

ບົດຄວາມຂອງ BAF II ກ່ຽວກັບ Covid-19 ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອໃຫ້ຄຳແນະນຳແກ້ບັນດາທຸລະກິດໃນ ສປປ ລາວ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ 3 ວິທີການເຊັ່ນ:

- **ຫັນປ່ຽນ** ຮູບແບບທຸລະກິດຂອງທ່ານທີ່ມີຢູ່ ເພື່ອໃຫ້ສາມາດຜ່ານພື້ນວິກິດການລະບາດຂອງ Covid-19;
- **ກຽມພ້ອມ** ຮັບມືກັບສິ່ງທ້າທາຍທີ່ຈະເກີດຂຶ້ນຈາກ ພາວະເສດຖະກິດໂລກຕົກຕໍ່າ; ແລະ
- **ກຳນົດຈຸດຍືນ** ທຸລະກິດຂອງທ່ານ ສຳລັບການຟື້ນຕົວຂອງເສດຖະກິດ.

ບົດຄວາມທີ່ 4 ນີ້ຈະນຳສະເໜີຄຳແນະນຳກ່ຽວກັບວິທີການຈັດລຳດັບບຸລິມະສິດຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າຂອງທ່ານ. ຊຶ່ງເປັນສິ່ງສຳຄັນທີ່ຈະຕ້ອງສືບຕໍ່ພົວພັນກັບລູກຄ້າຂອງທ່ານໃນໄລຍະນີ້, ເຖິງຈະມີຄວາມທ້າທາຍຫຼາຍຢ່າງໃນການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງທ່ານ, ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສາຍສຳພັນ ແລະ ຄວາມນິຍົມທີ່ໄດ້ສ້າງໃນໄລຍະຜ່ານຍັງໜັ້ນຄົງ. Covid-19 ເປັນການເຕືອນເຮົາວ່າໂລກມີການປ່ຽນແປງຢ່າງວ່ອງໄວ, ແລະ ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ເຮົາມີການຕອບໂຕ້ຢ່າງວ່ອງໄວທັນກັບການປ່ຽນແປງຂອງພຶດຕິກຳ ແລະ ຄວາມຄາດຫວັງຂອງລູກຄ້າ.

ບົດຄວາມ 4: ການເບິ່ງແຍງລູກຄ້າ

ການປັບໂຕເຂົ້າກັບພຶດຕິກຳໃໝ່ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ. ວິກິດການ Covid-19 ໄດ້ສ້າງຄວາມແຕກຕື່ນໃຫ້ທຸກຄົນ, ລວມທັງລູກຄ້າຂອງທ່ານ. ເຊັ່ນດຽວກັບທ່ານ, ໂລກຂອງພວກເຂົາໄດ້ມີການປ່ຽນແປງຫຼາຍ, ແລະ ຄວາມເຊື່ອ, ພຶດຕິກຳ, ຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ບຸລິມະສິດກໍປ່ຽນແປງ ເຊັ່ນກັນ. ໃນອະນາຄົດທຸລະກິດຂອງທ່ານແມ່ນຂຶ້ນກັບການສ້າງເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບການປ່ຽນແປງເຫຼົ່ານີ້ ແລະ ຕອບສະໜອງຕໍ່ການປ່ຽນແປງດັ່ງກ່າວ. ປັດໃຈດັ່ງກ່າວມີຜົນຕໍ່ທຸລະກິດຂອງທ່ານບໍ່ວ່າຈະເປັນການດຳເນີນງານຂາຍຢ່ອຍແບບ B2C ຫຼື ຂາຍຍົກແບບ B2B, ແລະ ບໍ່ວ່າຈະເປັນການຂາຍຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ໃຫ້ບໍລິການ.

ສິ່ງສຳຄັນຕ້ອງມີການປັບຕົວນຳໜ້າການປ່ຽນແປງພຶດຕິກຳຂອງລູກຄ້າເຊິ່ງເປັນຜົນມາຈາກ Covid-19, ບາງຢ່າງກໍອາດຈະກັບຄືນສູ່ສະພາບປົກກະຕິທີ່ເຄີຍເປັນ, ແລະບາງຢ່າງກໍພັດທະນາໄປສູ່ຮູບແບບ“ວິຖີຊີວິດໃໝ່”. ຕົວຢ່າງ, ຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າທາງດ້ານເຄື່ອງປຸງທີ່ໃຊ້ໃນການປຸງແຕ່ງອາຫານ ແລະ ການກິນອາຫານເພື່ອສຸຂະພາບໄດ້ເພີ່ມຂຶ້ນໃນເຂດອາຊີຕາເວັນອອກສຽງໃຕ້, ສ້າງໂອກາດທາງທຸລະກິດໃໝ່ ສຳລັບຜູ້ຜະລິດ ແລະ ຜູ້ຂາຍຢ່ອຍ.¹

¹ “... ທ່າອ່ຽງການປ່ຽນແປງນີ້ໄດ້ສ້າງໂອກາດສຳຄັນໃຫ້ແກ່ຜູ້ຄ້າອອນລາຍ, ບໍລິສັດຜະລິດອາຫານຊຸດສຳເລັດຮູບອອນລາຍ, ແລະ ສິນຄ້າຢື່ທີ່ໃໝ່ໆທີ່ສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການທາງດ້ານອາຫານທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນໃນເຂດອາຊີຕາເວັນອອກສຽງໃຕ້ໂດຍມີຂໍ້ມູນດ້ານສຸຂະພາບທີ່ຜູ້ຊື້ສາມາດກະກຽມຢູ່ເຮືອນໄດ້ດ້ວຍຕົວເອງ. Covid-19 ໄດ້ບັງຄັບໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກໃນເຂດນີ້ຕ້ອງຮັບມືກັບການປ່ຽນແປງພຶດຕິກຳການກິນ ແລະ ຍອມຮັບການຊື້ເຄື່ອງໃນຮູບແບບໃໝ່. ສາມາດເບິ່ງລາຍລະອຽດໄດ້ທີ່: [https:// agfundernews.com/southeast-asia-turns-to-home-cooking-and-health-foods-presenting-opportunity-for-agrifood-innovators.html](https://agfundernews.com/southeast-asia-turns-to-home-cooking-and-health-foods-presenting-opportunity-for-agrifood-innovators.html)

ສະນັ້ນ, ສິ່ງທ້າທາຍແມ່ນການຄາດຄະເນຢ່າງຖືກຕ້ອງວ່າການປ່ຽນແປງເຫຼົ່ານັ້ນມີຄວາມໝາຍ ແນວໃດຕໍ່ທຸລະກິດຂອງທ່ານ, ຈາກນັ້ນກໍກຳນົດຈຸດຍືນຂອງທຸລະກິດທ່ານຄືໃໝ່ ເພື່ອສ້າງປະໂຫຍດສູງສຸດຈາກການປ່ຽນແປງດັ່ງກ່າວ. ນຳໃຊ້ໂອກາດໃຫ້ເກີດຜົນສູງສຸດ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນ ຜົນກະທົບດ້ານລົບ.

ການເຂົ້າເຖິງ ແລະ ສື່ສານກັບລູກຄ້າ.

ໃນຊ່ວງເວລາທີ່ການຕິດຕໍ່ຜິວພັນກັບລູກຄ້າຂອງທ່ານຢ່າງເປັນປົກກະຕິແມ່ນດຳເນີນໄດ້ຍາກ, ແຕ່ກໍເປັນສິ່ງຈຳເປັນທີ່ຈະຕ້ອງຊອກຫາວິທີທີ່ຈະຕິດຕໍ່ຜິວພັນກັບພວກເຂົາ. ປະຕິບັດວິທີເຂົ້າ ເຖິງລູກຄ້າຂອງທ່ານຢ່າງຈິງຈັງ, ບໍ່ວ່າຈະຜ່ານທາງສື່ສັງຄົມ ຫຼື ຊ່ອງທາງການສື່ສານຮູບແບບອື່ນໆ. ໃນທົ່ວໂລກແມ່ນກຳລັງຫັນໄປນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດໃນການເຮັດວຽກ ແລະ ເພື່ອຄວາມບັນເທີງ, ເຊິ່ງເປັນໂອກາດທີ່ດີໃນການທົບທວນຄືນວ່າເວັບໄຊທ໌ຂອງບໍລິສັດທ່ານ ແລະ ໜ້າເຟສບຸກນຳສະເໜີຫຍັງກ່ຽວກັບທຸລະກິດຂອງທ່ານແດ່ ໂດຍຕັ້ງຄຳຖາມວ່າ:



- ເນື້ອໃນ 1: ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ເນື້ອຫາໄດ້ສະໜອງໃຫ້ຄົບຖ້ວນ ແລະ ທັນຕໍ່ສະພາບການ ຫຼື ບໍ່?
- ເນື້ອໃນທີ 2: ຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ສະໜອງເໝາະສົມກັບຄວາມຕ້ອງການໃນປະຈຸບັນບໍ່?
- ຂໍ້ຄວາມ: ພາບລັກໂດຍລວມ ແລະ ຮູບແບບການສື່ສານຕ້ອງມີການປ່ຽນແປງໃນໄລຍະ Covid-19 ບໍ່?
- ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ: ຖ້າຄຳຕອບຕໍ່ຄຳຖາມຂ້າງເທິງແມ່ນ 'ບໍ່', ແລ້ວແມ່ນຫຍັງທີ່ຕ້ອງມີການປ່ຽນແປງ? ຈາກນັ້ນເດີນໜ້າດຳເນີນການປ່ຽນແປງ.

ເນື່ອງຈາກວ່າກິດຈະກຳການຂາຍຂອງທ່ານອາດຈະຕໍ່າກວ່າປົກກະຕິ, ເຊິ່ງເປັນເວລາເໝາະສົມທີ່ຈະປັບປຸງການຕະຫຼາດ ແລະ ການສື່ສານຂອງທ່ານ, ແລະ ກຽມພ້ອມເມື່ອທຸລະກິດກັບມາເປັນປົກກະຕິ. ໃນຂະນະດຽວກັນ, ໃຫ້ຄິດກ່ຽວກັບວິທີການສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ ແລະ ຄວາມນິຍົມຂອງລູກຄ້າໂດຍຜ່ານການສະໜັບສະໜູນລູກຄ້າທີ່ສະແດງວ່າທ່ານບໍ່ໄດ້ປ່ອຍປະລະເລີຍພວກເຂົາ, ແລະ ທ່ານເຂົ້າໃຈວ່າພວກເຂົາກໍ່ປະສົບກັບຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນໄລຍະທີ່ເສດຖະກິດຕົກຕໍ່າເຊັ່ນກັນ. ເປີດໃຈຕໍ່ການປ່ຽນແປງເງື່ອນໄຂສັນຍາ ແລະ ການຈ່າຍເງິນໃນໄລຍະສັ້ນ, ຖ້າທ່ານສາມາດເຮັດໄດ້.

ການກຽມພ້ອມ. ສຳລັບບໍລິສັດທີ່ມີຮູບແບບທຸລະກິດ B2B ໂດຍສະເພາະ, ແນ່ນອນວ່າລູກຄ້າຂອງທ່ານກໍ່ຈະໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຈາກວິກິດ Covid-19 ແລະ ຜົນສະທ້ອນທາງດ້ານເສດຖະກິດ. ຕົວຢ່າງ, ລູກຄ້າອາດຈະພົບກັບວິກິດການທາງດ້ານກະແສເງິນສົດ ໝາຍຄວາມວ່າພວກເຂົາອາດຈະຂໍເລື່ອນການຊຳລະເງິນອອກໄປ, ຫຼື ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຫຼຸດລາຄາສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການທີ່ພວກເຂົາໄດ້ຮັບຈາກທຸລະກິດຂອງທ່ານ. ຫຼື ພວກເຂົາອາດຈະພົບກັບບັນຫາການຫຼຸດປະລິມານການຜະລິດ, ເຊິ່ງເກີດຈາກການຫຼຸດຫຼືຍົກເລີກຄຳສັ່ງຊື້ຈາກບໍລິສັດຂອງທ່ານ. ສະນັ້ນຈຳເປັນຕ້ອງມີການວາງແຜນລ່ວງໜ້າເພື່ອຮັບມືກັບການປ່ຽນແປງຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ການຈ່າຍເງິນ ສຳລັບສິນຄ້າ ຫຼື ການບໍລິການຂອງທ່ານ, ແລະ ຜະຍາຍາມຫຼຸດຜ່ອນຜົນກະທົບທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນ. ວິທີໜຶ່ງທີ່ສາມາດເຮັດໄດ້ແມ່ນຂອງການຕິດຕໍ່ຜິວພັນຢ່າງໃກ້ຊິດກັບລູກຄ້າຫຼັກຂອງທ່ານ, ແລະ ຕິດຕາມຂ່າວສານກ່ຽວກັບສະພາບການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງພວກເຂົາ - ຜົນກະທົບທີ່ເກີດຂຶ້ນກັບພວກເຂົາໃນມື້ນີ້ຈະສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ທ່ານໃນມື້ຕໍ່ໄປ.

ເຕັມໃຈທີ່ຈະປັບຕົວ. ມີຄວາມເປັນໄປໄດ້ວ່າທ່ານຈະພົບກັບບັນຫາການປ່ຽນແປງກ່ຽວກັບການສະໜອງທີ່ທ່ານບໍ່ສາມາດຄວບຄຸມໄດ້ (ສາມາດເບິ່ງໄດ້ໃນບົດຄວາມສະບັບທີ 3). ຖ້າເປັນເຊັ່ນນັ້ນ, ທ່ານອາດຈະຕ້ອງໄດ້ປັບການຈັດສັນການສະໜອງປົກກະຕິຂອງທ່ານໃຫ້ກັບລູກຄ້າຫຼັກ, ແລະ ອາດຈະຄຳນຶ່ງກ່ຽວກັບການປັບລາຄາ. ພວກເຮົາຂໍແນະນຳໃຫ້ທ່ານຫຼີກລ້ຽງການຂຶ້ນລາຄາ ຫຼື ຜົນກຳໄລໃນໄລຍະວິກິດການປະຈຸບັນ, ແລະ ບໍ່ຄວນສວຍໂອກາດຈາກການຂາດແຄນສິນຄ້າຢ່າງກະທັນຫັນໃນການຫາກຳໄລທາງທຸລະກິດ. ເພາະລູກຄ້າຈະຈິດຈຳສິ່ງທ່ານເຮັດ, ແລະ ອາດຈະຕັດສິນໃຈທີ່ຈະບໍ່ຊື້ສິນຄ້າແລະການບໍລິການຈາກທຸລະກິດຂອງທ່ານໃນອະນາຄົດ. ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ລູກຄ້າຈະຈິດຈຳຖ້າທ່ານໃຫ້ຄວາມສຳຄັນຕໍ່ລູກຄ້າທີ່ຂາດແຄນ ແລະ ມີຄວາມຕ້ອງການຫຼາຍກວ່າໝູ່, ເຊັ່ນຜູ້ທີ່ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບ ຫຼື ຂາດສິນຄ້າ ແລະ

ການບໍລິການຂອງທ່ານບໍ່ໄດ້. ການເຮັດສິ່ງທີ່ຖືກຕ້ອງໃນຕອນນີ້ຈະຊ່ວຍເພີ່ມຄວາມນິຍົມຂອງລູກຄ້າໃນອະນາຄົດ. ເຕັມໃຈທີ່ຈະສະໜອງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການ ແບບພິເສດເພື່ອເຂົ້າເຖິງກຸ່ມລູກຄ້າຂອງທ່ານ.

ການຮັກສາຄວາມປອດໄພຂອງລູກຄ້າ. ຖ້າທຸລະກິດຂອງທ່ານແມ່ນຮູບແບບທີ່ລູກຄ້າ (ແລະ ຜູ້ສະໜອງສິນຄ້າ) ຈຳເປັນຕ້ອງເຂົ້າມາພົວພັນ ວຽກດ້ວຍໂຕເອງໃນເຂດທຸລະກິດ, ຫ້າງຮ້ານ ຫຼື ສະຖານທີ່ອື່ນໆ, ເປັນສິ່ງສຳຄັນທີ່ພວກເຂົາຈະຕ້ອງຮູ້ສຶກປອດໄພ. ຖ້າພວກເຂົາຮູ້ສຶກບໍ່ປອດໄພ, ພວກເຂົາກໍ່ຈະລັງເລໃຈທີ່ຈະເຮັດທຸລະກິດກັບທ່ານ, ແລະ ອາດຈະໄປປອນອື່ນແທນ. ກວດກາສະຖານທີ່ດຳເນີນທຸລະກິດຂອງທ່ານ ແລະ ເບິ່ງວ່າມີການປ່ຽນແປງໃດທີ່ສາມາດເຮັດໄດ້ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຄວາມສ່ຽງໃນການແຜ່ເຊື້ອໄວຣັດ, ທັງລະຫວ່າງລູກຄ້າເອງ ແລະ ລະຫວ່າງລູກຄ້າ ແລະ ພະນັກງານ. ນຳໃຊ້ມາດຕະການການຮັກສາໄລຍະຫ່າງເພື່ອຄວາມປອດໄພແມ່ນທາງເລືອກໜຶ່ງ (ຕົວຢ່າງ: ເວັ້ນໄລຍະຫ່າງລະຫວ່າງໂຕະ ເຮັດວຽກຢູ່ໃນຫ້ອງການ ຫຼື ໄລຍະຫ່າງລະຫວ່າງລູກຄ້າໃນຮ້ານ) ພ້ອມດ້ວຍການວາງແຜງກັນ ແລະ ແນວບັງຊີ້ຄວາມຢູ່ປອນສຳຄັນເຊັ່ນ: ຢູ່ ຕໍ່ໜ້າປ້ອງໄລ່ເງິນ. ການກວດກາອຸປະກອນຂອງທຸກໆຄົນທີ່ເຂົ້າມາ, ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າມາ/ລູກຄ້າທຸກຄົນຕ້ອງໃສ່ໜ້າກາກ, ແລະ ມີເຈວລ້າງມືສຳລັບທຸກຄົນທີ່ເຂົ້າມາ. ແລະ ຕ້ອງຄຳນຶງວ່າລູກຄ້າ ຫຼື ຜູ້ມາຢ້ຽມຢາມທຸກຄົນບໍ່ຄືກັນ, ຫຼື ມີຄວາມກັງວົນໃຈຄົນລະແບບ. ກຸ່ມຄົນທີ່ມີຄວາມສ່ຽງຫຼາຍທີ່ຈະມີອາການໜັກ ຫຼັງຈາກຕິດເຊື້ອ Covid-19, ເພາະອາຍຸສູງ, ມີບັນຫາສຸຂະພາບ ຫຼື ພິການ, ຕ້ອງໄດ້ຮັບການປ້ອງກັນພິເສດ, ແລະ ທ່ານອາດຈະຈັດສັນເວລາໄປຢ້ຽມຢາມພິເສດ ຫຼື ໃຫ້ການຊ່ວຍເຫຼືອອື່ນໆ.



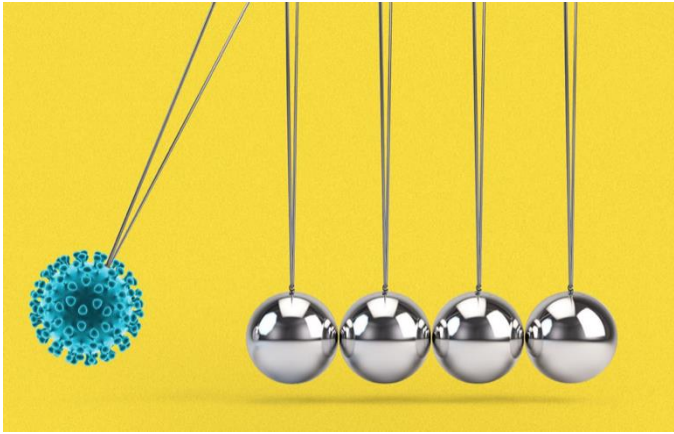
ການຄ້າອິເລັກໂຕຣນິ ແລະ ວິທີແກ້ໄຂບັນຫາທຸລະກິດໃໝ່.

ຄວນຄຳນຶງວ່າຄວາມສາມາດໃນການເດີນທາງຂອງລູກຄ້າແມ່ນມີຂໍ້ຈຳກັດໃນຫຼາຍເດືອນຂ້າງໜ້າ ເຊິ່ງອາດມີຜົນຕໍ່ຄວາມສາມາດໃນການຕັດສິນໃຈກ່ຽວກັບການສັ່ງຊື້ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການຈາກທຸລະກິດຂອງທ່ານ. ສະນັ້ນ, ທ່ານຕ້ອງຊອກຫາວິທີເຮັດໃຫ້ການຕິດຕໍ່ພົວພັນກັບບໍລິສັດຂອງທ່ານມີຄວາມງ່າຍດາຍ ເຊິ່ງບໍ່ພຽງແຕ່ເປັນການຮັກສາຖານລູກຄ້າທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ, ແຕ່ຍັງເປັນການດຶງດູດລູກຄ້າໃໝ່ຈາກຄູ່ແຂ່ງທີ່ບໍ່ສາມາດຮັບມືກັບຄວາມທ້າທາຍນີ້.

ການປ່ຽນແປງນີ້ລວມທັງການປັບປຸງເວັບໄຊຂອງບໍລິສັດທ່ານເຊັ່ນ: ເພີ່ມໜ້າທີ່ຂອງເວັບໄຊທ໌, ຄວາມສະດວກໃນການນຳໃຊ້, ພ້ອມທັງຄວາມສວຍງາມຂອງໜ້າເວັບໄຊທ໌. ກ່ອນໜ້ານີ້, ລູກຄ້າອາດຈະບໍ່ໄດ້ໃຊ້ເວັບໄຊທ໌ຂອງບໍລິສັດທ່ານຫຼາຍ, ຍ້ອນວ່າພວກເຂົາມັກໄປເບິ່ງສິນຄ້າຕົວຈິງ. ແຕ່ດຽວນີ້ເວັບໄຊທ໌ອາດຈະເປັນຊ່ອງທາງຫຼັກໃນການຕິດຕໍ່ພົວພັນກັບທ່ານ. ຖ້າເປັນແບບນັ້ນ, ເວັບໄຊທ໌ທ່ານມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື, ໜ້າສົນໃຈ ແລະ ສະດວກໃນການນຳໃຊ້ ເພື່ອຮອງຮັບການນຳໃຊ້ທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນນີ້ບໍ່? ລູກຄ້າສາມາດສັ່ງຊື້ສິນຄ້າ, ແລະ ຈ່າຍເງິນທາງອິນເຕີເນັດ, ພ້ອມທັງສາມາດເລືອກການຈັດສົ່ງເຖິງທີ່ໄດ້ບໍ່? ຖ້າຄູ່ແຂ່ງຂອງທ່ານມີການປັບປຸງການບໍລິການຊັກຊ້າ, ທ່ານມີໂອກາດໃນການຍາດແຍ່ງເອົາສ່ວນແບ່ງຕະຫຼາດຫຼາຍຂຶ້ນ. ຊ່ອງທາງດັ່ງກ່າວບໍ່ໄດ້ຈຳກັດແຕ່ບໍລິສັດຂາຍຍ່ອຍ, ເຊັ່ນຮ້ານຄ້າ, ແຕ່ຍັງສາມາດນຳໃຊ້ສຳລັບທຸລະກິດທີ່ໃຫ້ບໍລິການຕ່າງໆ. ຕົວຢ່າງ, ການໃຫ້ບໍລິການດ້ານການສຶກສາອາດຈະປ່ຽນບາງການສອນຜ່ານລະບົບອອນລາຍ, ໃນຂະນະທີ່ສູນອອກກຳລັງກາຍ ແລະ ຄູສອນອອກກຳລັງກາຍ ມີການນຳໃຊ້ແອັບ ແລະ ວິດີໂອ ແທນການສອນແບບຕົວຕໍ່ຕົວ.

ການປ່ຽນແປງຮູບແບບການໃຊ້ຈ່າຍ. ທຸລະກິດຄວນຄາດຄະເນການປ່ຽນແປງທາງດ້ານການຈັດບຸລິມາສິດ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າໄປໃນຫຼາຍຮູບແບບ, ເຮັດໃຫ້ເກີດມີຕະຫຼາດໃໝ່ສຳລັບສິນຄ້າບາງຢ່າງ, ແລະ ຕະຫຼາດສຳລັບສິນຄ້າອື່ນຫຼຸດລົງ. ຕົວຢ່າງ, ລູກຄ້າອາດຈະມີຄວາມອ່ອນໄຫວດ້ານລາຄາສິນຄ້າ, ແລະ ຄວາມຕ້ອງການສິນຄ້າແລະການບໍລິການທີ່ຫຼຸດລົງເພື່ອອາດຈະຫຼຸດລົງໃນໄລຍະໜຶ່ງ, ຍ້ອນວ່າທາງເລືອກທີ່ລາຄາຖືກກວ່າຈະດຶງດູດລູກຄ້າໃໝ່. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງເປັນສິ່ງສຳຄັນທີ່ທ່ານຕ້ອງຕິດຕາມການປ່ຽນແປງຂອງພຶດຕິກຳຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ ແລະ ຮູບແບບການໃຊ້ຈ່າຍຢ່າງໃກ້ຊິດ, ແລະ ພະຍາຍາມວາງສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການຂອງທ່ານເອງເພື່ອຕອບສະໜອງການປ່ຽນແປງເຫຼົ່ານີ້. ລວມເຖິງການເອົາໃຈໃສ່ພິເສດຕໍ່ສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການທີ່ລູກຄ້າມີຄວາມຕ້ອງການສູງສຸດໃນໄລຍະນີ້ເຊັ່ນ: ສິນຄ້າສຳລັບການເຮັດວຽກເຮືອນ ແລະ ສ້າງຄວາມບັນເທີງໃນເຮືອນ, ຜະລິດຕະພັນ ແລະ ການບໍລິການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບສຸຂະພາບ ແລະ ຄວາມປອດໄພສ່ວນບຸກຄົນ, ລວມທັງສິນຄ້າທີ່ບໍ່ຈຳເປັນແຕ່ສາມາດສ້າງຄວາມສະບາຍໃນເວລາທີ່ທຸກຄົນມີຄວາມກັງວົນສູງ.

ຕ້ອງວິເຄາະໄປເຖິງສະພາບຫຼັງຈາກວິກິດການ, ແລະ ເລີ່ມຄິດກ່ຽວກັບການໂຄສະນາສິນຄ້າ ແລະ ການຕະຫຼາດຫຼັງ Covid-19, ເຊິ່ງອາດຈະພັດທະນາຕິດພັນກັບຜະລິດຕະພັນ ຫຼື ການບໍລິການໃໝ່, ໂດຍການນຳສະເໜີສິ່ງທີ່ມີຄ່າແກ່ລູກຄ້າຂອງທ່ານ, ແລະ ມີຈຸດຂາຍໃໝ່ .



ການປ່ຽນແປງຂອງຕະຫຼາດສິ່ງອອກ.

ສຳລັບບໍລິສັດທີ່ມີເປົ້າໝາຍແມ່ນຕະຫຼາດສິ່ງອອກ ແລະ ສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ຊື້ຢູ່ຕ່າງປະເທດ, ສິ່ງສຳຄັນແມ່ນຈະຕ້ອງຕິດຕາມການປ່ຽນແປງຂອງຮູບແບບທຸລະກິດ ແລະ ການຄ້າສາກົນ. Covid-19 ຈະມີຜົນກະທົບອັນໃຫຍ່ຫຼວງຕໍ່ເຄືອຂ່າຍການຜະລິດຂ້າມແດນ ແລະ ຕ້ອງໂສ້ມູນຄ່າສາກົນ, ເຖິງວ່າຕອນນີ້ອາດຈະບໍ່ສາມາດຄາດຄະເນໄດ້ວ່າມີຜົນກະທົບດ້ານໃດແດ່ ແລະ ຫຼາຍປານໃດ. Covid-19 ໄດ້ເປີດເຜີຍຈຸດອ່ອນຕ່າງໆທີ່ມີຢູ່, ບໍ່ວ່າຈະເປັນການຄາດ

ເຄື່ອນ ໃນລະບົບການສະໜອງ, ການຫຼຸດລົງຂອງຄວາມຕ້ອງຂອງ

ຕະຫຼາດຢ່າງກະທັນຫັນ, ອຸປະສັກດ້ານລະບຽບການ ແລະ ອື່ນໆ. ເຊິ່ງ ເຮົາສາມາດຄາດເດົາໄດ້ວ່າ, ຜູ້ຊື້ຕ່າງປະເທດຈະມີການທົບທວນຄືນຕ້ອງໂສ້ການສະໜອງຂອງພວກເຂົາ, ແລະ ຈະມີການປ່ຽນແປງຢ່າງໃຫຍ່ ຫຼວງໃນເດືອນ ແລະ ປີຂ້າງໜ້າ .

ສຸດທ້າຍ. ໃນຫຼາຍພາກສ່ວນທຸລະກິດ, ພວກເຮົາໄດ້ເຫັນແລ້ວວ່າເຕັກໂນໂລຊີຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ກຳລັງຂັບເຄື່ອນການປ່ຽນແປງທີ່ສຳຄັນຕໍ່ວິທີການດຳເນີນທຸລະກິດ, ເຊັ່ນວ່າການຄ້າອີເລັກໂຕຣນິກ. Covid-19 ຈະບໍ່ຢຸດທ້າງດັ່ງກ່າວ, ແຕ່ຈະເລັ່ງການປ່ຽນແປງ. ໃນຂະນະທີ່ທ່ານເລີ່ມພັດທະນາຮູບແບບທຸລະກິດຂອງທ່ານຕາມ “ວິຖີຊີວິດໃໝ່” ຫຼັງຈາກ Covid-19, ທ່ານສາມາດປຶກສາກັບລູກຄ້າກ່ຽວກັບແຜນການໃນຄວາມຄິດທ່ານ, ແລະ ຮັບຄຳຕີຊົມຈາກພວກເຂົາ. ຮັບຜິດຊອບແນະນຳຂອງພວກເຂົາ, ແລະ ພະຍາຍາມເຂົ້າໃຈວ່າພວກເຂົາຈະຕ້ອງການໃຫ້ມີການບໍລິການແບບໃດຈາກບໍລິສັດຂອງທ່ານໃນອະນາຄົດ.

ຝຶຈາລະນາການສະໜັບສະໜູນຂອງໜ່ວຍງານໃຫ້ບໍລິການພັດທະນາທຸລະກິດ ຫຼື business development service (BDS)

BAF II ໃຫ້ທຶນການຊ່ວຍເຫຼືອທີ່ເໝາະສົມແກ່ ບໍລິສັດທີ່ຕ້ອງການຈ້າງຜູ້ໃຫ້ບໍລິການດ້ານການພັດທະນາທຸລະກິດ (BDS) ເພື່ອຊ່ວຍປັບປຸງປະສິດທິພາບໃນການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງຕົນ. ໃນດ້ານການເບິ່ງແຍງລູກຄ້າ, ຖ້າທ່ານຄິດວ່າທາງຕ້ອງການຊ່ວຍເຫຼືອໃນການປັບປຸງຮູບລັກຂອງທຸລະກິດ, ການຕະຫຼາດ ແລະ ການສື່ສານ, ທ່ານສາມາດຕິດຕໍ່ຫາ BAF II ເພື່ອປຶກສາບັນຫາດັ່ງກ່າວກັບທີ່ປຶກສາດ້ານທຸລະກິດຂອງພວກເຮົາ. ຂັ້ນຕອນທຳອິດແມ່ນທ່ານສາມາດລົງທະບຽນຢູ່ໃນເວັບໄຊທ໌ຂອງ BAF II.

ນອກນັ້ນ, ທ່ານຍັງສາມາດເຂົ້າເບິ່ງຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມທີ່ເປັນປະໂຫຍດກ່ຽວກັບການຮັບມືກັບສະຖານະການ Covid-19 ໃນເວັບໄຊທ໌ຂອງພວກເຮົາຢູ່ໜ້າ ‘Resources’.

“ພວກເຮົາຈະຮ່ວມຕໍ່ສູ້ກັບວິກິດໄປນຳກັນ.” BAF II ຍິນດີໃຫ້ການຊ່ວຍເຫຼືອທຸລະກິດທ່ານເພື່ອຫັນປ່ຽນ, ກຽມພ້ອມ ແລະ ກຳນົດຈຸດຍືນຂອງທຸລະກິດ. ທ່ານສາມາດເຂົ້າມາຫາພວກເຮົາ ເພື່ອປຶກສາຫາລືວ່າທາງເຮົາຈະຊ່ວຍເຫຼືອທຸລະກິດຂອງທ່ານໃນການຮັບມືກັບວິກິດນີ້ ໄດ້ຄືແນວໃດ. ທ່ານສາມາດຕິດຕໍ່ເຮົາໄດ້ທີ່: info@baf Laos.com ຫຼື ໂທ: 020-55542658. ຫຼື ເວັບໄຊທ໌: www.baf Laos.com

