



นิเทศศาสตร์ ปริญญาโท

จุดติด

# STARTUP

ผ่าน Ideas การตลาดชั้นเซียน

Day 1

Marketing Ideas

▶ 27 ก.พ. 61

Smart Startup เก่งการตลาด  
ฉลาดการสื่อสาร



อาจารย์ บรรณ ภูซงค์เจริญ

ที่ปรึกษา การวางแผนกลยุทธ์  
ทางธุรกิจ & Business Model Canvas

เปลี่ยนฝัน  
ให้เป็นธุรกิจ

สรรค์สร้างธุรกิจใหม่ ด้วยยอดทะลุขีด  
ด้วย Business Model Canvas



จุดติด

Start Up

### โค้ชบรรณ ภูซงค์เจริญ

- ประสบการณ์ 18 ปี ในวงการที่ปรึกษาการวางแผนระบบธุรกิจด้วย IT Solution, Banking & Finance, Telecommunication, Manufacturing & Logistic
- ประสบการณ์ 5 ปีวางกลยุทธ์การตลาด ด้วยเครื่องมือ Online Marketing + Social Media ให้กับธุรกิจยักษ์ใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์ กระตุ้นยอดขาย และปรับธุรกิจเดิมๆ ให้เติบโตบนโลกออนไลน์(O2O) ด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas
- ประสบการณ์ 3 ปีผู้เชี่ยวชาญการสร้างแบรนด์ในตลาด Social Media ของประเทศจีน และการเปิดตลาดจีน

Powered by

LEVEL Up

LEVEL Up  
Thailand



Marketing Slides

# Welcome! Message



Buhn Bhuchongcharoen



CEO : Level up holding Co., Ltd.



RIYA GROUP  
THE CAPITAL WELLNESS OF ASIA



ผู้เชี่ยวชาญด้าน

- การออกแบบแบรนด์สินค้า
- การเพิ่มยอดขายผ่านทาง Online
- Online Business Model
- China Marketing
- Cross Border mobile payment

ประสบการณ์ 18 ปี ในวงการที่ปรึกษาระบบ IT และวางแผนธุรกิจ

ที่ปรึกษาด้านการตลาดOnlineและการวางโครงสร้างธุรกิจ



Features Slides

## Context vs content



① Energy

② Team

③ Creativity

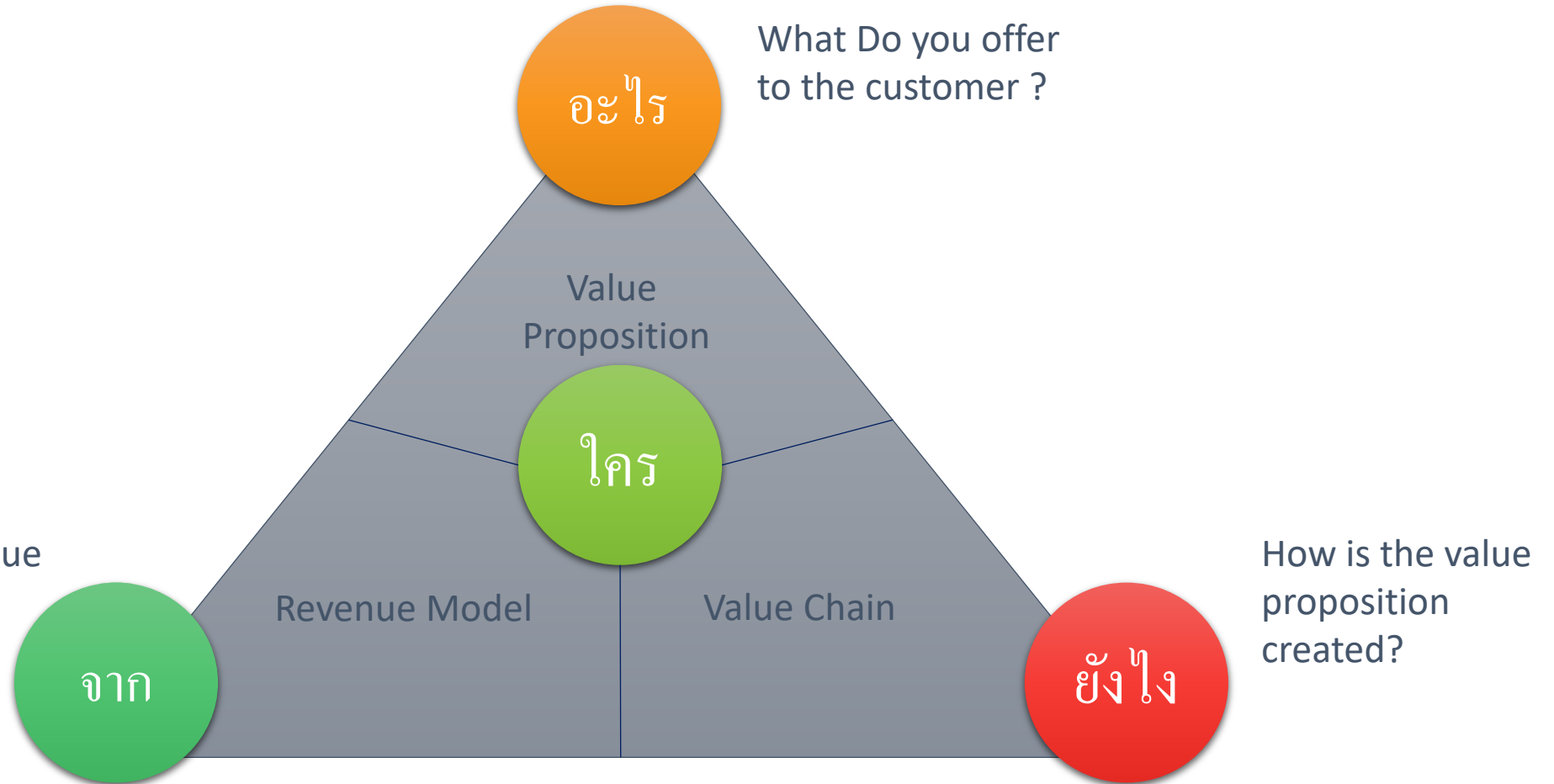


#CoachBuhn





# Definition of Business Model





# Definition of Business Model



คือพิมพ์เขียวขององค์กร ที่อธิบายว่า  
ธุรกิจสร้างและส่งมอบคุณค่าอย่างไร



# Definition of Business Model Innovation



A business model innovation introduces a **new logic of how a company creates and captures value by changing multiple dimensions** of a business model.





# New dimension of Nespresso

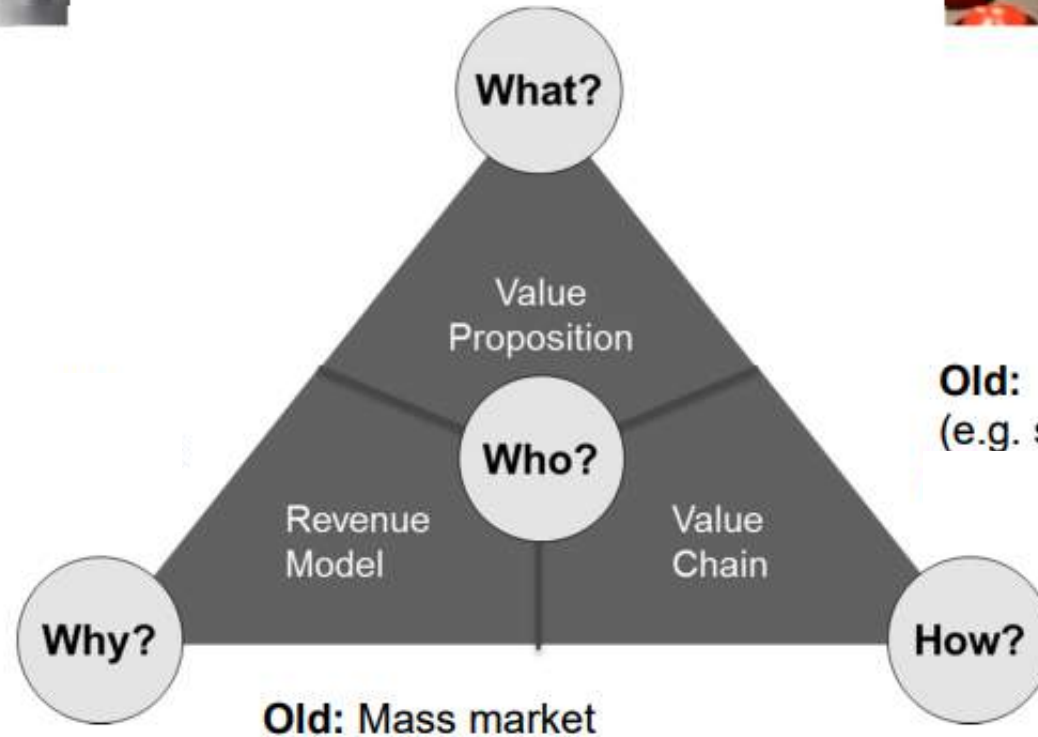


**Old:** Coffee powder (commodity)



**Old:** Retail margin

**Old:** Retail shops  
(e.g. supermarket)



# How Dell made the difference

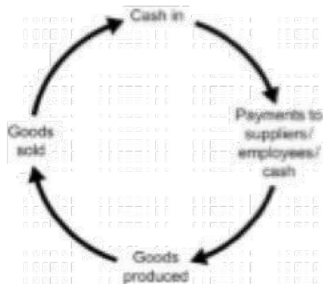
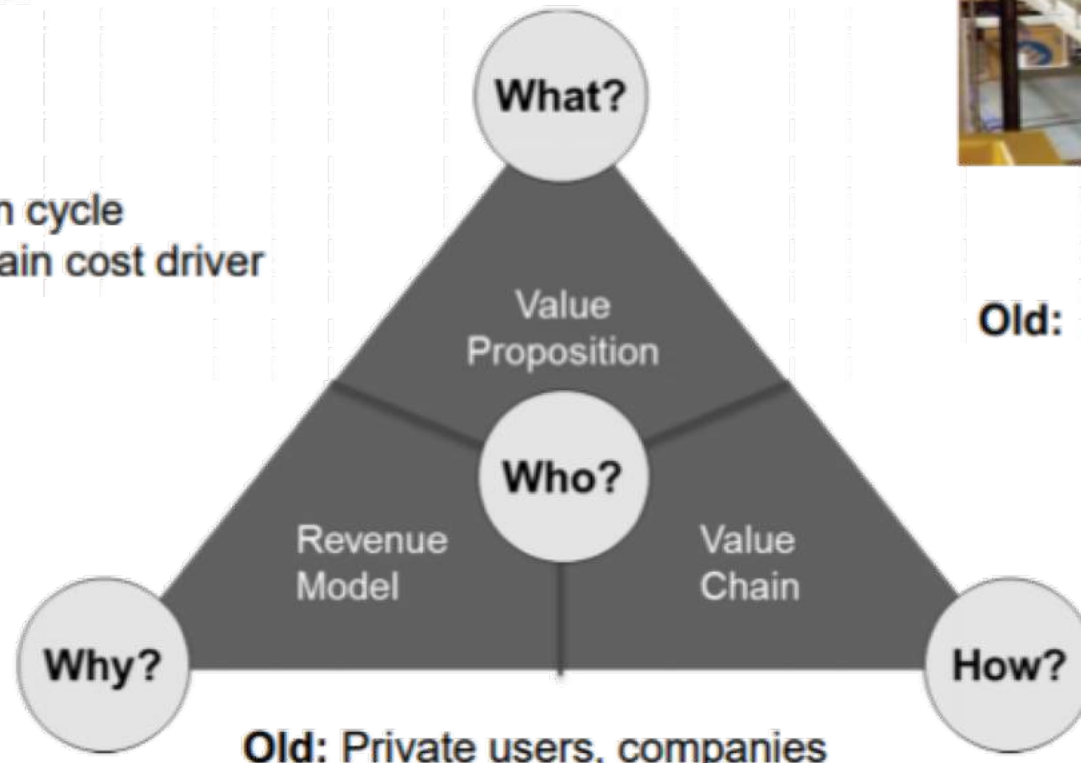


**Old:** Pre-configured computer



**Old:** Retail margin  
High inventory costs  
Positive cash conversion cycle  
Component prices as main cost driver

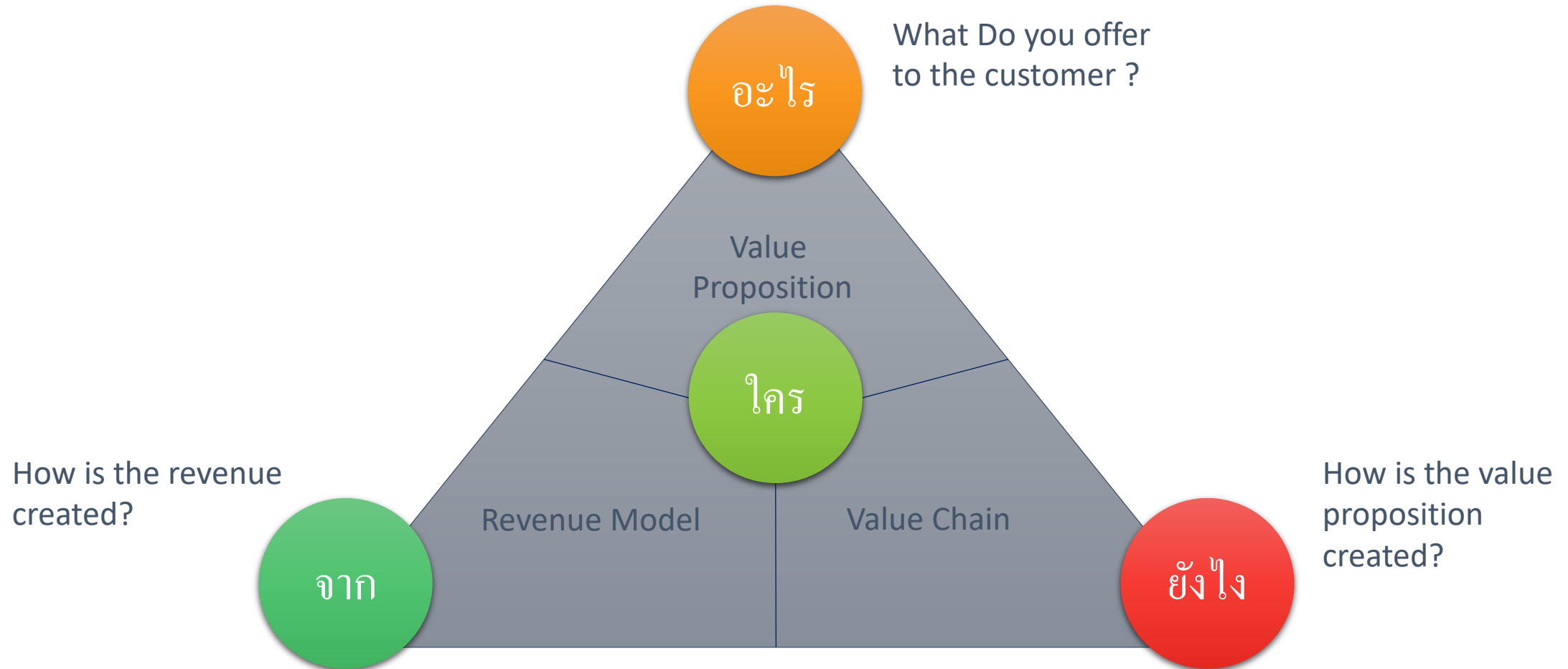
**Old:** Built-to-stock/



#CoachBuhn



# Each Group Pick **a** lucky draws



#CoachBuhn

## Workshop Task#1 Innovation Game



# How Dell made the difference



1

2

3

4

5



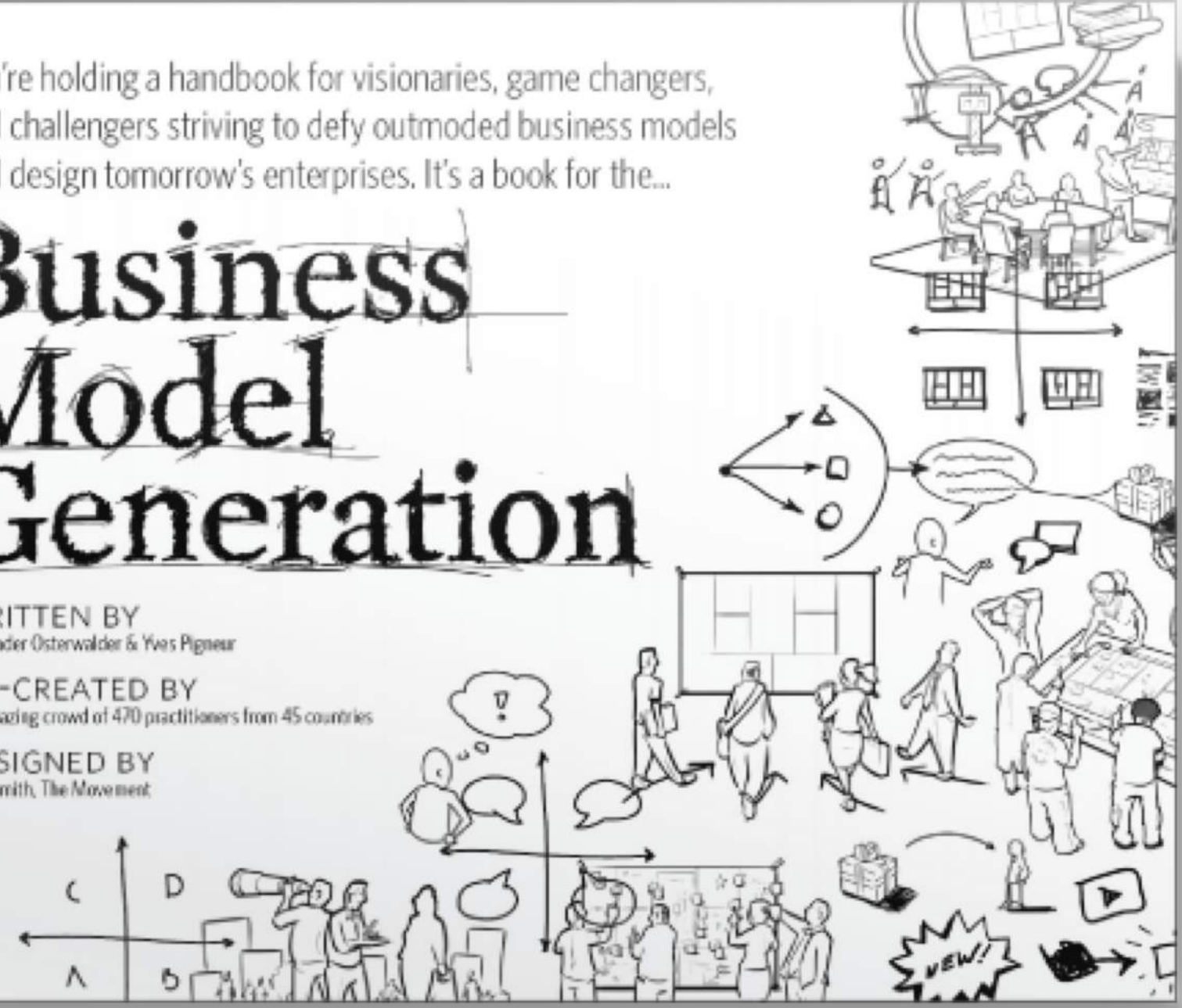
You're holding a handbook for visionaries, game changers, and challengers striving to defy outmoded business models and design tomorrow's enterprises. It's a book for the...

# Business Model Generation

WRITTEN BY  
Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

CO-CREATED BY  
An amazing crowd of 470 practitioners from 45 countries

DESIGNED BY  
Alan Smith, The Movement





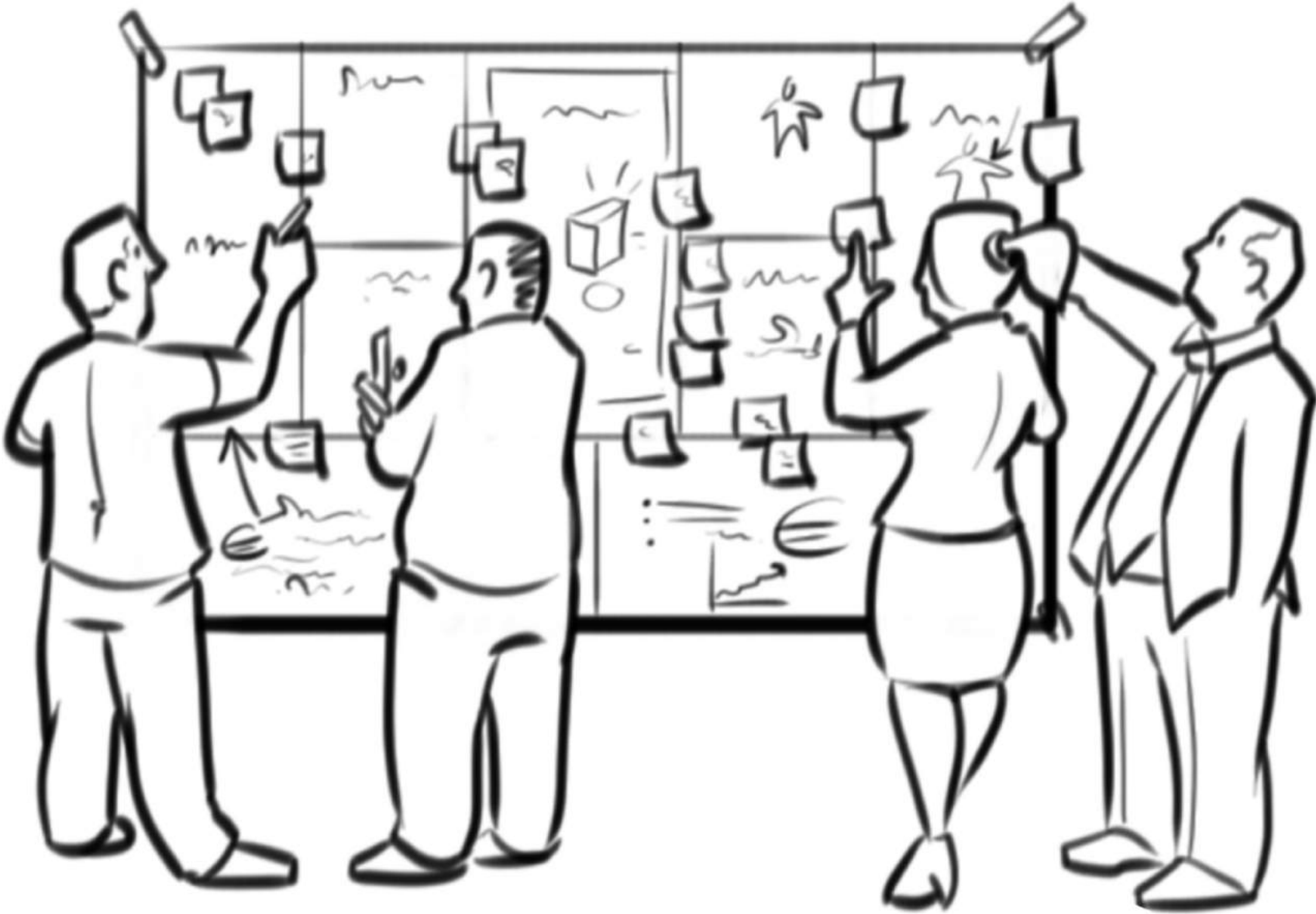


#CoachBuhn



#CoachBuhn



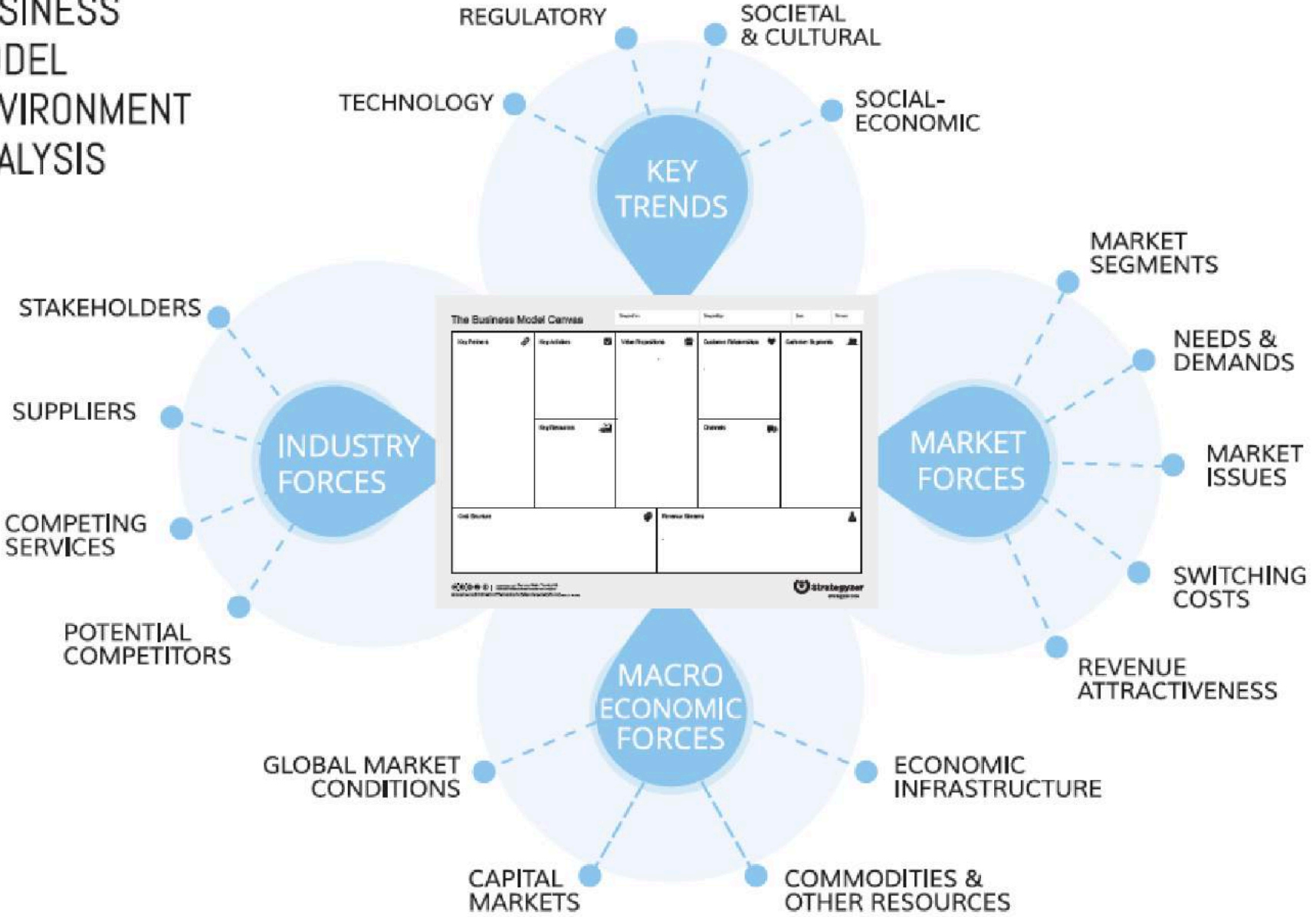






**Target** to success  
Or **Dream** to success

# BUSINESS MODEL ENVIRONMENT ANALYSIS



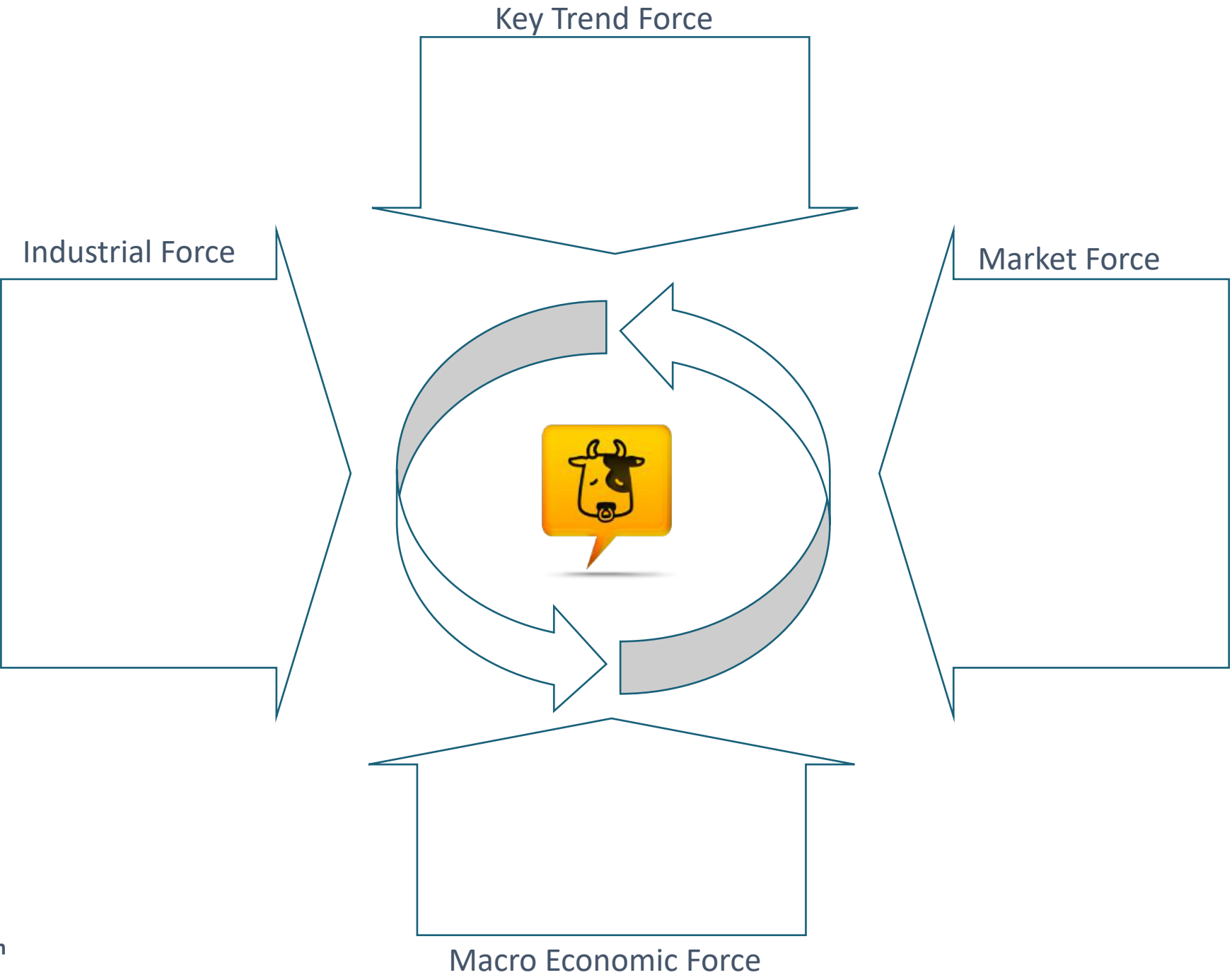


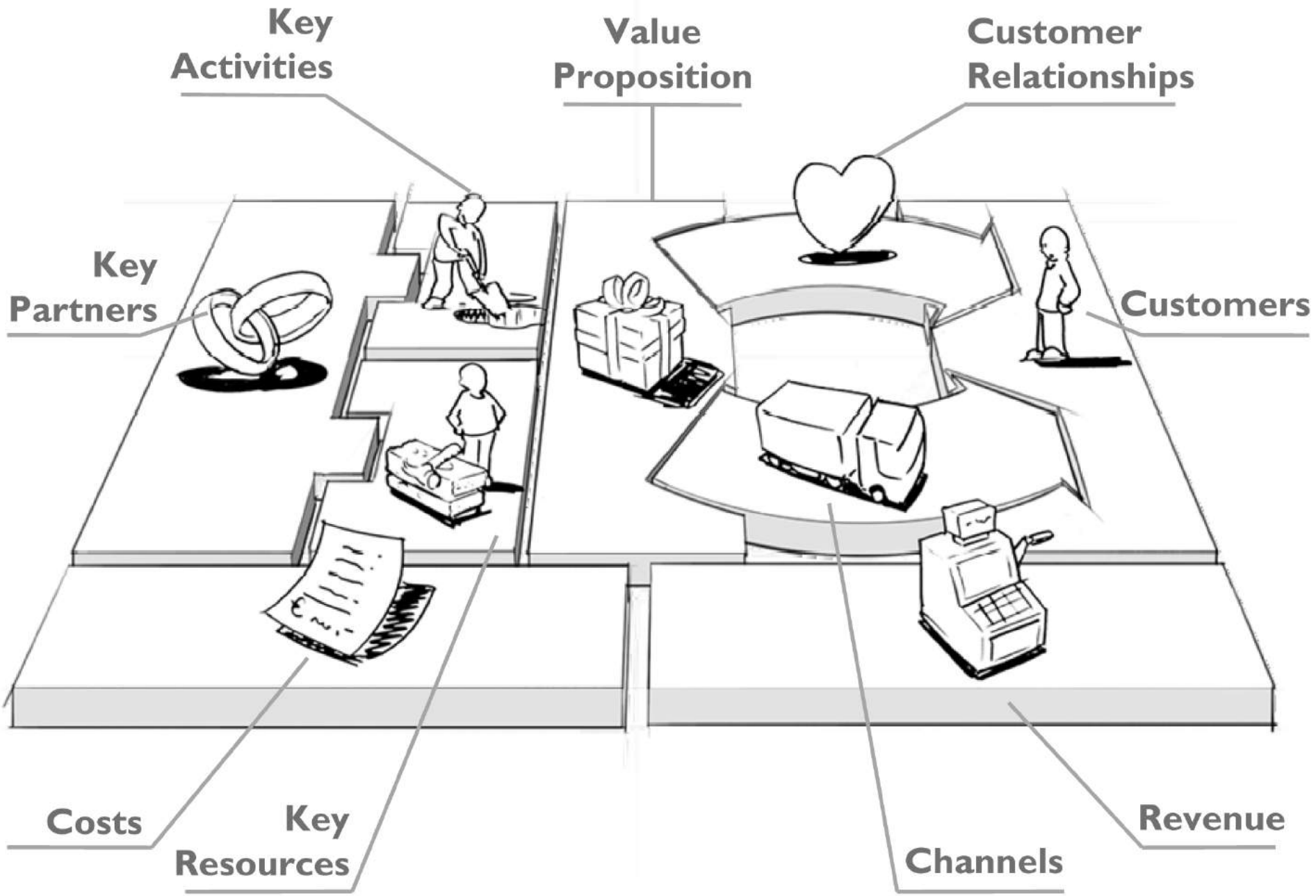
Workshop  
**Task#2 Honey Milking Cow Forces**



#CoachBuhn







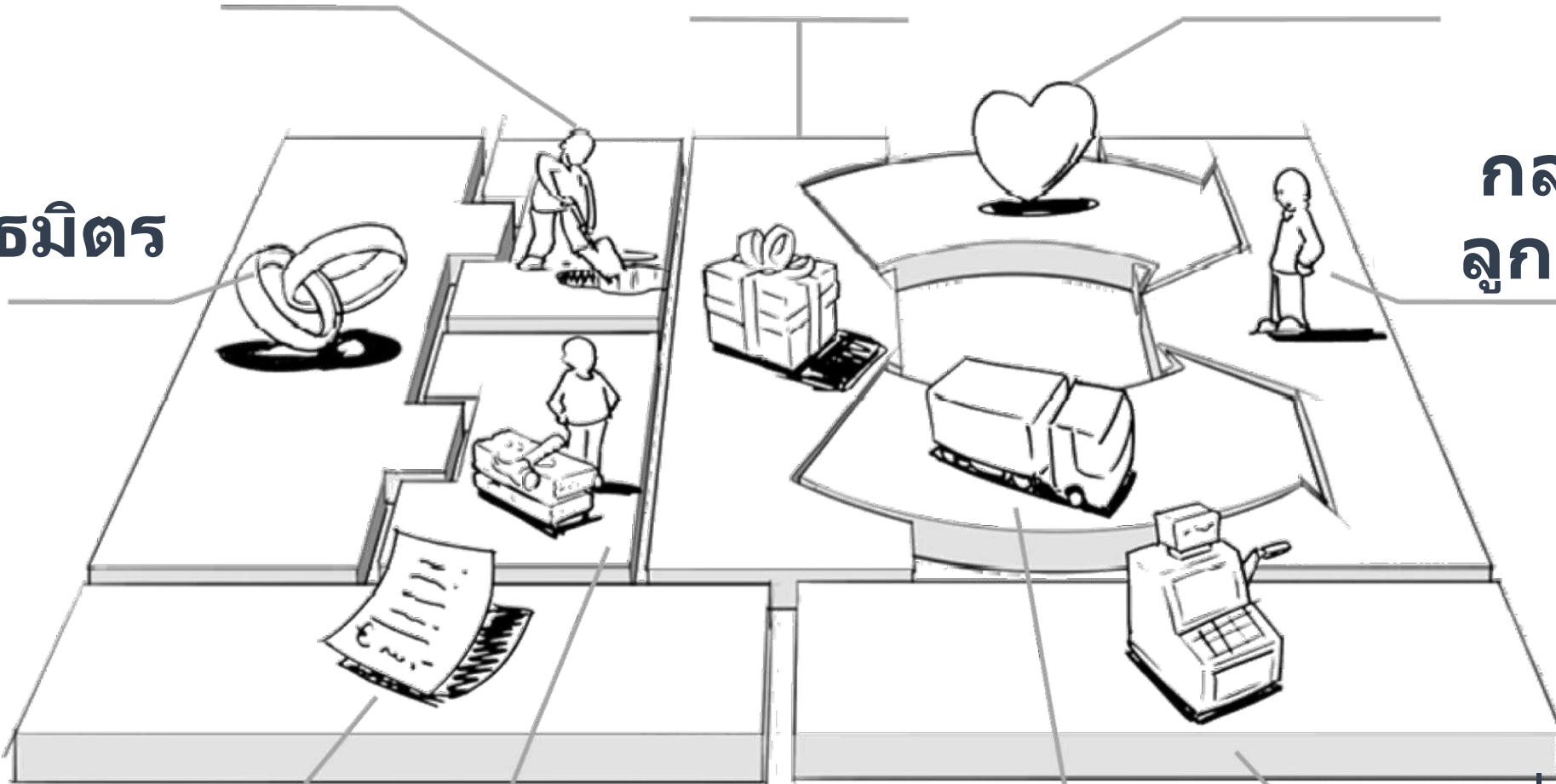
งานหลัก

คุณค่า

ความสัมพันธ์

พันธมิตร

กลุ่มลูกค้า



ต้นทุน

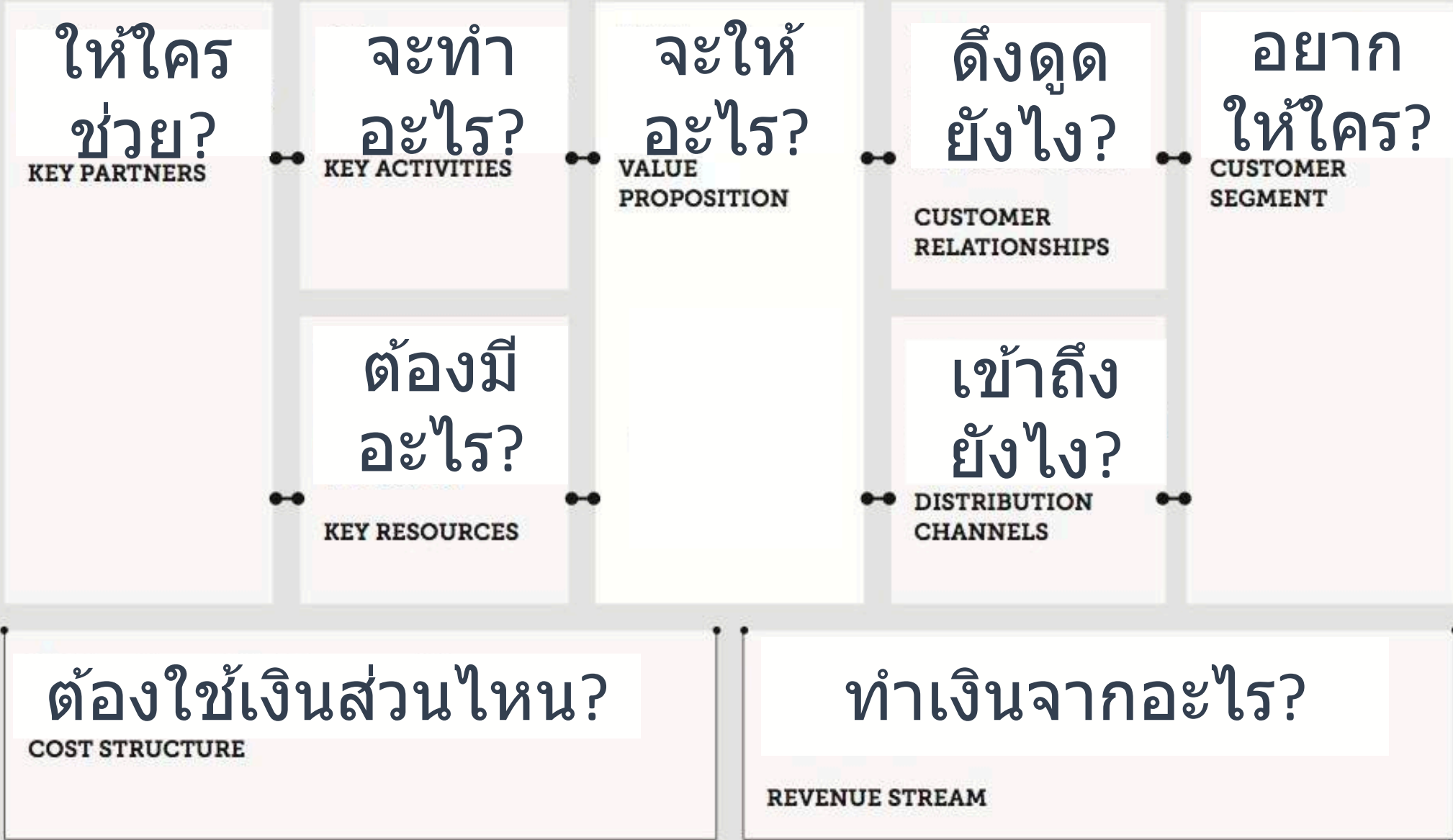
ทรัพยากร

ช่องทาง

ที่มาของรายได้







# Customer Segment

## Value

การเชื่อมโยงระหว่าง  
Value Proposition กับ  
Customer Segment



A close-up shot of Leonardo DiCaprio from the movie 'Inception', wearing a dark blue pinstriped suit and a red tie with white polka dots. He is holding a US \$100 bill in front of his face, looking directly at the camera with a serious expression. The background is a wood-paneled wall with a framed picture of a sailboat.

## แผนธุรกิจไม่สอดคล้องกับ

- การเงิน
- กำไร
- ราคา
- การผลิต






You

- ละเอียดการคุกคามจาก
- สภาพแวดล้อม
  - แรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ
  - เทคโนโลยี

A group of four business professionals are seated around a table in a meeting. A man in a grey suit is speaking and gesturing with his hands. A woman on the right is listening attentively. The background is a bright office with windows.

ขาดความเข้าใจและ  
แรงผลักดัน  
จากผู้บริหารให้ ขับเคลื่อน





ยึดติดกับผลลัพธ์ทาง  
ธุรกิจในรูปแบบเดิมๆ





BMC

จะกลับมาใน

10 Mins

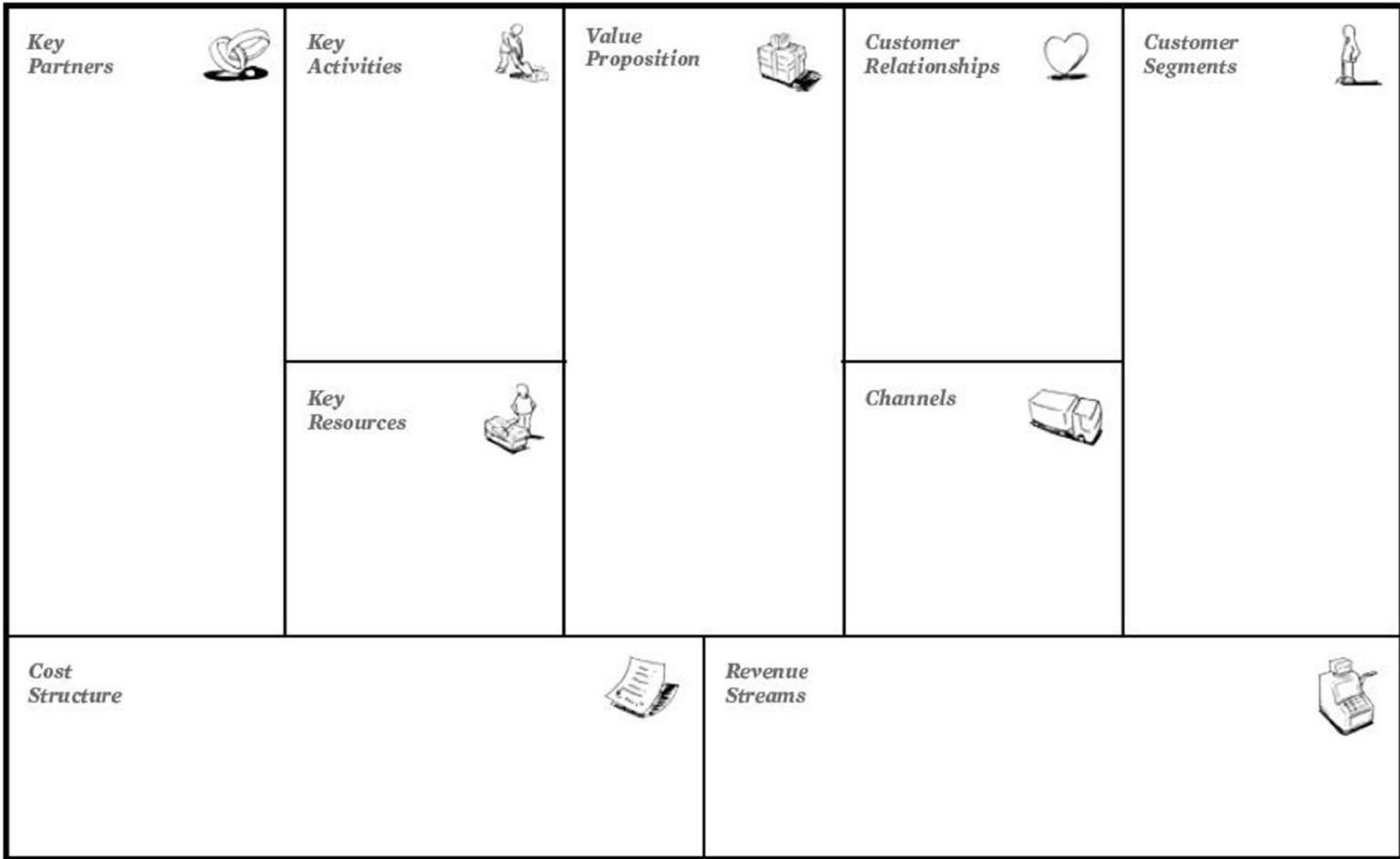
Real Case business

# Business Model Canvas on Pokémon GO



#CoachBuhn

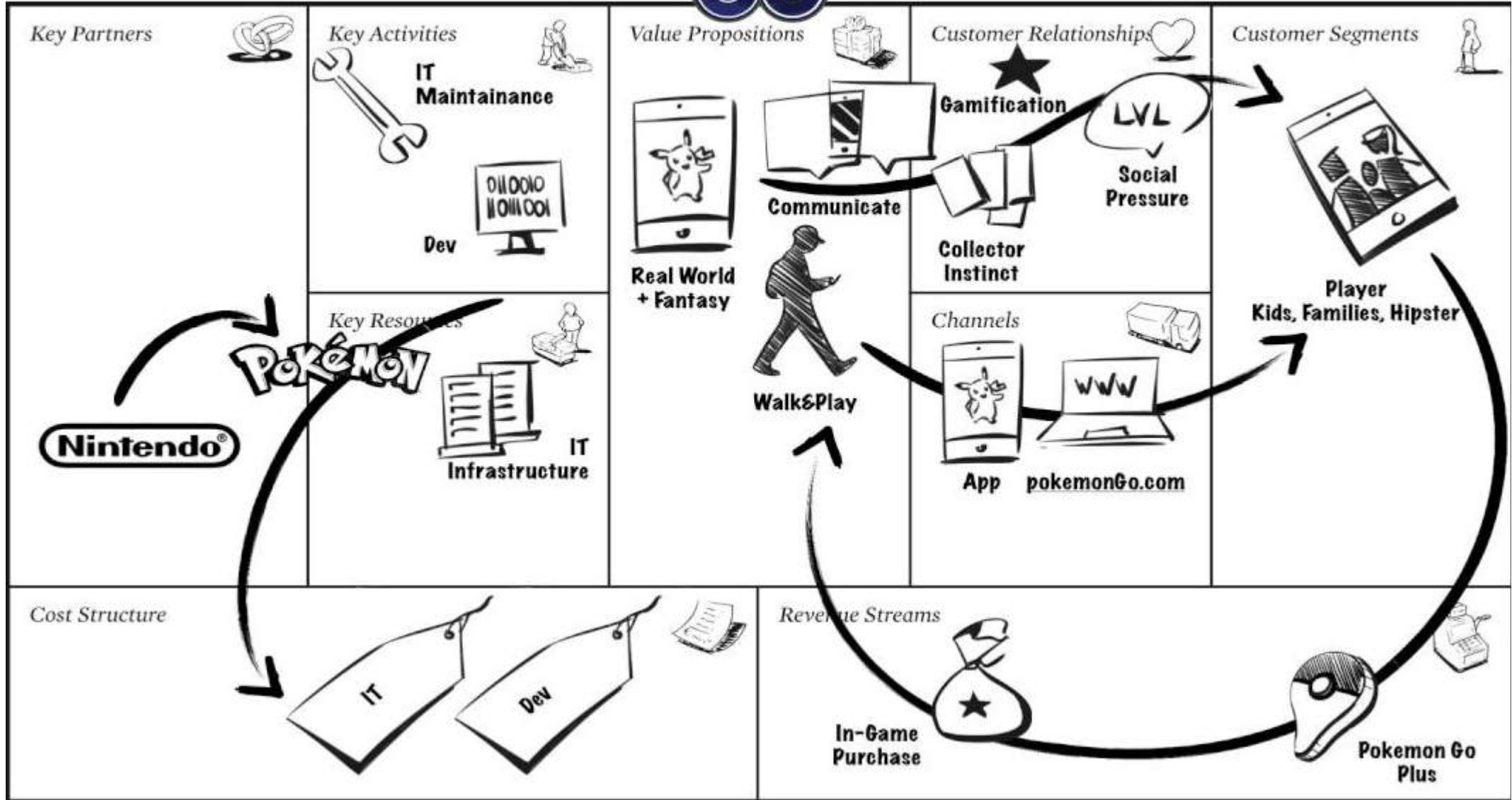




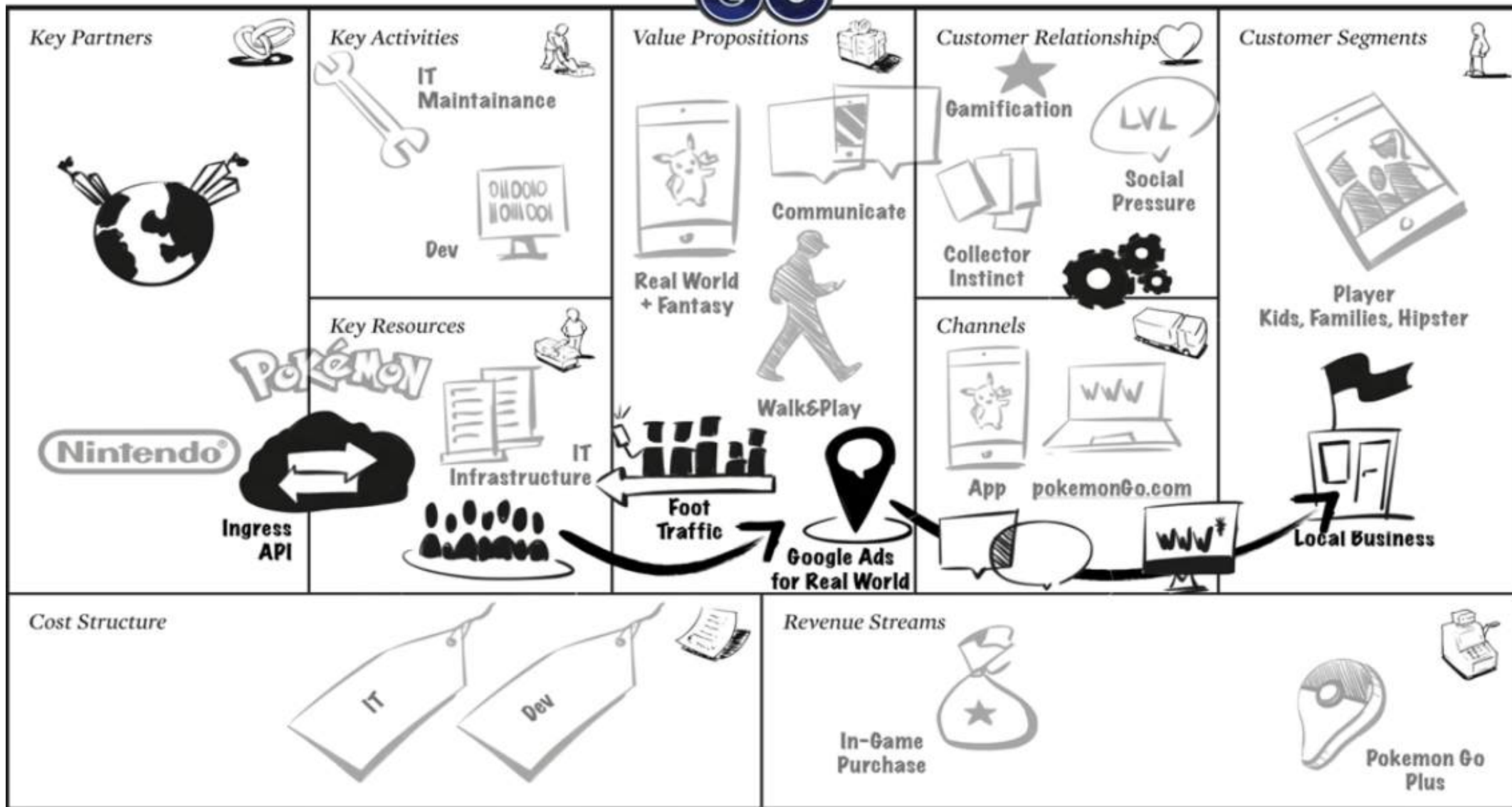
Workshop  
**Task#3 Pokémon Go Business Model**







# POKÉMON GO



# Ground Rule of Canvas



## RULE #1

ห้ามเขียนลงบนบอร์ด Canvas โดยตรง



## RULE #2

อย่ายึดติดกับเรื่องราวและเหตุผลปรุงแต่ง



## RULE #3

เริ่มจากช่องไหนก็ได้ แค่เริ่มลงมือ



## RULE #4

ไม่ใช่หัวข้อย่อย



## RULE #5

ไม่ต้องสาธยายเยอะ

too much info



## RULE #6

อธิบายอย่างเจาะจง







Workshop

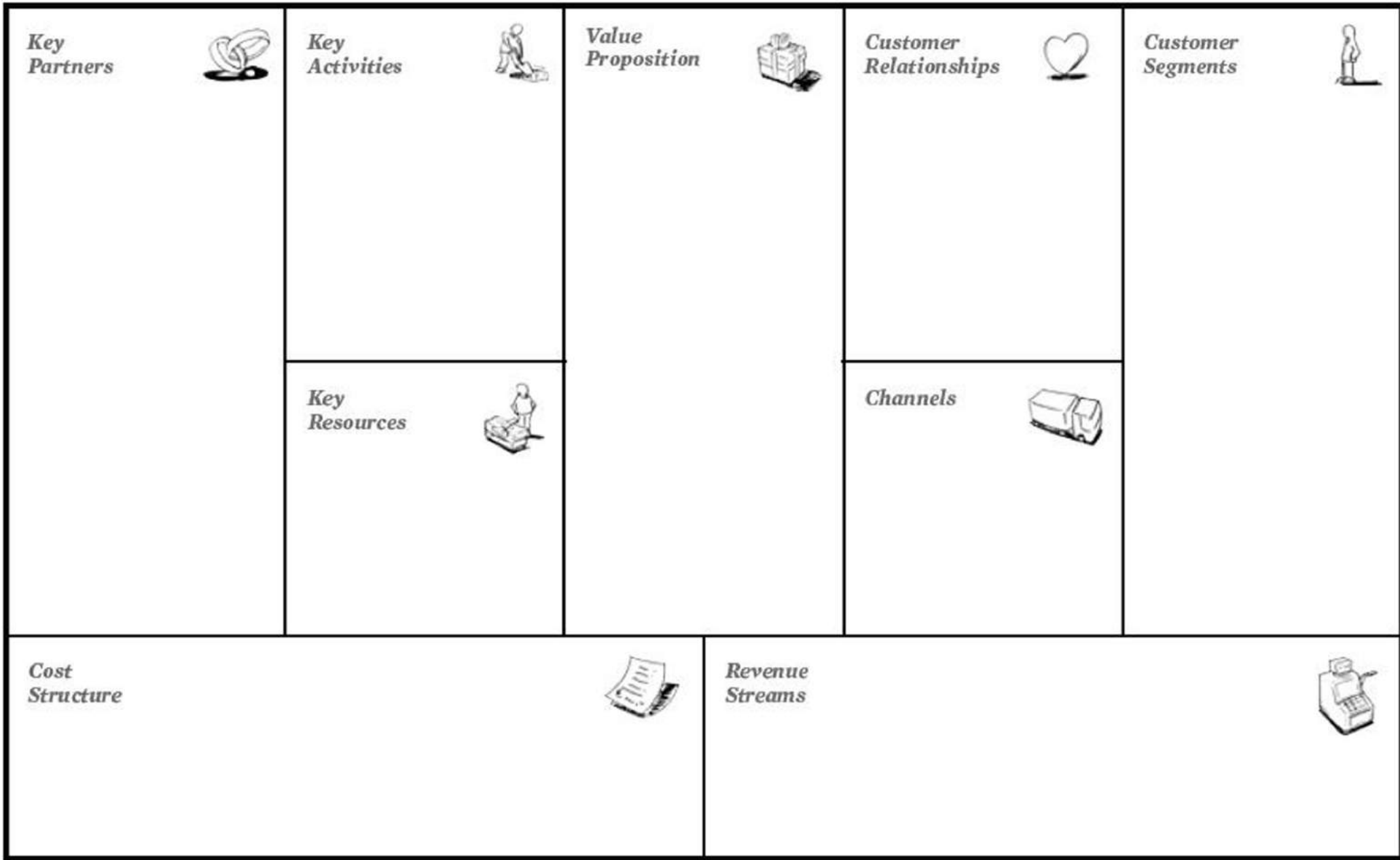
# Magical Beast business model

●●●●●



#CoachBuhn





Workshop  
**Task#4 Magical Beast business model**



# Finding Value proposition Customer Segment



ลูกค้า  
คือใคร



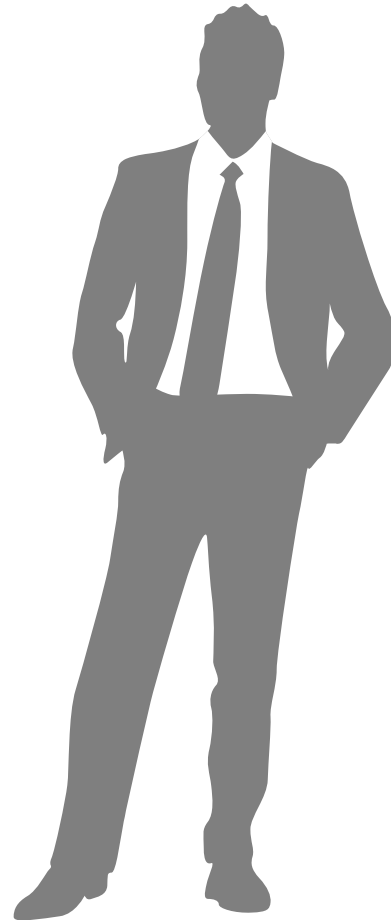
จะหาลูกค้า  
เจอได้อย่างไร



ลูกค้าอยาก  
ได้อะไร



ลูกค้ามี  
ปัญหาอะไร





# คุณค่าที่คุณคู่ควร



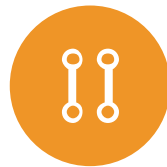
Value Proposition – คุณค่าที่คุณคู่ควร



Pain - ปัญหาที่พบเจอ



Customer Jobs - สิ่งที่ต้องทำ

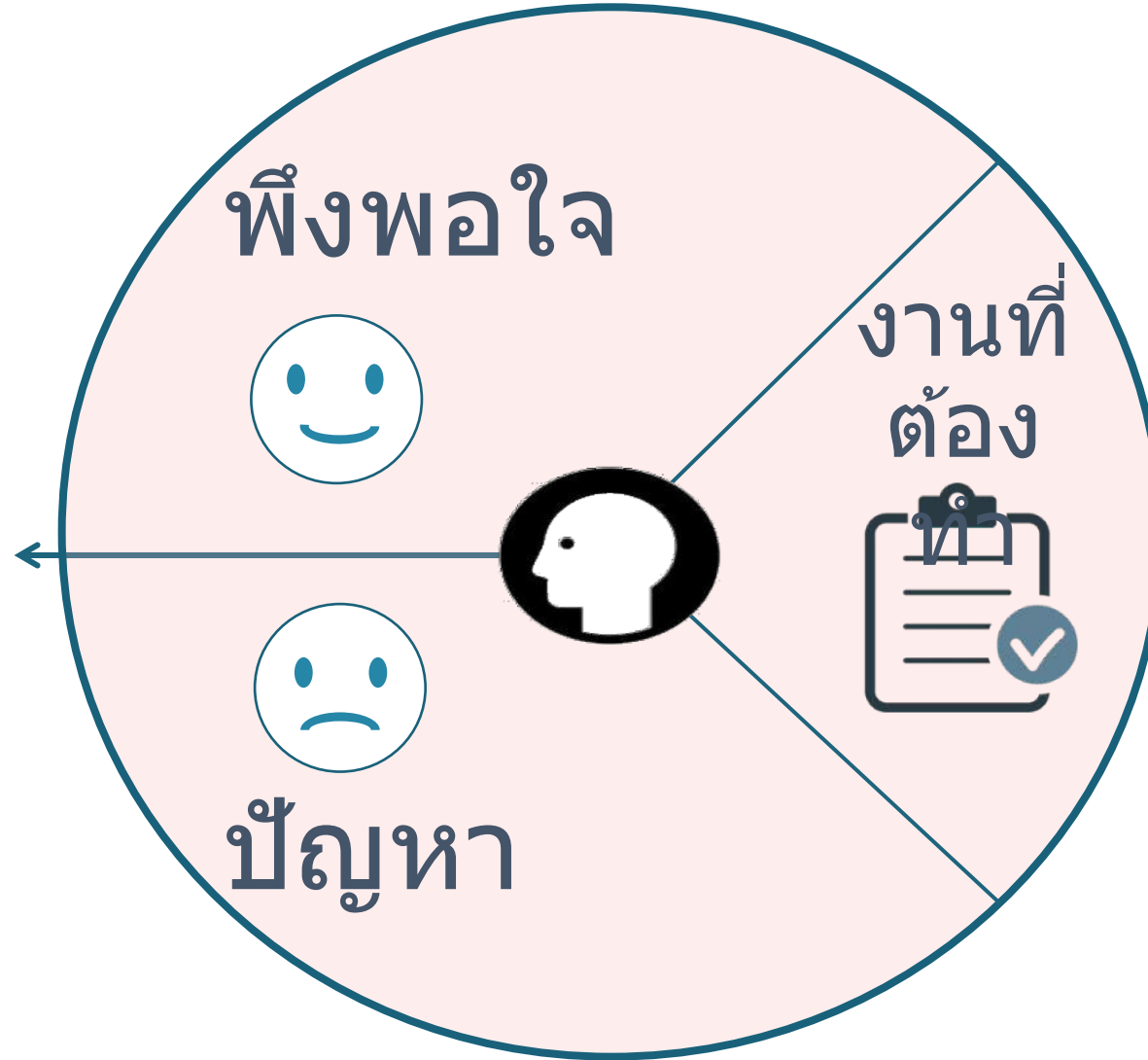


Gain - ความพึงพอใจ



Value Proposition

# จากมุมมองของลูกค้า





#CoachBuhn

Value Proposition

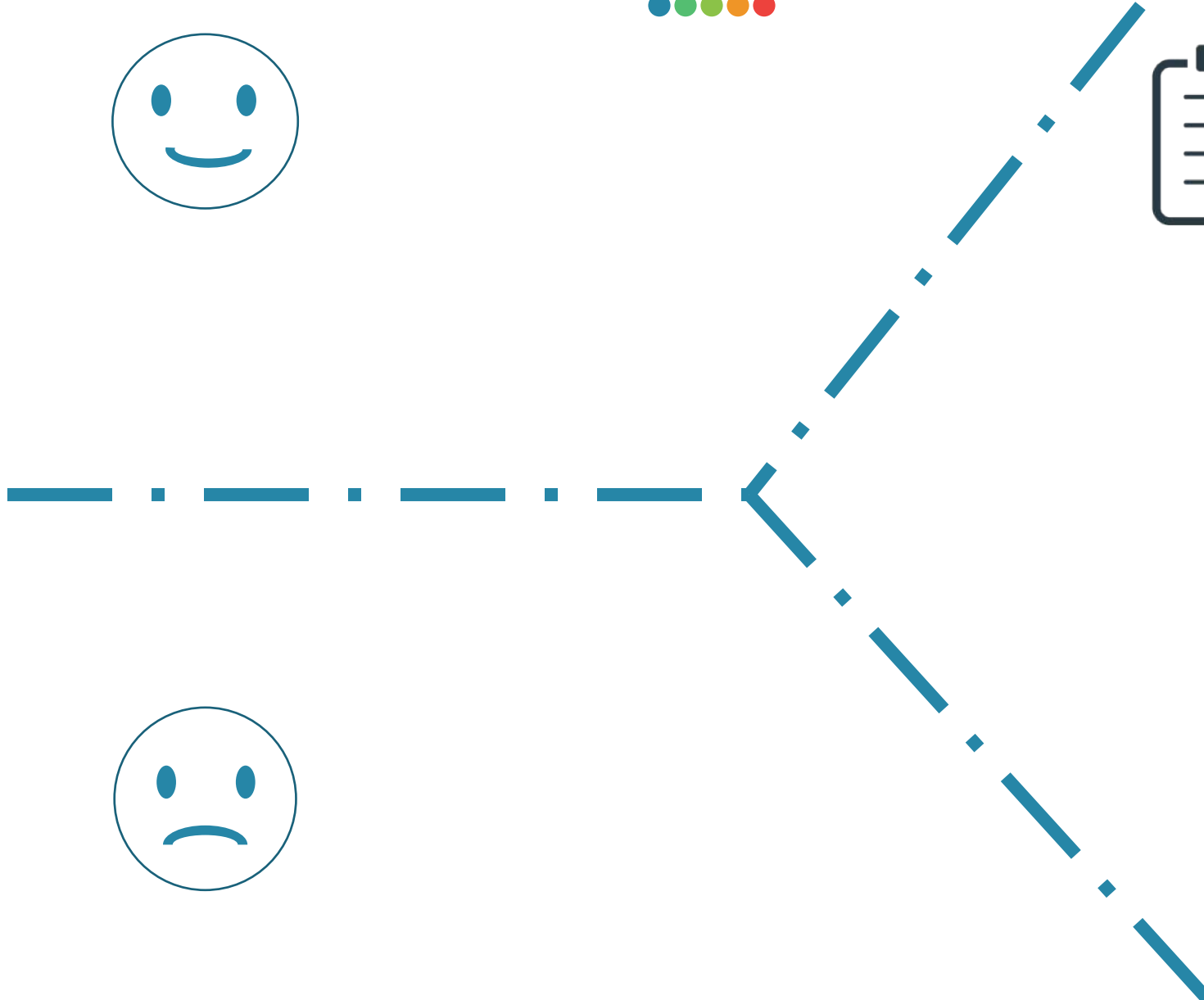
# Task#5 คุณค่าที่คุณอ่านพอ!!





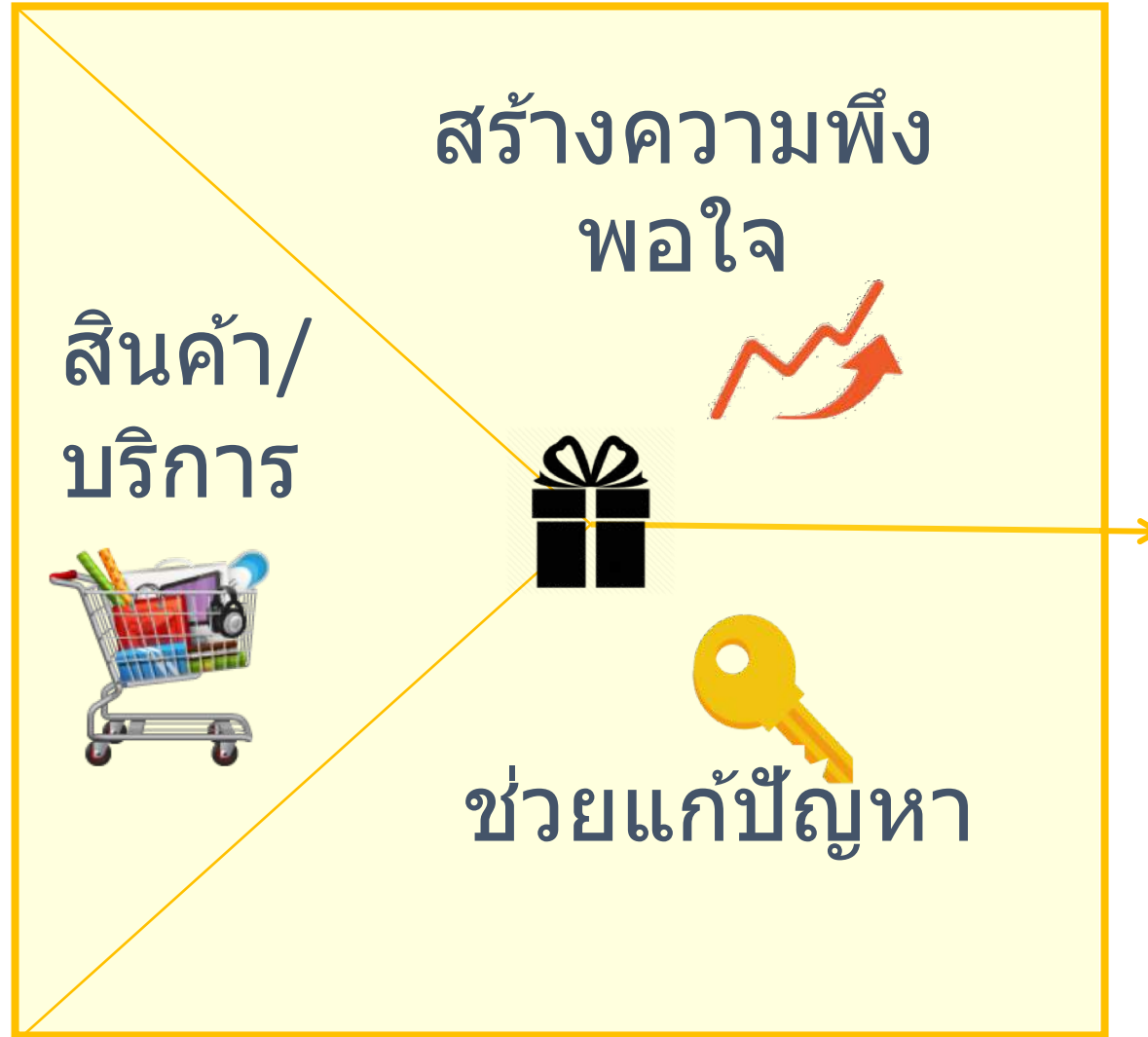
Value Proposition

# Task#5 จากมุมมองของลูกค้า



Value Proposition

# จากมุมมองของผู้ให้



Value Proposition

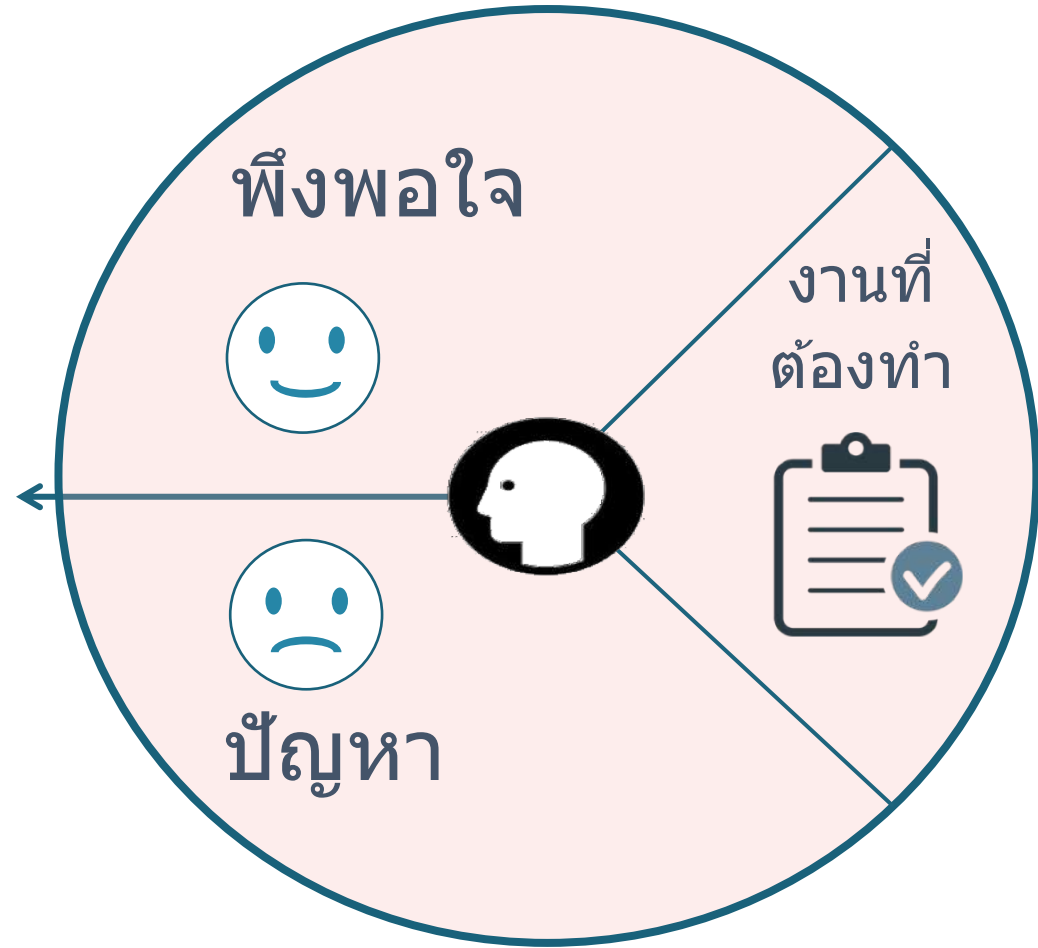
# จากมุมมองของผู้ให้



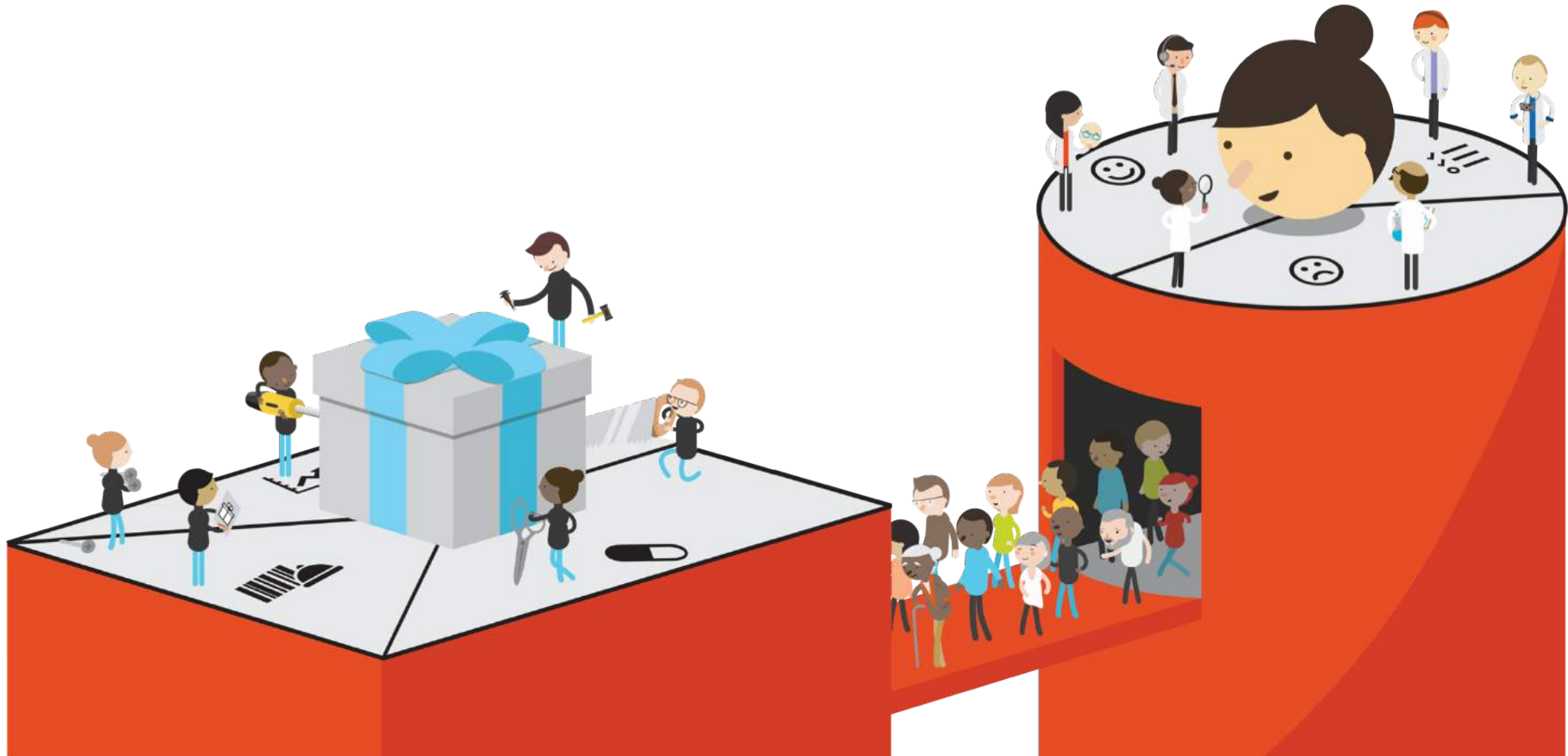
#CoachBuhn



# จากมุมมองของลูกค้า



# ตอบโจทย์ -> <- ดึงดูด





Workshop

# Task#6 Describe “ข้าวหลาม”



{ ตำนาน }

## “ข้าวหลามहनองมน”

- สูตรโบราณ -







Features

Workshop

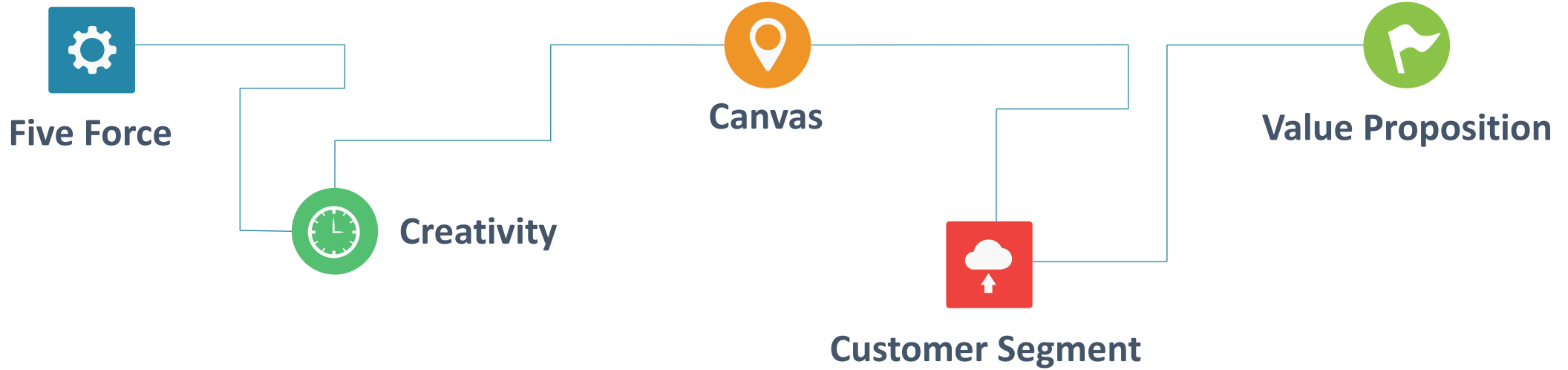
# Feature Vs Benefit

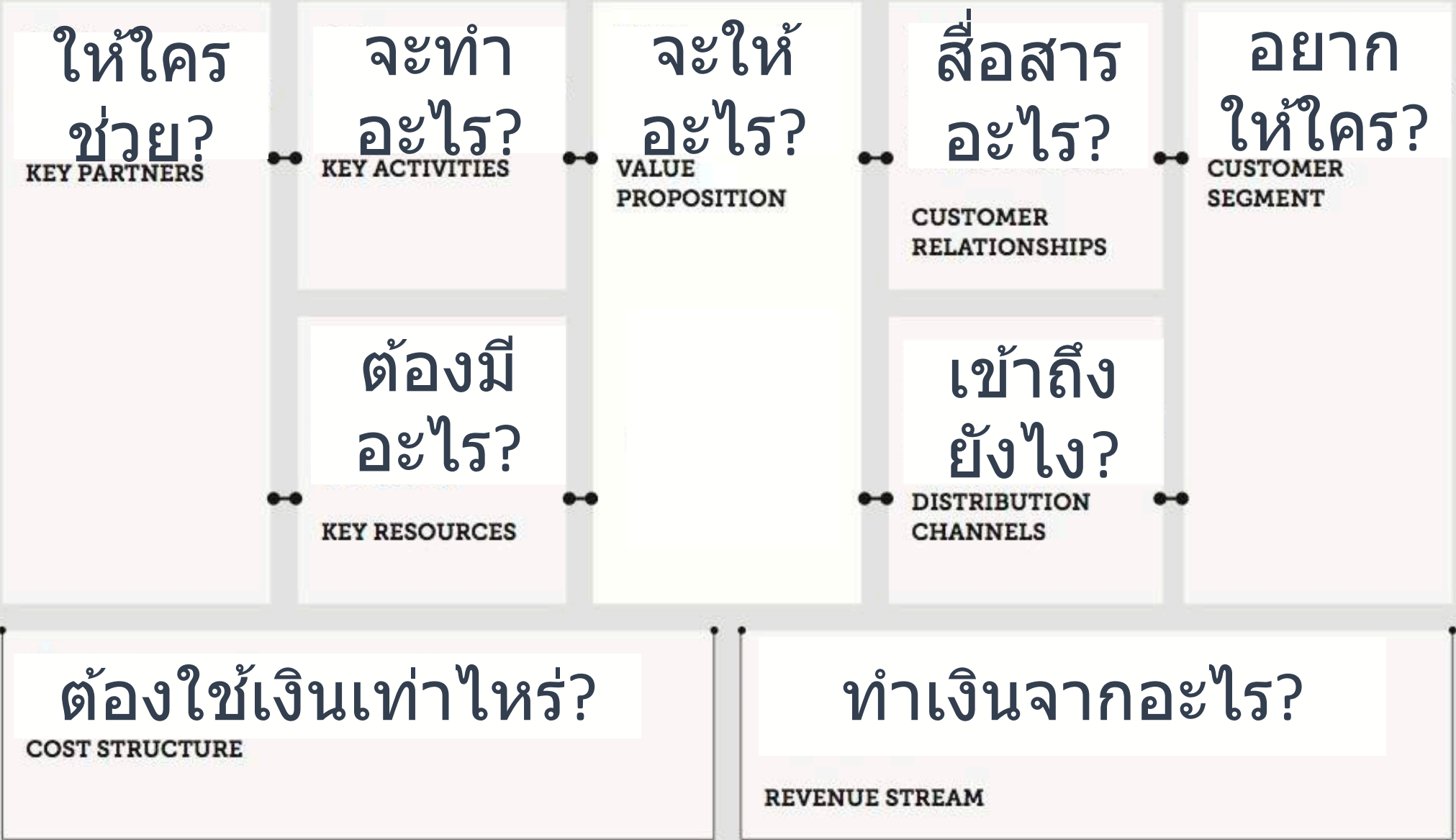


Benefits




# สิ่งที่เราค้นพบ





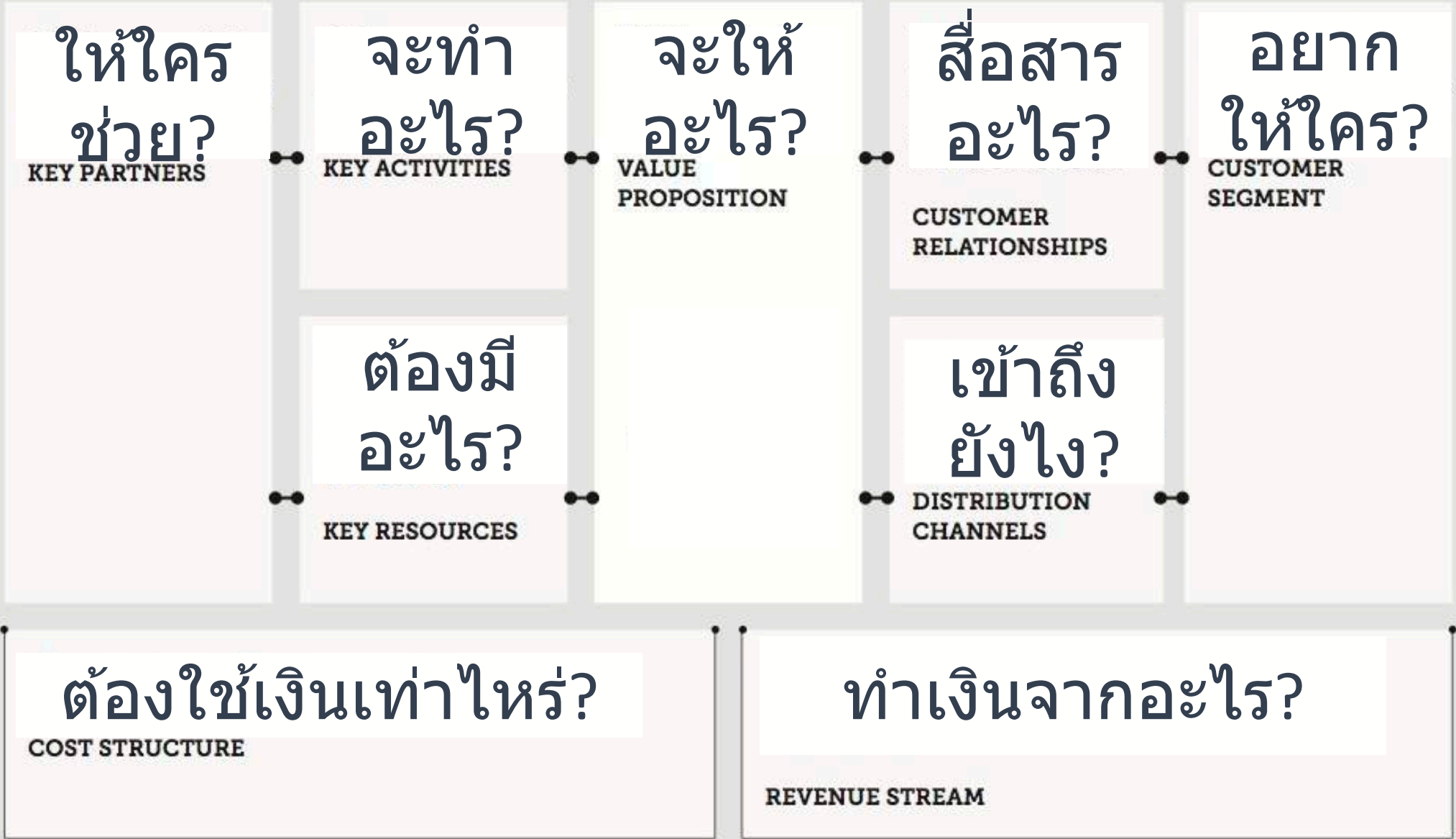




BMC

จะกลับมาใน

1 Hour



# คำถามเพื่อดึง สิ่งที่ต้องทำ



- อะไรคือสิ่งสำคัญที่สุดแบบขาดไม่ได้เพื่อจะทำบางสิ่งบางอย่าง มีขั้นตอนอะไรบางอย่างที่ต้องทำให้สำเร็จตามเป้าหมาย
- มันมีเงื่อนไขอะไรที่สามารถเปลี่ยนความต้องการหรือการตัดสินใจ และการเปลี่ยนใจขึ้นอยู่กับเงื่อนไขอะไรบ้าง
- หากจะทำการนี้ให้สำเร็จ อะไรคือสิ่งที่ต้องทำงานร่วมหรือใช้ความร่วมมือจากคนอื่นบ้าง
- มีขั้นตอนอะไรบางอย่างที่ต้องทำในชีวิตประจำวัน และในขั้นตอนเหล่านั้นมีปัญหาอะไรบางอย่างที่ต้องจัดการแก้ไขหรือรับมือ





# คำถามเพื่อดึง สิ่งที่ต้องทำ



- มีปัญหาอะไรอื่นแอบแฝงมัยที่ยังไม่รู้ว่ามันเป็นปัญหาที่มีอยู่
- ความพึงพอใจระดับไหน ที่เค้าจะได้รับหากสามารถทำได้สำเร็จ และต้องทำอะไรบ้างเพื่อรู้สึกแบบนั้น
- ทำยังไงถึงเป็นที่ยอมรับ ได้รับการยอมรับจากผู้อื่น แล้วจะต้องทำอะไรบ้าง
- ต้องการตอบสนองความต้องการเรื่องอะไร อะไรทำให้ต้องการแบบนั้น
- ในขั้นตอนการใช้งานทั้งของสินค้าหรือบริการ ตั้งแต่ต้นจนจบ อะไรคือสิ่งที่ต้องทำบ้างในแต่ละขั้นตอน



# คำถามเพื่อตั้ง ความเจ็บปวด



- ราคาขนาดไหนถึงรู้สึกแพง ใช้เวลานาน ไม่คุ้มราคา หรือต้องใช้ความพยายามสูงเพื่อใช้
- อะไรที่ทำให้รู้สึกแย่ อะไรที่ทำให้เริ่มรู้สึกแย่ หรือ ก่อให้เกิดความยากลำบาก
- คุณค่าที่น่าเสนอในปัจจุบันยังไม่ตอบโจทย์อย่างไร อะไรที่ขาดไป สิ่งไหนที่ก่อให้เกิดความรำคาญหรือ อียากจะหยุดใช้
- ความยุ่งยากที่ต้องรับมือ ความเข้าใจที่แท้จริงต่อ ขบวนการทำงาน ความลำบากต่อการจัดการให้สำเร็จ หรือ ต่อด้านไม่ทำละเว้นเพราะเหตุผลบางอย่าง



# คำถามเพื่อตั้ง ความเจ็บปวด



- อะไรคือปัจจัยลบทางสังคมที่เผชิญหน้าอยู่ แรงกดดันทางสังคม บางอย่าง ความกลัว กลัวเสียชื่อเสียง เสียอำนาจ ความน่าเชื่อถือ หรือสถานภาพบางอย่าง
- กลัวความเสี่ยงอะไรบ้าง ความเสี่ยงการเงิน ความเสี่ยงด้านเทคนิค หรือกลัวว่าจะทำผิด ใช้งานผิดทาง
- มีปัญหาหนักใจอะไรที่ถึงขั้นนอนไม่หลับ จนรู้สึกจนมุมหรือยอมแพ้ และกังวล
- อะไรคือความผิดพลาดที่พบบ่อย หรือใช้แก้ปัญหาในแบบที่ผิดวิธี
- เหตุผลอะไรที่ทำให้ไม่สามารถยอมรับคุณค่า (สินค้า บริการ) ; ค่าใช้จ่าย การเรียนรู้ใหม่ หรืออุปสรรคอื่นๆ ที่ทำให้ไม่ยอมรับ





# คำถามเพื่อตั้ง ความพึงพอใจ



- การช่วยลดหรือประหยัดในส่วนไหนที่ทำให้ลูกค้ามีความสุข ในเชิงเวลา เงิน หรือ ความพยายาม
- คุณภาพระดับไหนที่คาดหวัง และอยากได้อะไรเพิ่มขึ้นหรือลดลง
- คุณค่าที่มีในปัจจุบันตัวไหนที่สร้างความพอใจได้ คุณสมบัติตัวไหนเป็นที่พึงพอใจเป็นพิเศษ คุณภาพหรือประสิทธิภาพอะไรที่ลูกค้าอยากได้
- สิ่งที่ทำให้การใช้งานในชีวิตประจำวันง่ายขึ้น ความเรียบง่ายต่อการเรียนรู้เพื่อให้งาน หรือการลงทุนเพื่อเป็นเจ้าของทำได้ง่าย



# คำถามเพื่อตั้ง ความพึงพอใจ



- การแบ่งปันสู่สังคมแบบไหนที่อยากได้ แล้วทำได้ดีขึ้น ดูดีในภาพลักษณ์ เพื่อความน่าเชื่อถือ/บารมี
- สิ่งที่ถูกค่าอยากได้มากที่สุด ; แสวงหาการออกแบบที่ดียอดเยี่ยม การรับประกัน หรือคุณสมบัติพิเศษบางตัว
- ลูกค้าใฝ่ฝันอยากได้หรือเป็นอะไร อะไรคือแรงบันดาลใจให้ขับเคลื่อนจนสำเร็จ หรือทำให้รู้สึกโล่งใจ
- ลูกค้าดีค่าความสำเร็จหรือล้มเหลวอย่างไร และใช้ประสิทธิภาพ หรือราคา
- อะไรที่ช่วยให้ลูกค้าเลือกเอาคุณค่า(สินค้า/บริการ)ของเรา; ต้องการราคาที่ถูกลง จ่ายเงินน้อยลง มีความเสี่ยงต่ำ หรือมีคุณภาพที่สูงขึ้น



1

2

3

4



#CoachBuhn

Value Proposition

# Task#7 ข้าวมหาม Innovation

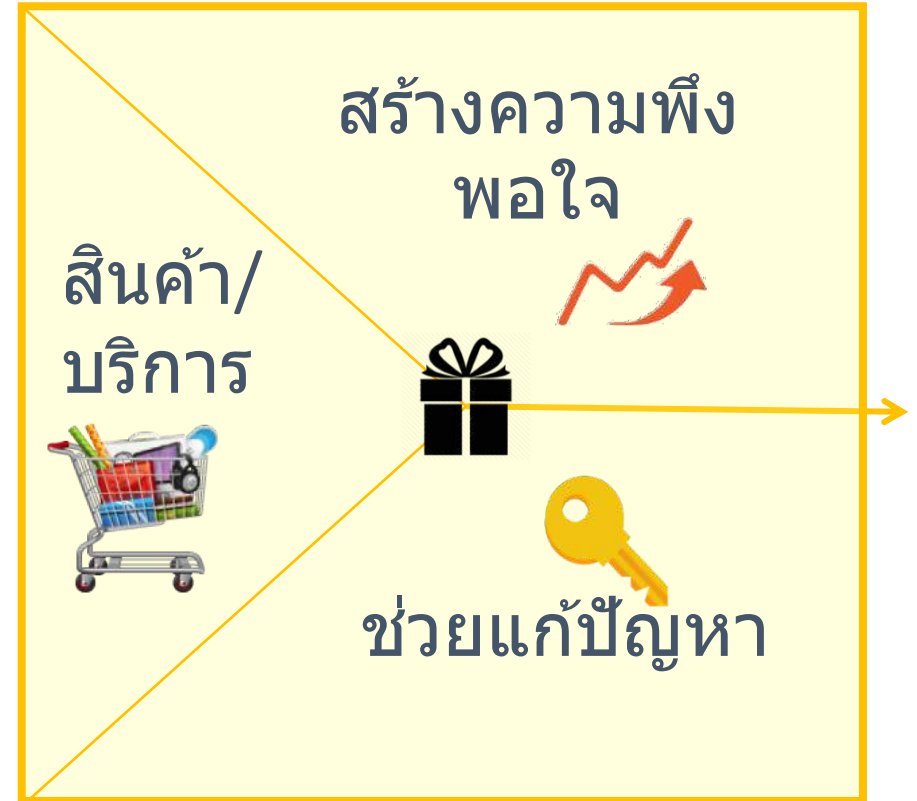




# คำถามเพื่อตั้ง การช่วยแก้ปัญหา



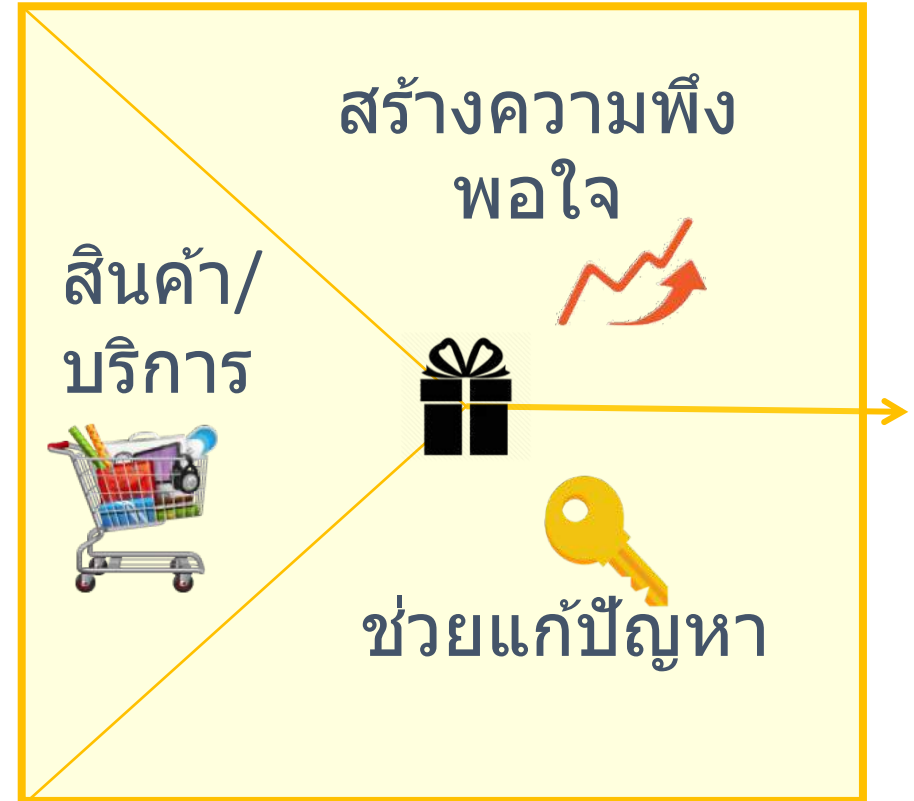
- ช่วยประหยัด ลดเวลา ลดขั้นตอน ให้ความสะดวก  
อะไร
- ทำให้รู้สึกดีขึ้น ลดขั้นตอนยุ่งยากรำคาญใจ ลด  
ปัญหาที่น่าปวดหัว
- แก้ปัญหาที่แต่เดิมทำไม่ได้ โดยการทำงานใหม่  
ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น หรือมีคุณภาพที่ดีขึ้น
- ความยุ่งยากที่ต้องรับมือ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้  
ต่อขบวนการทำงาน ลดอุปสรรคต่อการจัดการให้  
สำเร็จ หรือต่อต้านข้าม ละเว้นเพราะเหตุผล  
บางอย่าง



# คำถามเพื่อตั้ง การช่วยแก้ปัญหา

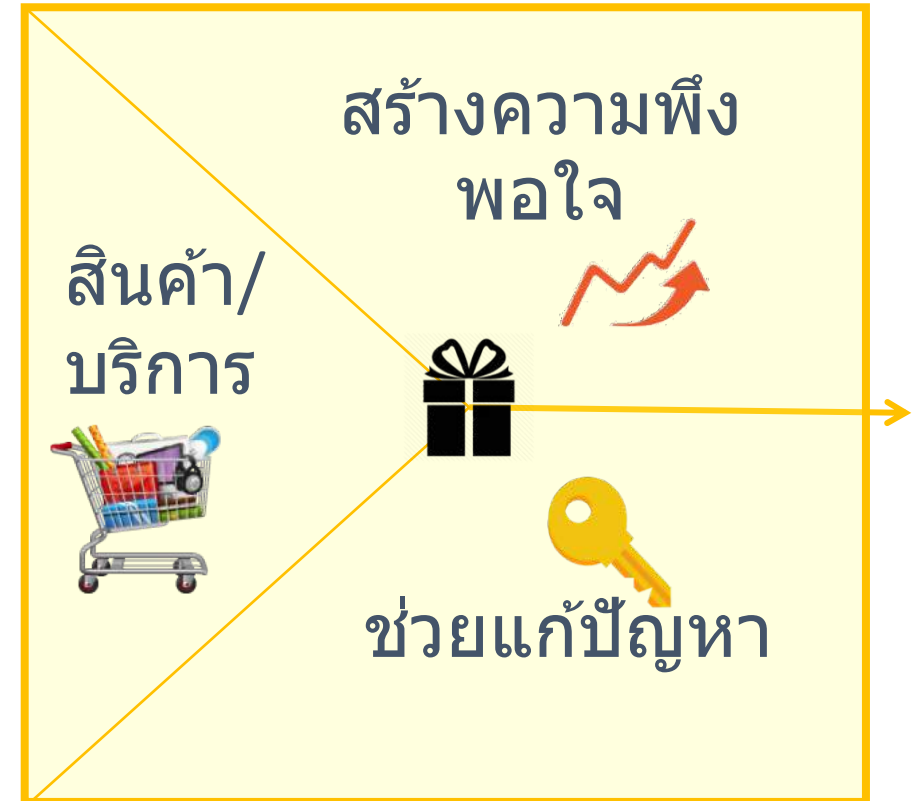


- อะไรคือปัจจัยลบทางสังคมที่เผชิญหน้าอยู่ แรงกดดันทางสังคมบางอย่าง ความกลัว กลัวเสียชื่อเสียง เสียอำนาจ ความน่าเชื่อถือ หรือสถานภาพบางอย่าง
- กลัวความเสี่ยงอะไรบ้าง ความเสี่ยงการเงิน ความเสี่ยงด้านเทคนิค หรือกลัวว่าจะทำผิด ใช้งานผิดทาง
- มีปัญหาหนักใจอะไรที่ถึงขั้นนอนไม่หลับ จนรู้สึกงุนมุ่มหรือยอมแพ้ และกังวล
- อะไรคือความผิดพลาดที่พบบ่อย หรือใช้แก้ปัญหาในแบบที่ผิดวิธี
- เหตุผลอะไรที่ทำให้ไม่สามารถยอมรับคุณค่า(สินค้า บริการ) ค่าใช้จ่าย การเรียนรู้ใหม่ หรืออุปสรรคอื่นๆ ที่ทำให้ไม่ยอมรับ



# คำถามเพื่อตั้ง จุดสร้างความพึงพอใจ

- จุดที่ช่วยให้ลูกค้าได้รับ ในด้านเวลา เงิน หรือทุน แรง
- ผลลัพธ์อะไรตามที่คาดหวัง หรือมากกว่าความคาดหวัง โดยยกระดับคุณภาพ หรือการเพิ่ม ลด อะไรบางอย่าง
- สิ่งที่ยืนยันว่าคุณค่าที่ให้ดีกว่าหรือเหนือกว่าเดิม จากคุณสมบัติพิเศษการใช้งาน คุณภาพ หรือ ประสิทธิภาพ
- สิ่ง que ช่วยทำให้ชีวิตง่ายขึ้น จากการใช้งาน การเข้าถึง ง่าย บริการที่ดีกว่า หรือ ลดข้อจำกัดการลงทุนเป็นเจ้าของ



# คำถามเพื่อตั้ง จุดสร้างความพึงพอใจ



- ทำให้รู้สึกเป็นผู้ให้ การยกภาพลักษณ์ ทำให้ผู้ใช้ดูดีขึ้น ได้ความน่าเชื่อถือ และดูมีสถานะที่ดี
- มีรายละเอียดบางอย่างที่ตอบโจทย์ ในด้านการออกแบบ การรับประกันคุณภาพ หรือคุณสมบัติเฉพาะบางตัว
- ช่วยเติมเต็มความฝัน ปราบปราม โดยการเป็นแรงบันดาลใจ ให้ก้าวข้ามอุปสรรคได้
- ผลลัพธ์ที่ส่งเสริมให้ไปสู่ความสำเร็จ หรือหลุดจากความผิดพลาด จากการเพิ่มประสิทธิภาพ หรือจากการลดราคา
- การเข้าถึงที่ง่ายขึ้น เป็นเจ้าของได้ง่ายขึ้น จากราคาถูกลง การลงทุนที่น้อยลง มีความเสี่ยงน้อยลง มีคุณภาพดีขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพ หรือการออกแบบที่ดีขึ้น





# 10 คุณลักษณะที่ดีของ คุณค่า ที่มอบให้



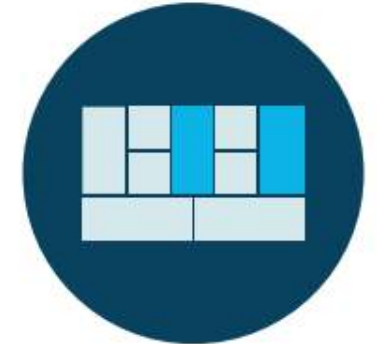
ให้ความสำคัญกับ สิ่ง  
ที่ต้องจัดการ ความ  
เจ็บปวด และความพึง  
พอใจของลูกค้า



มุ่งสู่ ขั้นตอนหรือสิ่งที่  
ต้องทำ อันไม่พึง  
ปรารถนา ความ  
เจ็บปวดที่ไม่รับการ  
แก้ไข และ ชี้ให้เห็น  
คุณค่าแฝงที่แฝงอยู่



มุ่งไปที่การลดขั้นตอน  
ความเจ็บปวด สิ่งพึง  
ประสงค์ แต่ไม่ก็ตัวแต่  
ขยายความแบบชัดเจน

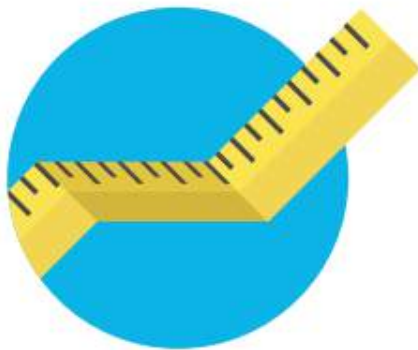


บ่งบอกอย่างชัดเจน  
ใน แผนธุรกิจ





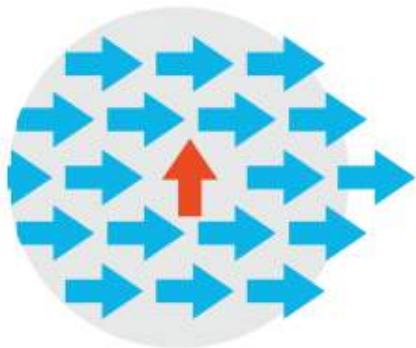
มากกว่าคุณสมบัติพื้นฐาน  
และเน้นไปที่การสร้างอารมณ์  
ความพอใจ



สามารถวัดผลสำเร็จได้  
จากมุมมองของลูกค้า



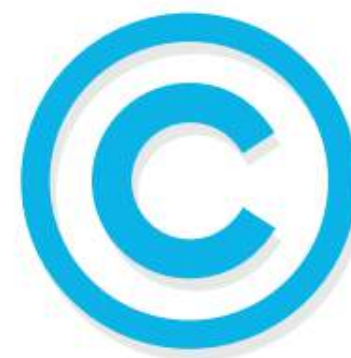
เน้นงานที่ต้องทำ ปัญหาเจ็บปวด  
ความพึงพอใจ ที่ลูกค้ายอมจ่าย  
เพื่อให้ได้มา หรือรู้สึกคุ้มค่า



ต่างจากคู่แข่งในเรื่อง งานที่ต้อง  
ทำ ปัญหาเจ็บปวด ความพึงพอใจ  
และคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลัก



มีจุดที่เหนือกว่าคู่แข่ง  
อย่างชัดเจนและยั่งยืน  
อย่างน้อย 1 ด้าน



ไม่สามารถ  
ลอกเลียนแบบได้



# Where to Start

Contrary to popular belief, great new value propositions don't always have to start with the customer. They do, however, always have to end with addressing jobs, pains, or gains that customers care about.

Could you...

Imitate and "import" a pioneering model from another sector or industry?

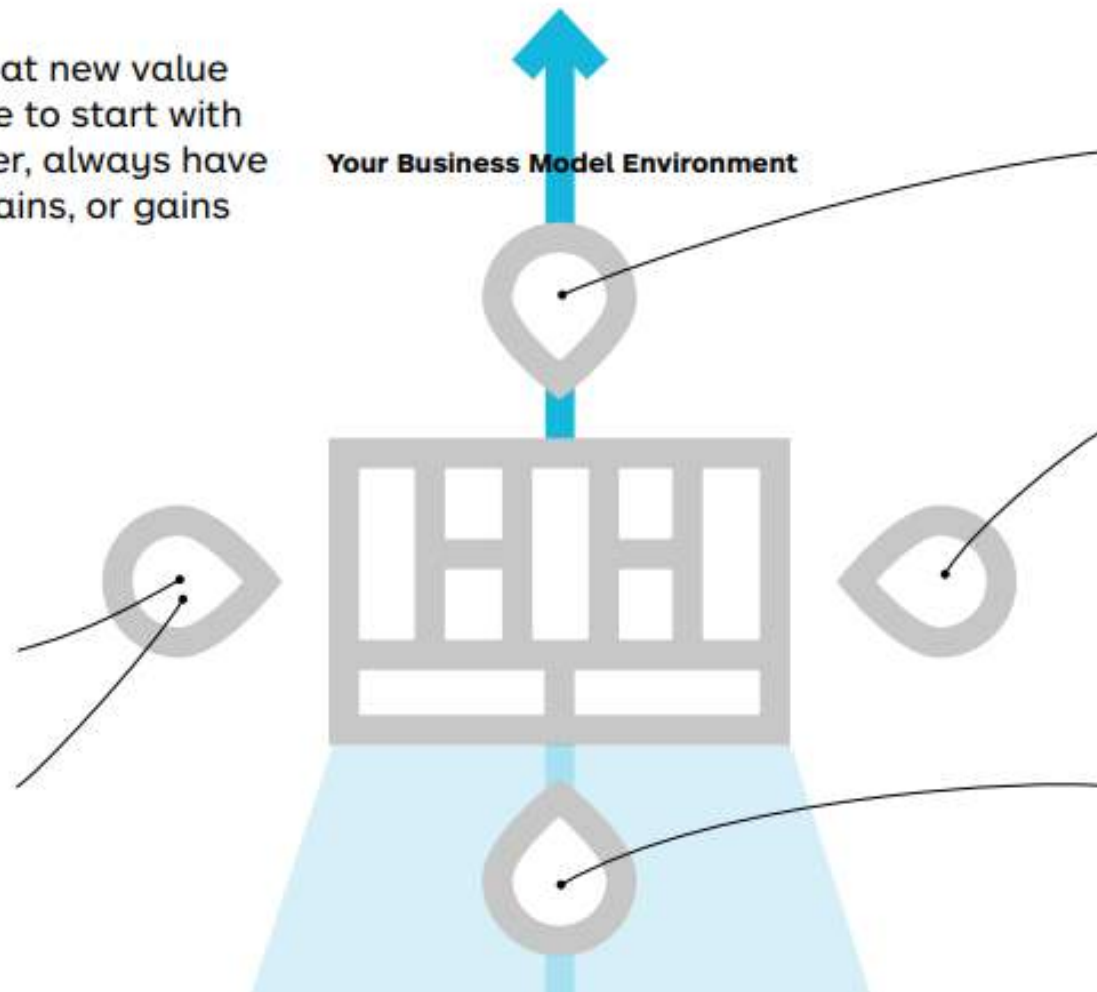
Come up with a new value proposition that your competitors can't copy?

Zoom out  
Your Business Model Environment

Create value based on a new technology trend or turn a new regulation to your advantage?

Adapt your value proposition to a new or underserved segment such as the rising middle class in emerging markets?

Design a value proposition for a new macroeconomic trend such as rising healthcare costs in the Western hemisphere?



## Your Current Business Model(s)

🔗 Come up with a new value proposition based on a new partnership?

🏠 Build on your existing activities and resources, including patents, infrastructure, skills, user base?

💰 Dramatically alter your cost structure to lower your prices substantially?

♥ Leverage your existing relationships and channels to offer customers a new value proposition?

💰 Give away your core product for free or increase your prices by a multiple?

## Your Value Proposition(s)

📈 Create a new gain creator for a given Customer Profile?

🏠 Imagine a new product or service?

🔗 Create a new pain reliever for a given Customer Profile?

😊 Focus on your customers' most essential unrealized gain?

📋 Uncover a new unsatisfied job?

😞 Solve your customer's most extreme unresolved pain?





# Business model Pattern explain By COW model



# DIRECT SALES MODEL



You have one cow  
You sell the milk door to door

คุณมีวัว 1 ตัว  
คุณขายนมวัว แบบตรงๆถึงมือลูกค้า



#CoachBuhn

# FREEMIUM MODEL



## You have one cow

People can have as much milk as they like for free.  
You charge them for the cartons to hold their milk.

คุณมีวัว 1 ตัว  
คนทั่วไปสามารถดื่มนมมากเท่าไรก็ได้ฟรีๆ  
คุณคิดเงินจากการขายพานะที่ใช้สำหรับบรรจุนมให้กับคนที่มาเอาไป



# SUBSCRIPTION MODEL



You have one cow

You offer customers one carton of milk for 3\$

You offer customers 20 cartons of milk a month for 40\$

คุณมีวัว 1 ตัว  
คุณขายนมให้ลูกค้าขวดละ 3\$  
คุณเสนอขายนมให้ลูกค้า 20 ขวดต่อเดือน เป็นในราคา 40\$





# FRANCHISE MODEL



You have one cow

A Farm sell you a license to use their equipment to package the milk.

You branded the milk using farm name.

คุณมีวัว 1 ตัว

ฟาร์มซื้อตั้งขายลิขสิทธิ์ ในการใช้เครื่องมือและบรรจุภัณฑ์ ในการบรรจุนม  
คุณใส่แบรนด์ให้นม โดยใช้ชื่อของฟาร์ม



# LOSS LEADER MODEL



You have one cow

People can buy the milk for 50 cents.

People can also buy high protein, lactose free, low fat yoghurt for \$50

คุณมีวัว 1 ตัว

คนสามารถซื้อนมได้ในราคาถูก 50 cents

คนสามารถซื้อนม buy high protein, lactose free, low fat yoghurt  
ในราคา \$50



# ON DEMAND MODEL

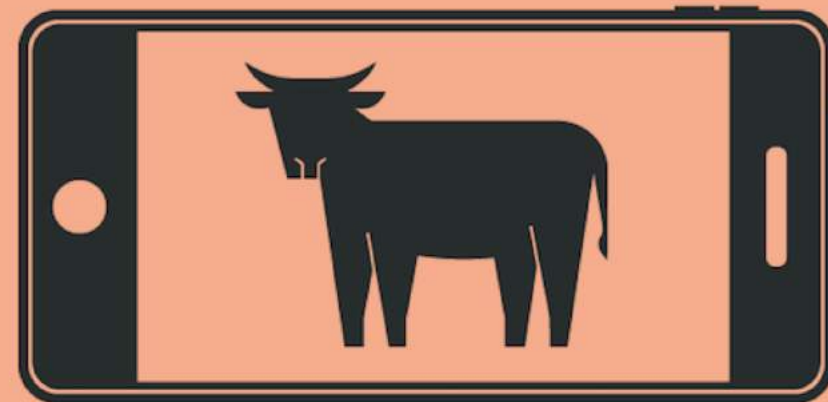


You have one cow

You build an app for customers to order milk when they need it.

You charge for instant delivery

คุณมีวัว 1 ตัว  
คุณสร้าง App ขึ้นมาเพื่อให้ลูกค้า สั่งนมมาทานเมื่อ รู้สึกอยากทาน  
คุณคิดเงินจากค่าบริการการส่งแบบเร่งด่วน



# “BUFFET” MODEL



You have one cow

People can come to your house and have as much milk as they like for free.

You charge them for the time they're there.

คุณมีวัว 1 ตัว

ผู้คนสามารถเข้ามาที่บ้านคุณและดื่มนมได้ มากเท่าไรก็ได้ฟรี

คุณคิดเงินจากเวลาที่คนเข้ามาในบ้านคุณ





# CROWSOURCING MODEL



You don't have one cow

You ask people to donate money to buy one.

In exchange you promise the first 10 cartons of your organic lactose free for free.

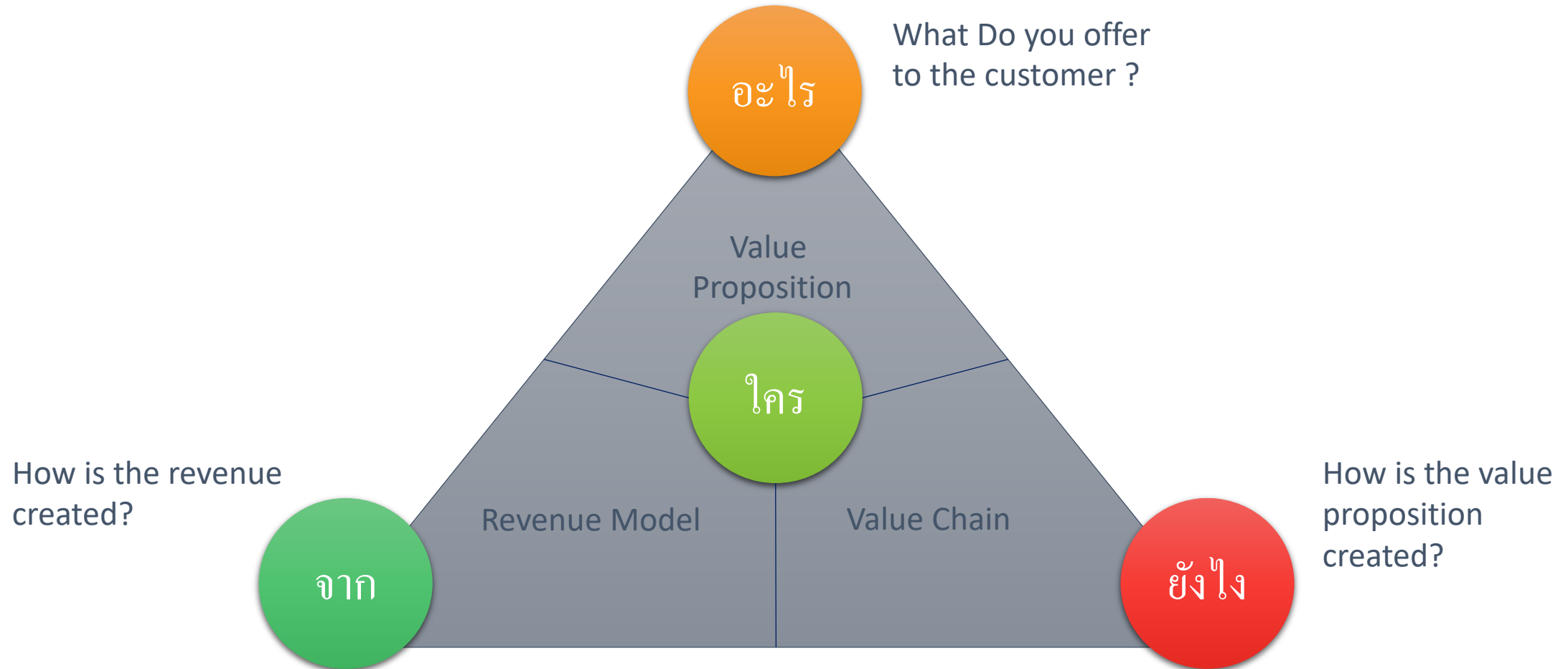
คุณไม่มีวัว 1 ตัว

คุณขอบริจาคเงินจากคนอื่น เพื่อมาซื้อวัว 1 ตัว

เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน 10 ลังแรกของ นมออร์แกนิก , นม Lactose free  
หรือ นมออร์แกนิกแบบเวย์ไขมันต่ำ ให้กับคนที่ขอมมาเป็นการตอบแทน



# Each Group Pick **a** lucky draws



#CoachBuhn

Workshop  
**Task#8** แปลงร่างร้านกาแฟ







1

2

3

4

5

6

7

8







# ตัวอย่างธุรกิจที่หอมหวาน

Starbucks idol from every SME



# Starbucks Business Model



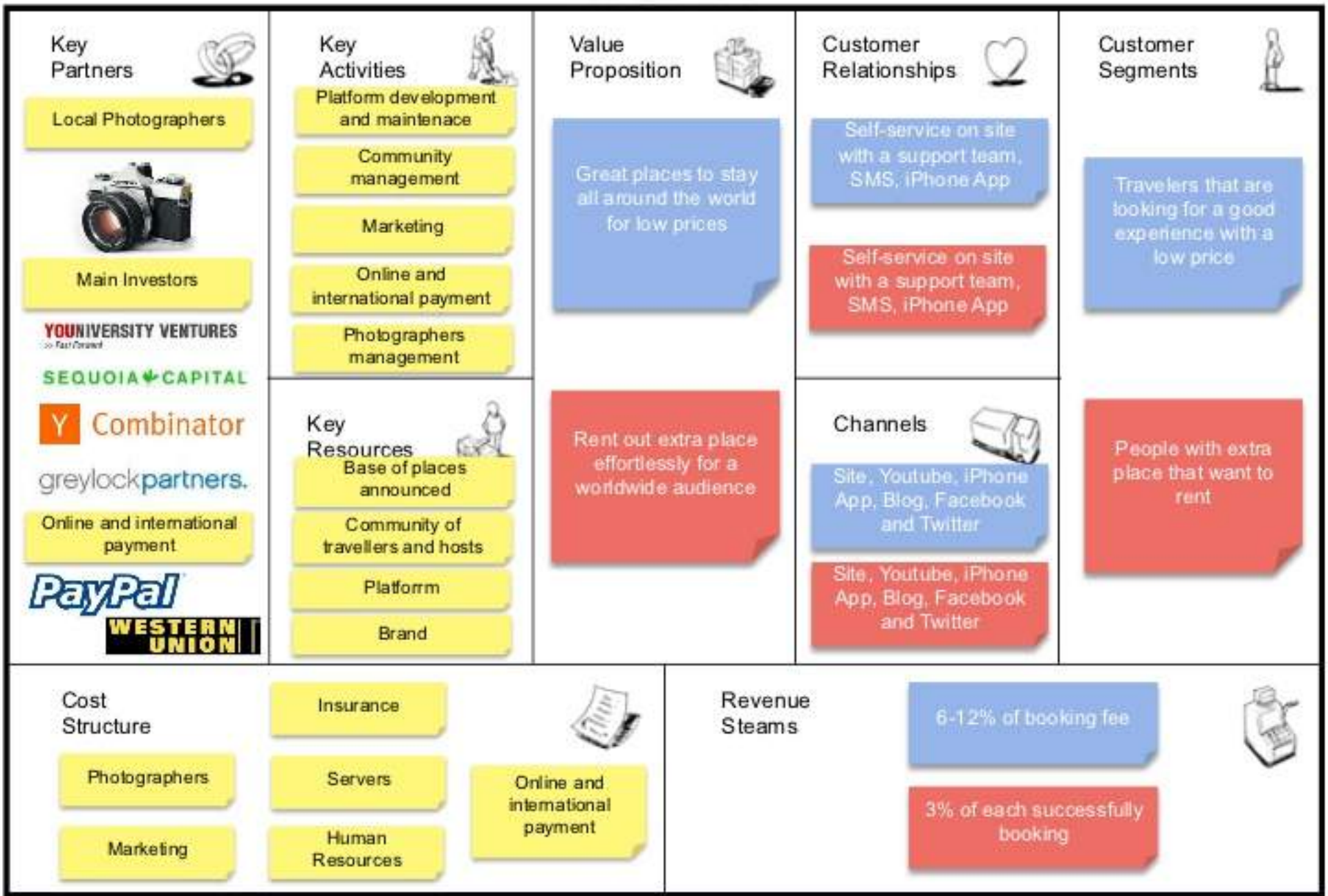




# How Airbnb works



#CoachBuhn





# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



# แบ่งปันเรื่องราวธุรกิจในพื้นที่

Tell your stories ; Task#9 Your canvas, your Dream

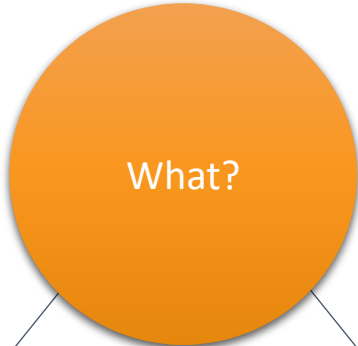


This work is licensed under the creative commons attribution share alike 4.0 international license. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to creative commons, 529 Second Street, Suite 900, San Francisco, California, 94107, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

 **Strategyzer**  
strategyzer.com

What Do you offer to the customer ?



Value Proposition

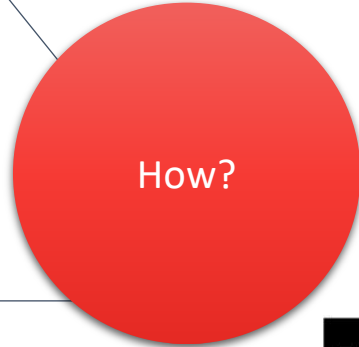


Who?

Revenue Model

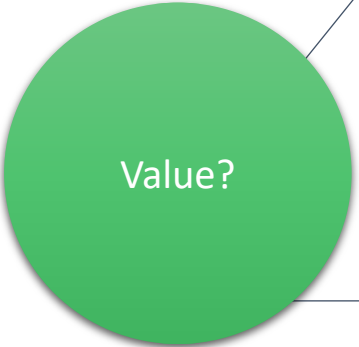
Value Chain

How is the value proposition created?



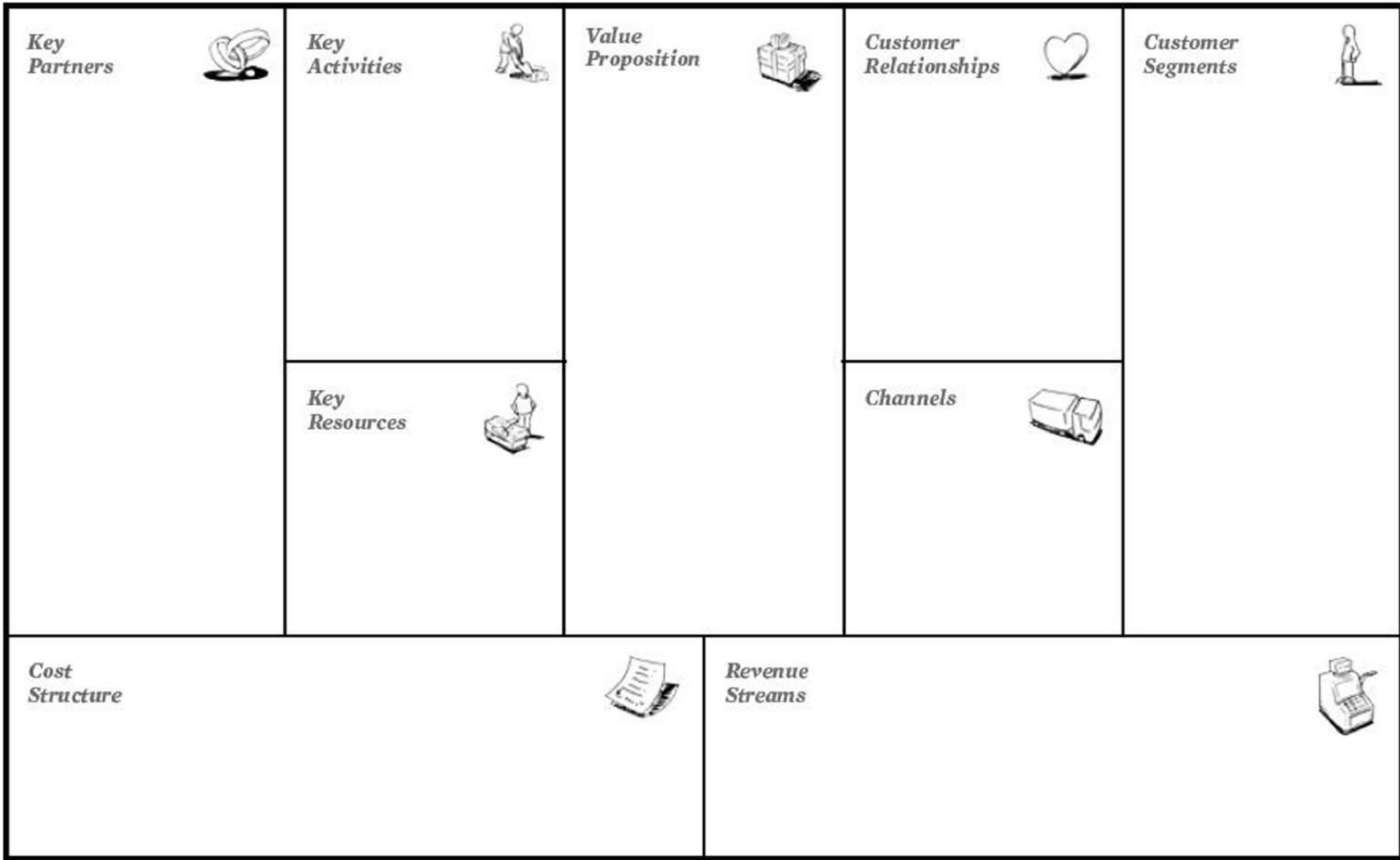
How?

How is the revenue created?



Value?







**BMC**

**จะกลับมาใน**

**15 Mins**



# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 529 Second Street, Suite 500, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

 **Strategyzer**  
strategyzer.com

เราใช้

Products and Services

เพื่อช่วย

Customer Segment

คนที่ต้องการจะ

jobs to be done

โดย

verb (e.g., reducing, avoiding)

and a customer pain

และ

verb (e.g., increasing, enabling)

and a customer gain

(ซึ่งต่างกับ

competing value proposition



# การแยกแยะจากคำวิจารณ์



## ความคิดเห็น

- + ข้อคิดเห็นแบบมีหลักการตรรกะ สามารถช่วย เติมจินตนาการได้
- ! มันสามารถช่วยเติมพลังให้กับ จินตนาการหรือไอเดียได้
- “ ถ้าเราเพิ่ม ..... ขึ้นเชื่อว่า เราจะมีโอกาส ทำให้มันเกิดขึ้นได้

## ประสบการณ์

- + ส่วนหนึ่งของประสบการณ์ มีคุณค่าช่วยให้หลีกเลี่ยงการสูญเสีย จาก ข้อผิดพลาดได้
- ! ผิดพลาดเพื่อให้รู้ถึงข้อจำกัด จึงกำหนด บริบทใหม่มุ่งสู่ผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน
- “ เมื่อเราทำได้ ..... จากโปรเจกต์ที่ผ่านมา เราได้ค้นพบว่า .....

## สถิติการตลาด และมูลเหตุ

- + มันช่วยให้ลดความไม่แน่นอน ลดความเสี่ยง(การตลาด)ที่ไม่จำเป็น
- ! ข้อมูลที่ไม่แม่นยำ หรือไม่มีคุณภาพ นำไปสู่การพลาดโอกาสอันใหญ่หลวง
- “ เราสัมภาษณ์ผู้คนเกี่ยวในเรื่องนี้ และ เรียนรู้ว่า ร้อยละ ..... ต้องรับมือจัดการ กับมัน





#CoachBuhn

Responsibility of Business modeler  
**การพัฒนาแผนธุรกิจ**







ค้นหาไอเดีย เจาะช่องว่าง

↓

วิเคราะห์ปัจจัยภายใน  
วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก  
+มองหาช่องว่าง เพื่อตอบโจทย์แก้ปัญหา

**Reality check**



นำเสนอ สํารวจตลาด

↓

วิเคราะห์ตลาด  
วิเคราะห์ธุรกิจและคู่แข่ง  
+ผลการศึกษาความเป็นไปได้

**Reality check**



ปรับปรุง ลงมือทำ

↓

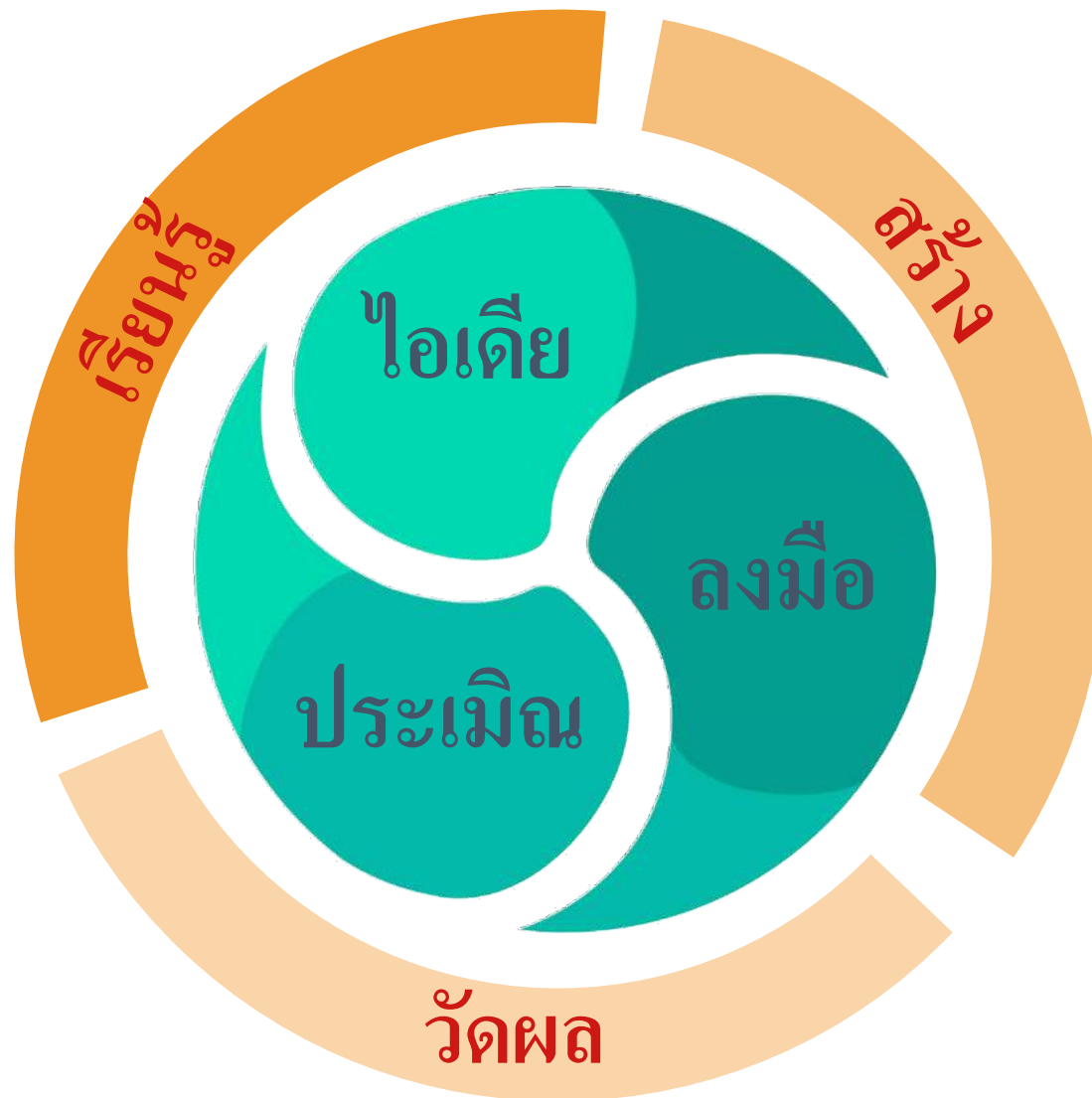
วิเคราะห์แผนการปฏิบัติ  
วิเคราะห์ความเสี่ยง  
+เสนอแผนธุรกิจ

**Starting the venture**



Lean Startup

# เข้าใจ BMC แล้วต้องทำอะไรต่อ





เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น หน้าที่ของคุณคือ  
การแปลง **ความเป็นไปได้ใหม่** ให้กลายเป็นความ  
เป็นจริงด้วยการ **ลงมือทำ** **[พูดพร้อมกัน 3 ครั้ง]**





**Thank You!!!**





<http://www.levelupthailand.com>



#CoachBuhn



eCommerce : Storefront – Market Place

# www.levelupthailand.com

