



▶ 在新冠肺炎疫情期间和之后增强韧性



新冠肺炎应对指南和行动清单



适用于服装厂及其经理

上线：建立线上业务

本指南有助于工厂经理们和厂主们建立线上业务，以便推广工厂并促进与买家的沟通。

开始入门



包含：平台示例
、行动清单

在本指南中：

- ▶ 在疫情期间数字化
- ▶ 在线的基础知识
- ▶ 关于如何建立线上业务的建议



1. 为什么在新冠疫情期间实现数字化是关键

对于那些希望在竞争中处于领先地位的企业来说，拥有线上业务已经变得越来越重要，而随着新冠疫情，企业的数字化进程已在迅速加快。在这个危机时期，当实体会议和旅行无法进行时，服装厂必须找到新的方式与买家互动，并确定有助于维持生产的销售渠道。

建立线上业务可以帮助你的工厂吸引新的客户。



建立线上业务可以帮助你的工厂提高知名度，可以帮助你与现有的买家沟通，以及吸引新的客户。尽管建立线上业务一开始可能会让人望而生畏，但有许多简单的解决方案，这些解决方案不需要你投入大量资金或雇佣员工。

总之，数字化可以帮助您的工厂：



在行业利益相关者那里提高知名度



吸引新客户



快速、有序地接收新订单



2. 在线的基础知识

在当今数字化的世界里，在建立线上业务时，有许多不同的平台和网站可以考虑。作为一个工厂经理，你需要从一开始就考虑适合你的渠道是什么。确定这一点的方法是，考虑您为什么要建立线上业务，您的目标群体（例如买家）以及您可以获得的资源（包括预算和时间）。

基本上，有两种方法可以建立线上业务并触及你的目标受众；包括直接方式和间接方式：

▶ 直接方式：建立自己的网站和网店。

▶ 优点

- 直接控制您的销售
- 推广自己的品牌

▶ 缺点

- 员工需要维护网站
- 建立初期投资高



▶ 间接方式：通过第三方平台搭建网站和网店。例如 Foursource 或 Amazon Marketplaces 等平台。

▶ 优点

- 初始投资低
- 不需要做网站维护工作

▶ 缺点

- 要向第三方卖方支付佣金
- 你不能同样地推广自己的品牌

如果你刚刚开始为你的工厂建立线上业务，间接方式可能是一个更容易迈出的第一步，因为它的初始投资低，而且管理起来很容易。



3. 准备行动

现在，我们已经了解了建立线上业务的主要好处，并讨论了两种不同的实现方式，下面的步骤可以帮助您建立线上业务。

▶ 在新冠肺炎疫情期间和之后增强韧性



工厂建立线上业务的6个步骤

01

设定你的目标

明确你上线的目标和时间表

02

了解目标受众

界定并分析你的目标受众

03

找到合适的平台

明智地决定选择哪个平台

04

在平台上创建你的主页

用相关的简单信息设置并完成你的主页

05

寻找新客户

与你的目标受众建立联系

06

推广你的线上业务

利用你的线上业务联系你的客户





将措施付诸行动：工厂行动清单

1. 设定你的目标

在采取任何行动之前，你需要清楚地知道你想通过线上业务实现什么

行动	易实施性	时间线	打勾 ✓
思考一下你为工厂建立线上业务的动机： <ul style="list-style-type: none"> ▶ 您想接触新的买家并使您的客户群多样化吗？ ▶ 您想将与现有买家的互动逐渐转移到网上？ ▶ 您想利用您的线上业务与其他行业利益相关者（如其他工厂、供应商或协会）取得联系？ 	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
想一下你有什么资源可以用来为你的工厂建立线上业务。在为您的工厂确定合适的渠道建立线上业务（步骤3）时，请使用此信息。 <p>问问自己以下问题：</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 为此目的有多少预算？建立线上业务的成本从免费到数千美元不等。 ▶ 你的时间表是什么？您是想在接下来的几天内为您的业务创建一个在线主页，还是愿意执行一个可能需要更长时间（从几周到几个月不等）的过程？ ▶ 你和你的员工对网络有多懂？你的销售经理能处理以数字方式发送给您的客户询价吗？ 	✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>

2. 了解目标受众

接下来，你应该定义界定你的目标受众。通过界定你想让什么人在网上看见你的工厂，你也可以了解他们的线上行为。为了达到你的目标受众，了解他们的线上行为是至关重要的。你需要分析你的受众是如何在线上寻找新的供应商和商业联系人的，他们寻找的供应商有哪些特点，他们主要使用哪些平台。

行动	易实施性	时间线	打勾 ✓
:确定你的目标受众： <ul style="list-style-type: none"> ▶ 是您现有的买家吗？如果是的话，你的客户通常是其他国内工厂吗？还是你有出口许可证，通常是卖给国际买家？ ▶ 您是否想将其他行业利益相关者包含在你的目标受众里，例如代理商或供应商工厂？ <p>请记住，您需要不同的方法来接触不同的受众。因此，先选择一个目标受众（例如国内工厂）。</p>	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
通过问自己以下问题来了解你的目标受众： <ul style="list-style-type: none"> ▶ 你的目标受众是什么样的？ <ul style="list-style-type: none"> ▶ 业务规模 ▶ 产品提供 ▶ 地理位置 ▶ 首选沟通方式 ▶ 你的目标受众通常如何找到新的供应商？ ▶ 您的目标受众使用哪些在线平台？ <p>实用贴士：要回答这些问题，你可以在网上进行研究，并与已经在线上开展业务的联系人（如果你认识的话）交谈。</p>	✓	»»»» 短期/中期	<input type="checkbox"/>

3. 找到合适的平台

最终，你需要决定什么是适合你的平台。这应是一个明智的决定，在这个决定中，你要考虑你在前两个步骤中收集的信息。如果你刚刚开始建立线上业务，那么使用间接方式是首选的，下面的行动就是基于为你找到合适的平台。

实用贴士：使用建议的平台列表，并借助附录A中的检查表对其进行评估。

行动	易实施性	时间线	打勾 ✓
			<input checked="" type="checkbox"/>

<p>首先查看附录 A 中的建议平台列表。例如联系你的服装协会或其他工厂，了解他们知道什么样的平台，并会推荐给你。</p> <p>准备一份可能适合您的平台的列表。</p> <p>实用贴士：您可以使用附录 A 中提供的列表。</p>	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
<p>根据与您相关的标准评估不同的平台选项。标准可以包括（如果愿意，可以删除/添加与您相关的标准）：</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 在你的目标受众中很受欢迎 ▶ 易于设置和维护您的个人资料主页，使您的员工能够管理您的主页 ▶ 适合您预算的平台成本/佣金 ▶ 能够为您的工厂定制/编辑主页 ▶ 能够上传您产品的照片和价格详情 ▶ 能够向工厂/买家直接发送信息 ▶ 能够在线销售 ▶ 查找其他主页的搜索工具 <p>实用贴士：您可以使用附录A中提供的检查表。</p>	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
<p>根据你的评估，决定什么是你注册工厂的合适平台。只要你有时间和资源维持线上业务，没有什么能阻止你在多个平台上注册。</p>	✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>

4. 在平台上创建你的主页

现在你已经选择了你的平台，你可以设置你的主页了。拥有一个完整并且信息丰富的主页将增加你接触目标受众的机会。

行动	易实施性	时间线	打勾 ✓
<p>首先，熟悉平台及其功能。</p> <p>实用贴士：有些平台提供网络研讨会或解释性视频作为指导。</p>	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
<p>查看其他类似产品工厂的主页，了解以下情况：</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 完成您的主页需要哪些信息？ ▶ 这些工厂是如何用文字和照片展示自己的？ <p>实用贴士：附录B显示了两个平台上的工厂主页示例。</p>	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
<p>联系那些已经在平台上成功发布主页的工厂。在设置你的主页时，向他们询问技巧。</p>	✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
<p>写一篇关于你工厂的文字。传达关于你的工厂的最重要信息，包括你生产的产品，你的产量和销售量以及雇员的数量。此外，如果你能提供关于与你的公司做生意的优势的信息，这将是一个加分项。</p> <p>这篇文字应该是透明、正面和简洁的，这样读者将对你的工厂形成一个良好的印象。</p>	✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
<p>添加有关工厂现有证书和可持续性/合规性实践的信息。</p>	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
<p>添加您的联系方式，如电话号码、电子邮件地址或Skype账号，以便感兴趣的您可以联系到您。</p>	✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
<p>在疫情期间，潜在的客户也可能觉得关于您的疫情应对的信息很有用。写一小段话，说明你的工厂为应对疫情和确保工人健康安全所采取的措施。把这个加到对你的工厂的描述里。</p>	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
<p>给你的工厂和你的产品拍照。确保你的照片光线充足，视角正确，清楚地显示出你想要描绘的东西。</p> <p>记住，你展示的东西传达了公司和产品的质量。因此，应避免上传廉价或低质量的图片。</p>	✓✓	»»»» 短期/中期	<input type="checkbox"/>

5. 寻找新客户

在平台上创建你的主页后，你应该探索如何与目标受众取得联系。在一些平台上你可以直接联系其他用户，而其他平台则只允许买家联系工厂。

行动	易实施性	时间线	打勾 ✓
平台允许直接联系其他用户			
开始在平台上搜索你的目标受众，并创建一个你想要联系的用户列表。	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
写一篇短文，在你接触潜在的买家/工厂时使用。短文应包括： <ul style="list-style-type: none"> ▶ 你为什么联系买家/工厂 ▶ 你生产什么产品，是什么让你从其他工厂中脱颖而出。 ▶ 你对待可持续性和就业条件的方式 ▶ 您想与买家/工厂探寻什么 ▶ 您的联系方式 	✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
与你列表中的用户联系。 谨慎使用直接消息 ：不要在联系人没有回复的情况下发送多条消息，不要用力过猛。	✓	»»»» 短期/中期	<input type="checkbox"/>
一周后跟进买家/工厂。	✓	»»»» 短期/中期	<input type="checkbox"/>
平台只允许买家联系工厂			
如果在平台上只允许买家联系您，那么您需要优化您的主页，使其出现在您的目标受众的搜索结果中。要优化您的主页，请分析买家/工厂的需求。记下关键词并查看文本的书写方式： <ul style="list-style-type: none"> ▶ 买家/工厂的主页 ▶ 订货说明页 ▶ 其他成功工厂的主页 实用贴士 ：对于某些平台，你也可以付费以便出现在搜索结果列表的顶端。但是，这会是非常昂贵的。	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
根据您的调查结果调整您的主页，并分析您是否因此收到更多买家的联系请求。如果没有，想想如何再次优化你的主页，以增加被联系的机会。 实用贴士 ：与那些已经成功建立主页的其他工厂交谈，向他们询问技巧和诀窍。如果可能的话，也联系你的买家，了解他们在这些平台上寻找什么。	✓✓	»»»» 中期	<input type="checkbox"/>

6. 推广你的线上业务

在平台上设置你的主页不足以找到新客户，也不足以改善与买家的沟通。为了实现你的目标，你需要向你的买家和供应商介绍你的主页，以此利用和推广你的线上业务。

行动	易实施性	时间线	打勾 ✓
在平台上创建你的主页后，给你的商业联系人（如买家、供应商和同行工厂）写一封电子邮件，告知他们你的线上业务。 实用贴士 ：你也可以考虑使用二维码提供通向你的主页的链接。这个二维码就可以印在你的办公文具上了。	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
如果你在社交媒体（Facebook、Twitter和LinkedIn）上有账号，那么就在上面发布关于你的新主页的消息。	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>
如果你是一家服装协会的会员，让他们在他们的网站上为你的平台主页添加一个链接。	✓✓✓	»»» 短期	<input type="checkbox"/>

调整您的电子邮件签名以及您的名片，使之包含可以通向你的平台主页的链接。	✓✓	»»»» 短期/中期	<input type="checkbox"/>
考虑在其他平台上建立贵公司的主页，以增加影响力。	✓✓	»»»» 中期	<input type="checkbox"/>

附录B：平台上的工厂主页示例

Foursource:

Eastman Exports Global Clothing Pvt Ltd A 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 knit wear, 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





本指南是由国际劳工组织企业司为“亚洲服装业供应链中的体面劳动”项目开发的，该项目由瑞典政府资助。

如需获取更多指南和资源以帮助应对全球新冠疫情，请访问：

▶ ilo.org/covid19

东亚、东南亚和太平洋地区体面劳动技术支持小组
联合国大楼10层
泰国曼谷Rajdamnern Nok大街
电话：662 288 1234
传真：662 288 3058
邮箱：BANGKOK@ilo.org

DECENT WORK

A better world starts here.