กลยุทธ์จะเป็นเรื่องของการทำการตลาดออนไลน์ก็จะมีฝ่าย SEO สำหรับดูแลการตลาดแล้วก็ทำให้เว็บไซต์ในเครือของเราเนี่ยมีประมาณ 50 กว่าเว็บไซต์ให้ให้ติดอันดับในหน้าหนึ่งของ Google

แล้วก็บริษัทจะมีทีมโปรแกรมเมอร์สำหรับคอยพัฒนาระบบสร้างนวัตกรรมต่างๆสำหรับการให้บริการจัดการด้านการแปลเพื่อให้มีการติดตามงานได้ถูกต้องแล้วก็ส่งให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วแล้วก็มีความถูกต้องด้วยครับ

ส่วนที่สามคงเป็นเรื่องของการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการสำหรับฝ่ายขายซึ่งฝ่ายขายทุกคนเนี่ยก็จะมีการเทรนในเรื่องของการใช้น้ำเสียงแพตเทิร์นการพูดกับลูกค้าการตอบข้อคำถามเกี่ยวกับข้อสงสัยในเรื่องการแปลภาษา

และฝ่ายขายทุกคนจะต้องมีทักษะในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าและคอยประสานงานกับนักแปลในกรณีที่ลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงงานแปลหรือมีการเปลี่ยนแปลงความต้องการเนื่องจากงานแปลเป็นงานที่จะต้องมีความยืดหยุ่นสูงดังนั้นบริษัทก็จะมีการรับประกันสินค้าหรือว่าเป็นการรับประกันงานแปลยกตัวอย่างเช่นมีการรับประกันความพึงพอใจ 100% ในกรณีที่งานแปลอ่ามีความถูกต้องแต่ลูกค้าไม่มีความพอใจหากเป็นเช่นนี้เราก็จะ

หากเป็นเช่นนี้เราก็จะทำการคืนเงินให้กับลูกค้า 100%

แต่ก่อนที่จะมีการคืนเงินลูกค้าจะต้องผ่านฝ่ายตรวจสอบคุณภาพซึ่งฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะเป็นผู้ตรวจไวยากรณ์ด้วยดังนั้นหากการแปลมีปัญหาฝ่ายตรวจสอบคุณภาพก็จะเข้ามาตรวจสอบงานทันทีว่าเกิดจากการสื่อสารผิดพลาดระหว่างฝ่ายขายกับลูกค้าหรือนักแปลแปลงานให้กับลูกค้าผิดหรือไม่ครบถ้วนก่อนที่จะมีการ

1. Low Cost Leadership Strategy (กลยุทธ์นำทางด้วยต้นทุนต่ำ): บทความไม่ได้กล่าวถึงแนวทางสำหรับกลยุทธ์นี้ แต่จากเนื้อหาที่ให้มาเราสามารถสรุปได้ว่ามีการเน้นในเรื่องของการประหยัดต้นทุนในการพัฒนาและดูแลระบบทั้งในด้านการตลาดออนไลน์และการให้บริการด้านการแปลภาษา เพื่อให้สามารถรักษาราคาที่แข่งขันได้ต่ำ และมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่ต้องการผู้ให้บริการที่มีราคาที่เหมาะสมและคุณภาพสูง
2. Differentiation Strategy (กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง): บทความกล่าวถึงการมีทีมโปรแกรมเมอร์สำหรับพัฒนาระบบนวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการ โดยเน้นความสามารถในการติดตามงานและส่งงานได้อย่างรวดเร็ว และมีความถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการเน้นในการรับประกันความพึงพอใจและการสนับสนุนลูกค้าในกระบวนการแปล
3. Niche or Focus Strategy (กลยุทธ์การเน้นตลาดกลุ่มเป้าหมาย): บทความไม่ได้กล่าวถึงแนวทางสำหรับกลยุทธ์นี้ แต่เนื้อหาในบทความเน้นที่การพัฒนาระบบสร้างนวัตกรรมเพื่อการแปลที่แม่นยำและรวดเร็ว อาจแสดงถึงการเน้นการพัฒนาและให้บริการในกลุ่มเฉพาะที่ต้องการความเชี่ยวชาญแบบพิเศษ
4. Strengthening Customer and Supplier Intimacy Strategy (กลยุทธ์การเสริมสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าและซัพพลายเออร์): บทความกล่าวถึงการมีทักษะในการแก้ปัญหาและการประสานงานกับลูกค้าและนักแปลในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงความต้องการ นอกจากนี้ยังเน้นการควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบคุณภาพเพื่อรับประกันว่างานแปลมีความถูกต้องและตรงตามความต้องการของลูกค้า
5. Alliance Strategy (กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร): บทความไม่ได้กล่าวถึงแนวทางสำหรับกลยุทธ์นี้ แต่เนื้อหาเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าหรือบริการในกรณีที่งานแปลไม่ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และการรับประกันความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวอย่างของการเน้นความสำคัญในการสร้างความไว้วางใจกับลูกค้า

1. \*\*Low Cost Leadership Strategy (กลยุทธ์ความเป็นผู้นำทางต้นทุนต่ำ)\*\*:

บริษัท PAWANO SOFTWARE SOLUTION อาจใช้กลยุทธ์นี้โดยเน้นในการลดต้นทุนในกระบวนการด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์และการให้บริการแปลภาษา ทำให้สามารถนำมาเสนอราคาที่มีคุณภาพและค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ตัวอย่างเช่นการใช้เทคโนโลยีที่ประหยัดทรัพยากรในการพัฒนาซอฟต์แวร์และกระบวนการต่างๆ รวมถึงใช้การตลาดออนไลน์เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและการสื่อสารกับลูกค้า

2. \*\*Differentiation Strategy (กลยุทธ์ความแตกต่าง)\*\*:

PAWANO SOFTWARE SOLUTION อาจเลือกที่จะเน้นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการของตนในตลาด โดยเน้นการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพและนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันหรือเครื่องมือที่ใช้งานง่ายและสะดวกสบาย

3. \*\*Niche or Focus Strategy (กลยุทธ์เน้นตลาดกลุ่มเล็กหรือเน้นด้านเฉพาะ)\*\*:

บริษัทอาจเลือกจะเน้นการให้บริการแปลภาษาที่เฉพาะเจาะจงในกลุ่มลูกค้าหรือภาษาที่มีความต้องการสูง ทำให้บริษัทเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานี้และมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

4. \*\*Strengthening Customer and Supplier Intimacy Strategy (กลยุทธ์เสริมความใกล้ชิดกับลูกค้าและซัพพลายเออร์)\*\*:

บริษัทอาจเน้นในการสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับลูกค้าและซัพพลายเออร์ โดยการให้บริการที่เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้าและความร่วมมือกับซัพพลายเออร์ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ

5. \*\*Alliance Strategy (กลยุทธ์สร้างพันธมิตรและความร่วมมือ)\*\*:

บริษัทอาจเลือกที่จะสร้างพันธมิตรและความร่วมมือกับบริษัทอื่นในอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มโอกาสในการพัฒนานวัตกรรมและการเข้าถึงตลาดใหม่ ตัวอย่างเช่นการร่วมมือกับบริษัทเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีใหม่ๆ