข้อความตอบกลับจากคนเหล่านั้น อย่าส่งข้อความในเชิงบังคับ	✓	»»»» ระยะสั้น/ระยะกลาง	<input type="checkbox"/>

ติดตามผลจากผู้ซื้อ/โรงงานนั้นๆ หลังจากผ่านไป 1 สัปดาห์	✓	»»»» ระยะสั้น/ระยะกลาง	<input type="checkbox"/>
แพลตฟอร์มที่ไม่อนุญาตให้ติดต่อผู้ใช้งานคนอื่นๆ โดยตรง			
หากเป็นแพลตฟอร์มที่ผู้ซื้อสามารถติดต่อหาคุณอย่างเดียว คุณจำเป็นต้องปรับแต่งข้อมูลของคุณให้ปรากฏบนผลการค้นหาของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดผลสูงสุดให้คุณวิเคราะห์ว่าผู้ซื้อ หรือโรงงานต่างๆ เหล่านี้ต้องการหาอะไร จดจำคำสำคัญต่างๆ และสังเกตวิธีการเขียนข้อความบน: <ul style="list-style-type: none"> ▶ โพรไฟล์ของผู้ซื้อ โรงงานผู้ซื้อ ▶ หน้าคำสั่งซื้อ ▶ โพรไฟล์ของโรงงานที่ประสบความสำเร็จอื่นๆ คำแนะนำ: สำหรับบางแพลตฟอร์ม คุณสามารถจ่ายเงินเพื่อให้ปรากฏบนสุดของผลการค้นหา อย่างไรก็ตามวิธีนี้มีค่าใช้จ่ายสูงพอควร	✓✓✓	»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
ปรับเปลี่ยนโปรไฟล์ตามปริมาณการติดต่อเข้ามาของผู้ซื้อ หรือมีผู้ซื้อเพิ่มขึ้นหรือไม่ หากไม่คิดหาวิธีเขียนปรับเปลี่ยนข้อมูลในโปรไฟล์อีกครั้ง เพื่อเพิ่มโอกาสที่จะมีผู้ติดต่อเข้ามามากขึ้น คำแนะนำ: หากหรือกับโรงงานอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างโปรไฟล์ สอบถามวิธี และขอคำแนะนำ หากเป็นไปได้ให้ติดต่อผู้ซื้อต่างๆ เพื่อให้เข้าใจว่าพวกเขาหาอะไรบนแพลตฟอร์มนั้นๆ	✓✓	»»»» ระยะกลาง	<input type="checkbox"/>
6. โปรโมทตัวตนออนไลน์ของคุณ			
การสร้างโปรไฟล์ของคุณบนแพลตฟอร์มอาจไม่เพียงพอในการหาลูกค้าใหม่ๆ หรือเพื่อการปรับปรุงการสื่อสารระหว่างคุณกับผู้ซื้อ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายคุณจำเป็นต้องสื่อสาร และโปรโมทตัวตนออนไลน์ของคุณโดยการแจ้งหรือให้ข้อมูลกับผู้ซื้อ และผู้ผลิตของคุณ			
การปฏิบัติ	ความยากง่ายในการปฏิบัติ	ช่วงเวลา	สำเร็จ ✓
หลังจากสร้างโปรไฟล์บนแพลตฟอร์มแล้ว เขียนอีเมลหาผู้ติดต่อทางธุรกิจต่างๆ เช่น ผู้ซื้อ ผู้ผลิต หรือโรงงานในกลุ่ม เพื่อแจ้งพวกเขาถึงตัวตนออนไลน์ของคุณ คำแนะนำ: คุณอาจใช้ QR Code เพื่อลิงก์ไปยังโปรไฟล์ของคุณ QR Code เหล่านี้สามารถนำมาใช้ได้กับทุกงาน	✓✓✓	»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
ประกาศบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ LinkedIn หากคุณมีเกี่ยวกับโปรไฟล์ของคุณ	✓✓✓	»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
หากคุณเป็นสมาชิกของสมาคมสิ่งทอ ขอให้พวกเขาเพิ่มลิงก์ของโปรไฟล์ของคุณที่เว็บไซต์ของพวกเขา	✓✓✓	»» ระยะสั้น	<input type="checkbox"/>
ปรับเปลี่ยนลายเซ็นในอีเมล และนามบัตรโดยเพิ่มลิงก์ไปที่โปรไฟล์ของคุณบนแพลตฟอร์ม	✓✓	»»»» ระยะสั้น/ระยะกลาง	<input type="checkbox"/>
พิจารณาสร้างโปรไฟล์บนแพลตฟอร์มอื่นๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึง	✓✓	»»»» ระยะกลาง	<input type="checkbox"/>

ภาคผนวก ข: ตัวอย่างโปรไฟล์ของโรงงานที่สร้างบนแพลตฟอร์มต่างๆ


Foursource:

Eastman Exports Global Clothing Pvt Ltd Member of  FOURSOURCE






About us

Eastman Exports Global Clothing Pvt Ltd

 Tirupur, Portugal

One of the leading Apparel manufacturers in India, at the forefront of design, innovation and full-scale production specializing in producing knitwear, high-end apparel and accessories of the highest quality to high-end global fashion brands and boutiques across the globe. Eastman Exports is perfectly positioned to stay on top of the latest trends in the ever-changing world of fashion, with a commitment to provide exceptional products which meet the high expectations of our customers.

Key Facts




 Employees	 Revenue / Year	 Pieces / Year
200	\$4,500,000	600,000


Reference Customers

Gucci Hugo Boss Montblanc Patagonia zara Hermes FCUK Holister

H&M Zara

Production & export countries

 Production countries  Main export countries  Production & export countries





คู่มือนี้ถูกพัฒนาโดยแผนกวิสาหกิจ องค์กรแรงงานระหว่างประเทศ
สำหรับโครงการ **Decent Work in the Garment Sector Supply
Chains in Asia** และได้รับทุนสนับสนุนจากรัฐบาลสวีเดน

สำหรับคู่มือ และแหล่งข้อมูลอื่นๆ เกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19
กรุณาไปที่เว็บไซต์:

▶ ilo.org/covid19

คณะผู้เชี่ยวชาญเพื่อการทำงานที่มีคุณค่าประจำภูมิภาค
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแปซิฟิก

อาคารสหประชาชาติ ชั้น 10

ถนนราชดำเนินนอก

กรุงเทพฯ 10200, ประเทศไทย

โทรศัพท์: +662 288 1234

โทรสาร: +662 288 3058

อีเมล: BANGKOK@ilo.org

DECENT WORK

A better world starts here.