

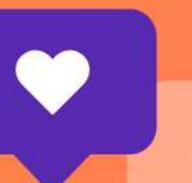


I am
soft
serve

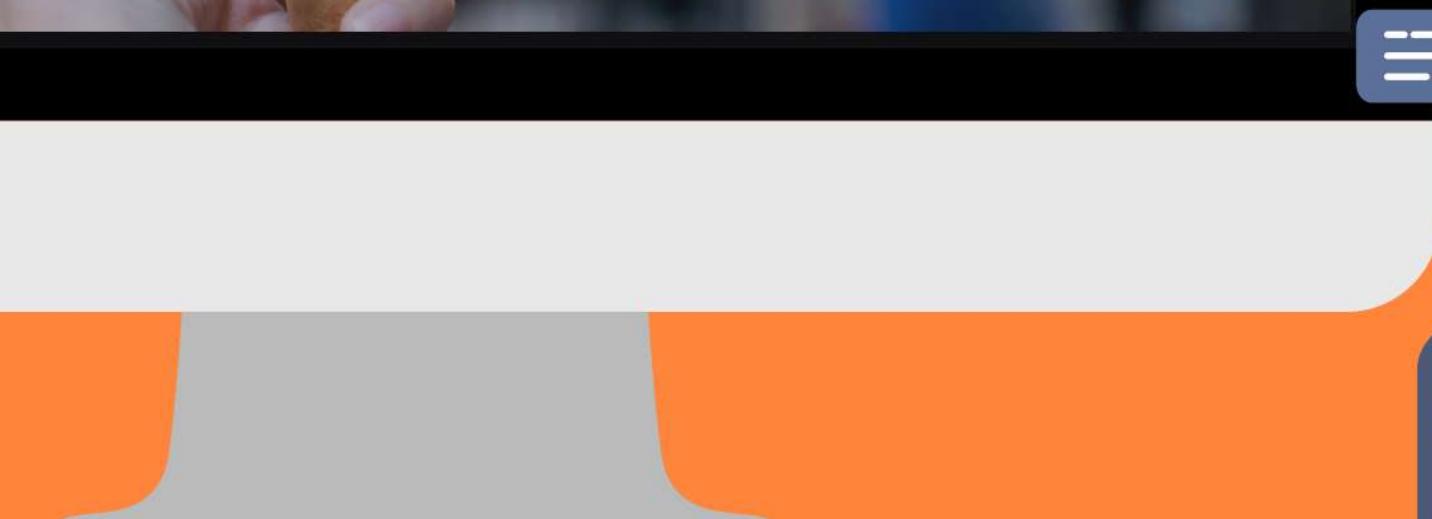
รายวิชา

1101283 โครงงานธุรกิจอัจฉริยะและการจินตภัคณ์สารสนเทศ และ

1101293 โครงงานธุรกิจเชิงลึกและการวิเคราะห์ข้อมูล



1. ปัญหาที่สนใจ



How Might We

- ทำอย่างไรให้มีรสชาติไอศกรีมตรงตามความต้องการของลูกค้า
- ทำอย่างไรให้ราคาของไอศกรีมเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- ทำอย่างไรให้กลุ่มเป้าหมายพ่อใจกับสินค้าและบริการ
- ทำอย่างไรให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ
- ทำอย่างไรให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและจดจำ





Empathizing Questions

- 1 ชอบงานไอสครีมหรือไม่
- 2 ประเภทไอสครีมที่ก่านชอบทาน
- 3 งานไอสครีมกี่ครั้งต่อสัปดาห์
- 4 รสชาติไอสครีมที่เลือกทาน
- 5 ท็อปปิ้งที่เลือกทาน
- 6 บรรจุภัณฑ์ที่ใส่ไอสครีมคืออะไร ?
- 7 ซื้อไอสครีมจากที่ไหน เพราะอะไร ?
- 8 งานไอสครีม เพราะอะไร ?



Empathizing Questions

- 9 โอกาสในการงานไอศกรีม
- 10 ปกติท่านรับประทานอาหารที่ไหน ?
- 11 ท่านมักจะทานไอศกรีมเวลาไหน ?
- 12 งานไอศกรีมที่ร้านหรือไม่ ?
- 13 บุคคลที่กานไอศกรีมด้วยคือใคร ?
- 14 รู้จักร้านที่ท่านซื้อไอศกรีมได้อย่างไร ?
- 15 ค่าใช้จ่ายในการซื้อไอศกรีม(โดยประมาณ)
- 16 ปัญหาอะไรบ้างที่พบจากการรับประทาน
 ไอศกรีม ?

Empathizing Questions

17

ความต้องการของลูกค้าด้านรสชาติโอลิมปิก (Top 3 รสชาติที่ต้องการ)

18

ความต้องการของลูกค้าด้านกี๊อปปี้โอลิมปิก (Top 3 กี๊อปปี้ที่ต้องการ)

19

ความต้องการของลูกค้าด้านราคากลางโอลิมปิก (โดยประมาณ)

20

ความต้องการของลูกค้าด้านภาษะใส่โอลิมปิก

21

ความต้องการของลูกค้าในด้านอื่น ๆ

2. กลุ่มเป้าหมาย



**นักศึกษามหาลัย
ระดับปริญญาตรี
ที่ขอบ้านไอศครีมซอฟเฟิร์ฟ**

User profile Canvas

Name : เพย

Persona Description : เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีสาขาวิชาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เพศหญิง อายุที่หอนอุบัติเห็นประตุ 4
โซเชียลมีเดีย : Instagram Facebook Tik-Tok Line

Jobs-to-be-done

- โอดกรีนที่บีคุณภาพ เนื้อเนียน บุ่ม พู แห่ง คุณภาพ
- โอดกรีนแนะนำสมกับราคา
- รู้สึกสดชื่นเมื่อทานโอดกรีน ดับความรู้สึกเผ็ดร้อน
- กำให้ผ่อนคลายความเครียด
- ความพึงพอใจจากการรับประทานโอดกรีน
- เพื่อสื่อถึงรสเนยนมและความชอบ
- โพสต์รูปลงโซเชียลเพื่อให้ต้นเองมีภาพลักษณ์ที่ดี



Gains

- มีก็อปปี้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เช่น คิกแคร์ โอร์โว่ คอบ เพลค เม็ดสีเรนโบว์ ซอสซ็อกโกแลต เยลลี่ และ ช็อกโกแลตชิพ
- โอดกรีนรสชาติตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่ วนิลา ช็อกโกแลต ชาเขียว นม
- มีเซ็ตเมนูโอดกรีนแนะนำ
- มีบรรจุภัณฑ์กึ่งแบบโคนวาฟเฟิลและแบบถ้วย

Use case

- ขอบทานโอดกรีนซอฟต์เสิร์ฟ แบบช็อกลับ ใส่ถ้วยกระดาษ
- ทานโอดกรีน 3-4 ครั้ง/สัปดาห์
- ทานโอดกรีนหลังมื้ออาหารเย็น เพราะ ขอบทานโอดกรีนหลังทานอาหารที่เผ็ด และ ทานเพื่อลดความเครียด
- ปกติทานอาหารตามสั่งที่ร้านบริเวณประตุ 4
- ช้อโอดกรีนที่ร้านซอฟต์เสิร์ฟประตุ 4
- ช่วงเวลาที่ทาน 17.00-20.00n.
- ทานโอดกรีน รสวนิลา และ ช็อกโกแลต
- ไม่ใส่ก็อปปี้
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 20-30 บาท

Pains

- โอดกรีนละลายไวประมาณ 45 วินาที
- เนื้อโอดกรีนไม่เนียนบุ่ม เป็นเกล็ดน้ำแข็ง
- โคนแท็กหักง่าย
- โคนไม่กรอบ

Persona



ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ : เพย์

เพศ : หญิง

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ที่อยู่ : หนองคอกบริเวณประตู 4

โซเชียลมีเดีย : Instagram Facebook Tik-Tok
Line



ปัญหา / อุปสรรค

- เบื้องต้นต้องการร้านที่มีที่นั่งสำหรับทำงาน
- มีเวลาว่างในวันพักผ่อน
- ต้องการร้านที่เงียบสงบไม่被打扰
- ต้องการร้านที่มีเครื่องดื่มและอาหารให้เลือกหลากหลาย
- ต้องการร้านที่มี WIFI แรงและเสถียร
- ต้องการร้านที่มีที่จอดรถสะดวก

พฤติกรรมการรับประทานไอศกรีม

- ชอบทานไอศกรีมซอฟต์เสิร์ฟ แบบซื้อกลับ
- ทานได้ทุกวัน
- ทานไอศกรีม 3-4 ครั้ง/สัปดาห์
- ทานไอศกรีมหลังมื้้อาหารเย็น เพราะ ชอบทานไอศกรีมหลังทานอาหารที่เพ็ດ และ ทานเพื่อลดความเครียด
- ปกติทานอาหารตามสั่งที่ร้านบริเวณประตู 4
- ซื้อไอศกรีมที่ร้านซอฟต์เสิร์ฟประตู 4
- ช่วงเวลาที่ทาน 17.00-20.00 น.
- ทานไอศกรีม รสชาติ และ ช็อกโกแลต
- ไม่ใส่ท็อปปิ้ง
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 20-30 บาท

ความต้องการของลูกค้า

- ต้องการร้านที่มีที่นั่งสำหรับทำงาน
- ต้องการร้านที่มี WIFI แรงและเสถียร
- ต้องการร้านที่มีที่จอดรถสะดวก
- ต้องการร้านที่เงียบสงบไม่被打扰
- ต้องการร้านที่มีเครื่องดื่มและอาหารให้เลือกหลากหลาย
- ต้องการร้านที่มีที่นั่งสำหรับทำงาน

Persona



ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ : เนเน่

เพศ : หญิง

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรินทร์

ที่อยู่ : หอพักในมหาวิทยาลัย

โซเชียลมีเดีย : Instagram Facebook Tik-Tok
Line

ปัญหา / อุปสรรค

- ไอศกรีมละลายเร็วประมาณ 45 วินาที
- ไม่มีร้านสะดวกซื้อที่ต้องการ รสชาติไม่หลากหลาย
- โภชนาณต่ำ ยากจะกิน
- ไอศกรีมเลอะเมือ



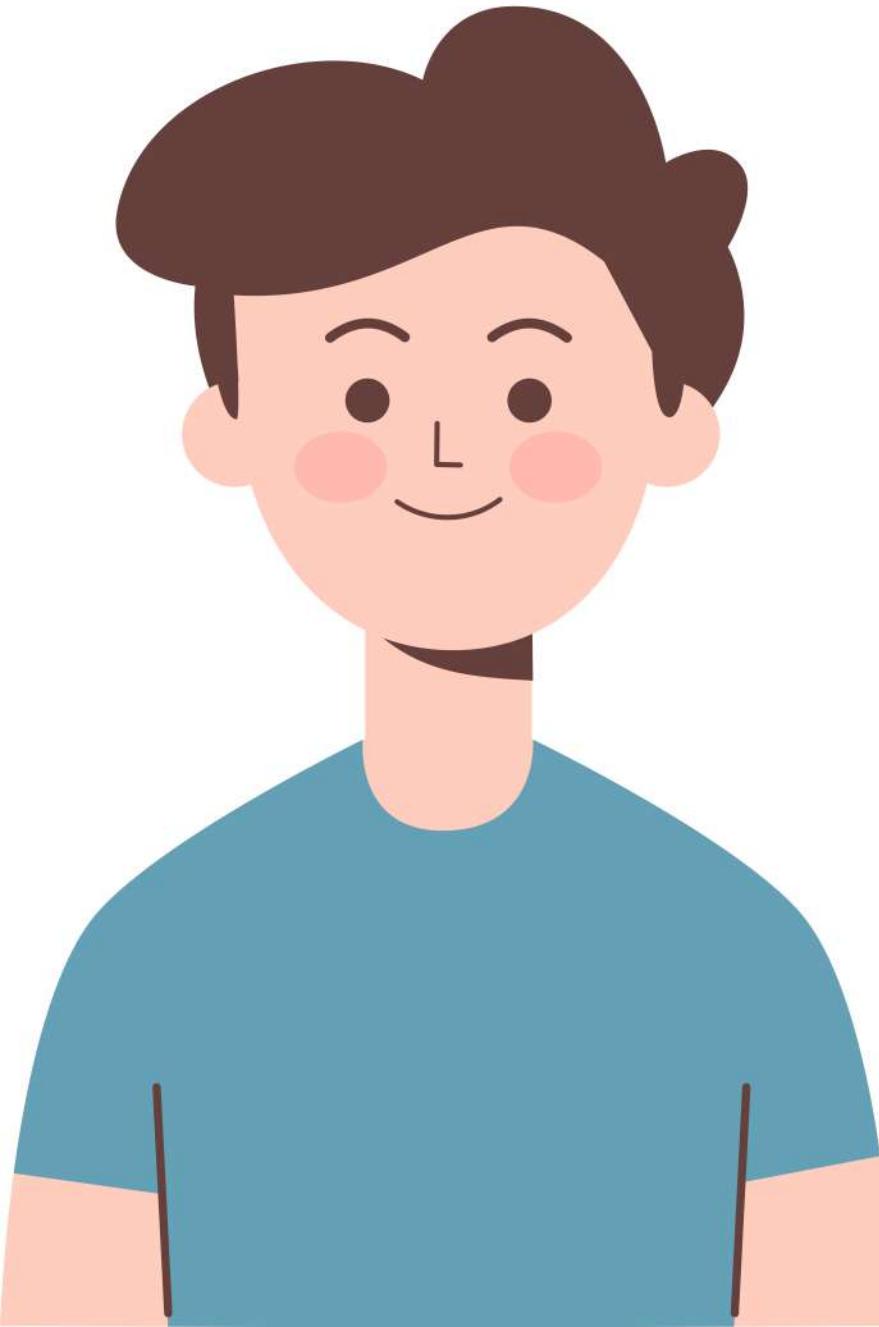
พฤติกรรมการรับประทานไอศกรีม

- ชอบกินไอศกรีมซอฟต์เสิร์ฟ แบบช็อกโกแลต
- กินไส้ โคน
- กินไอศกรีม 3-4 ครั้ง/สัปดาห์
- กินไอศกรีมหลังมื้้อาหารกลางวัน เพราะ อาการร้อนต้องการความสดชื่น และดับความเผ็ดร้อนจากกุ้ยเตี้ย
- ปกติกินอาหารที่ร้านบริเวณประตู 4
- ปกติซื้อไอศกรีมที่ร้านซอฟต์เสิร์ฟประตู 4 และ 7-11
- ช่วงเวลาที่กิน 13.00-16.00 น.
- กินไอศกรีม รสนิล่า และ ช็อกโกแลต
- ไม่ใส่ถุงไป
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 20-30 บาท

ความต้องการของลูกค้า

- อยากให้ร้านมีถุงไป เช่น เม็ดสีเรนโบว์ ช็อกโกแลต
- อยากให้ร้านมีร้านสะดวก เช่น นิล่า ชาเขียว ช็อกโกแลต
- ต้องการให้มีไอศกรีมแบบถูกโภก
- ต้องการโภชนาณเพิ่ม

Persona



ข้อมูลส่วนบุคคล

ชื่อ : ไอซ์

เพศ : ชาย

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ที่อยู่ : หนองคอกบริเวณประตู4

โซเชียลมีเดีย : Instagram Facebook Tik-Tok
Line

ปัญหา / อุปสรรค

- ร้านไอศกรีมที่ชื่ออยู่ไกลประมาณ 9.9 กilo
- ไม่มีที่อพัพปีงและร Schaati ให้เลือกหลากหลาย



พฤติกรรมการรับประทานไอศกรีม

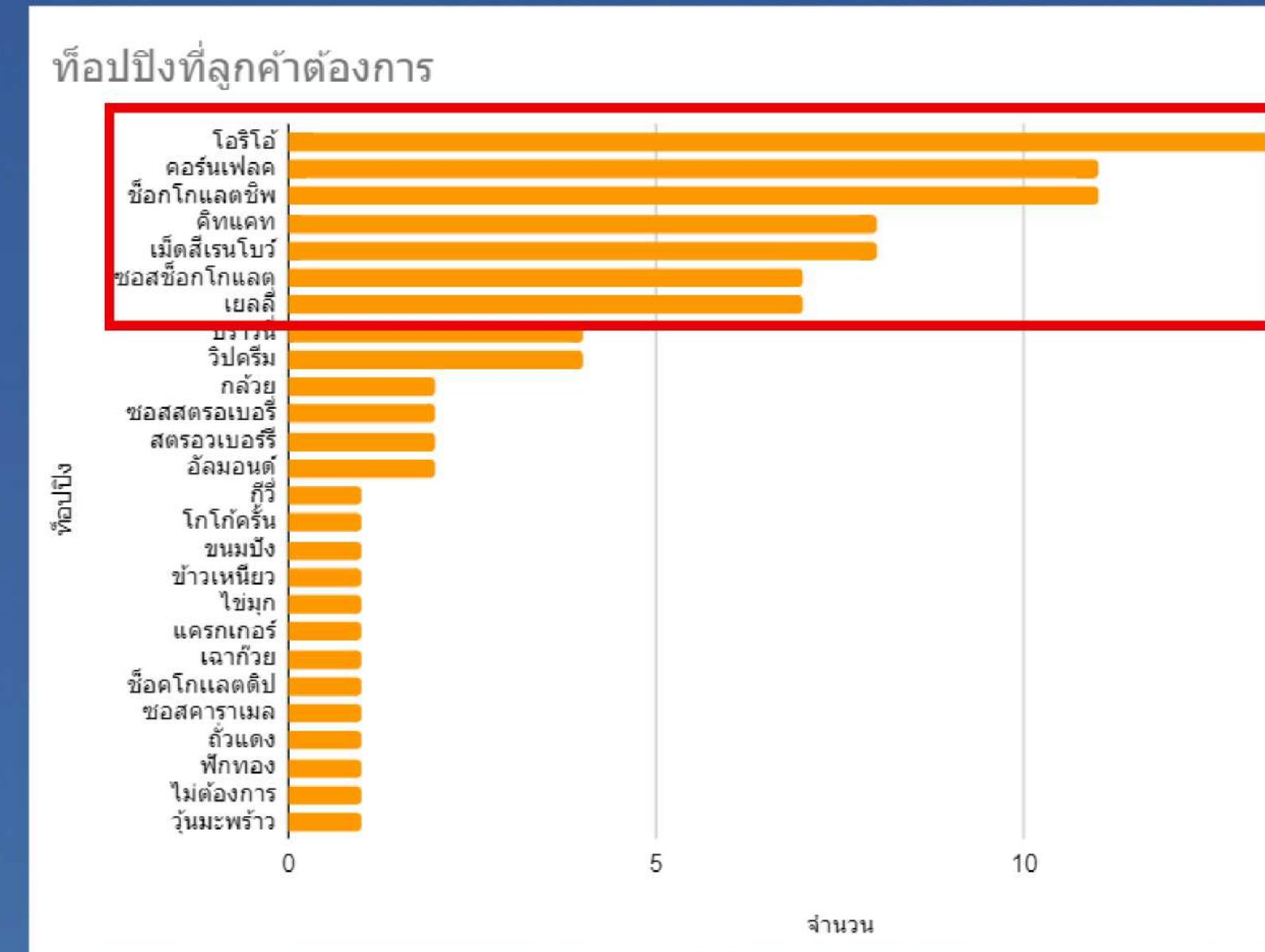
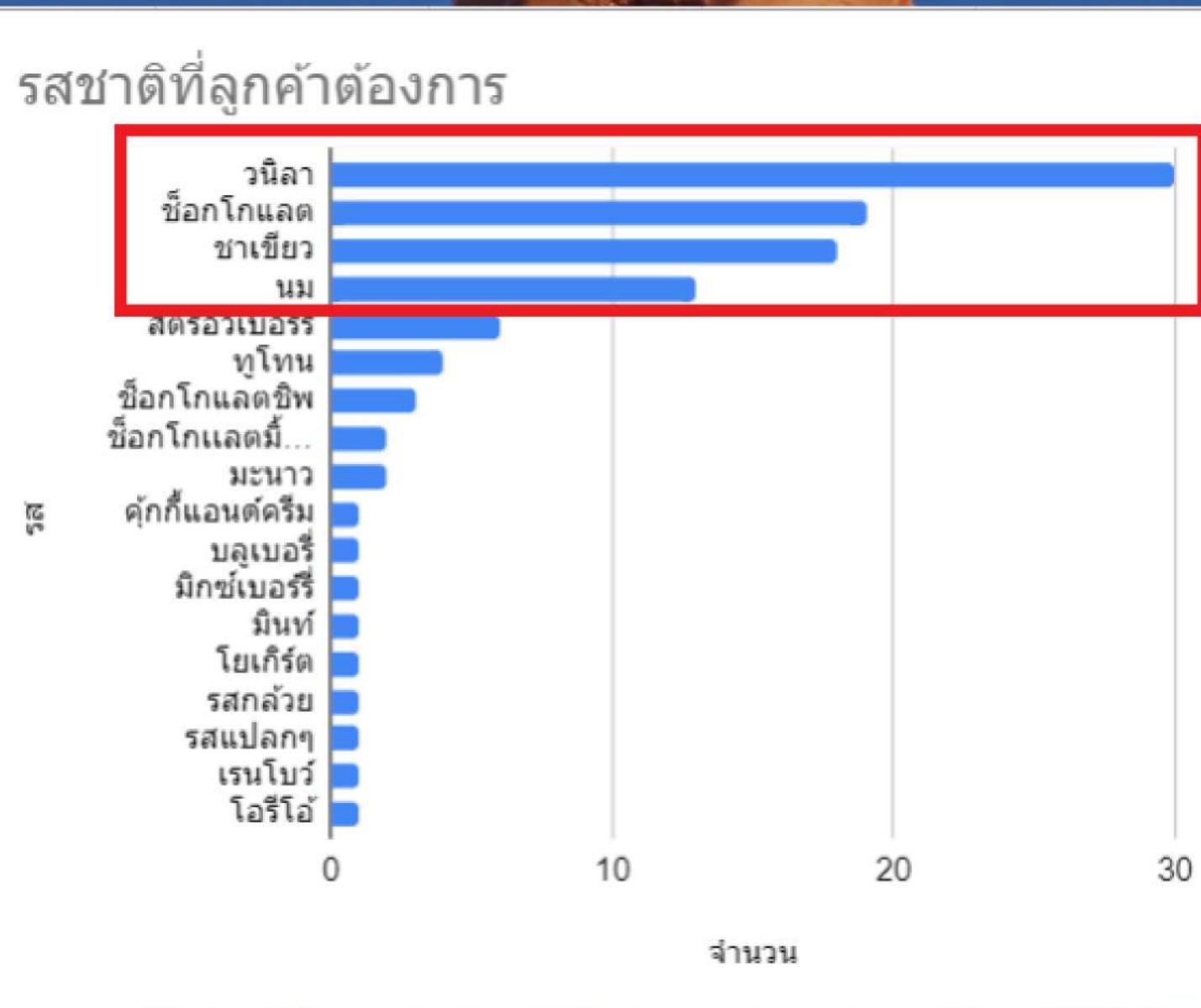
- ชอบกินไอศกรีมซอฟต์เสิร์ฟ แบบช็อกลัป
- ทานไส้ ถั่วยกระดาษ
- ทานไอศกรีม 3-4 ครั้ง/สัปดาห์
- ทานไอศกรีมหลังมื้้อาหารเย็น เพราะ ชอบกินไอศกรีมหลังอาหารคำว่า
- ปกติทานอาหารที่ร้านอาหารตามสั่งบริเวณประตู4
- ปกติซื้อไอศกรีมที่ร้านแดรี่ควิน และ ร้านซอฟต์เสิร์ฟ ประตู4
- ช่วงเวลาที่ทาน 17.00-20.00 น.
- ทานไอศกรีม รสนิล่า และ ช็อกโกแลต
- ชอบไส้ท็อปปีงโหรโว
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 20-49 บาท

ความต้องการของลูกค้า

- ต้องการให้ร้านมีที่อพัพปีงท็อปปีง เช่น โหรโว คิกแคนก ช็อกโกแลตชิพ
- ต้องการร Schaati ชาเขียว วนิลา ช็อกโกแลต
- ไอศกรีมรสชาติอร่อย
- อยากให้มีร้านไอศกรีมอยู่ใกล้ๆ บริเวณที่อยู่อาศัย

>>>

ข้อมูลสชาติและท็อปปิ้งที่ลูกค้าต้องการ



Job to be done

>>>

กิจกรรมที่ลูกค้าต้องการบรรลุเป้าหมาย

FUNCTION

- ไอศกรีมที่มีคุณภาพ เนื้อเนียน บุ่มฟู แห้ง
- คุณภาพไอศกรีมเหมาะสมกับราคา

EMOTION

- รู้สึกสดชื่นเมื่อทานไอศกรีม
- ดับความรู้สึกเผ็ดร้อน
- ทำให้ผ่อนคลายความเครียด
- ความพึงพอใจจากการรับประทานไอศกรีม

SOCIAL

- เพื่อสื่อถึงรสชาติและความชอบ
- โพสต์รูปลงโซเชียลเพื่อให้ต้นเหงงมีภาพลักษณ์ที่ดี

PAIN

ไอศกรีมละลายไว
ประมาณ 45 วินาที

เนื้อไอศกรีม
ไม่เนียนบุ่ม
เป็นเกล็ดหิ้า
แข็ง

โคนไม่กรอบ

โคนแตกหัก
ง่าย

ไอศกรีมรสชาติดัง
ตามความต้องการ
ของลูกค้า ได้แก่ วนila
ช็อกโกแลต ชาเขียว
นม

มีเช็ตเมบูไอศกรีม
แนะนำ

GAIN

มีก็อปปี้ตรงตาม
ความต้องการของ
ลูกค้า เช่น คิกแแคก
โอริโอ้ คุณเฟลค
เม็ดสีเรนโบว์ ซอส
ช็อกโกแลต เยลลี่
และ ช็อกโกแลตชิพ

มีบรรจุภัณฑ์กึ่ง
แบบโคล
น้ำฟีฟลและแบบ
ถ้วย

3. ขนาดและโอกาสทางการตลาด

>>>

SOM

สัดส่วนตลาดที่มีโอกาสในการเข้าถึง

นักศึกษาหญิงปริญญาตรี มกส.ที่ชอบทาน
ไอศครีมซอฟเฟอร์ว
คิดจากการเทียบสัดส่วน
จากการสัมภาษณ์กั้งหมด 36 คน
มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจำนวน 7 คน คิดเป็น
19.4%
งานเฉลี่ย 12 ครั้งต่อเดือน
ค่าใช้จ่ายคนละ 20 บาท
 $x = 19.4\%$
 $P = 20$

$Q = 12$ ครั้งต่อเดือน

$$(6,733 \times 19.4\%) \times 12 \times 20 =$$

313,440 บาท

SAM

มูลค่าตลาดที่มีโอกาสในการเข้าถึง

นักศึกษาหญิงมกส. ระดับการศึกษาตรี โท เอก
ที่ชอบทานไอศครีมซอฟเฟอร์ฟิดจาก 19.4%
ของจำนวนกั้งหมด 7,490 คน
งานเฉลี่ย 12 ครั้งต่อเดือน
 $(7,490 \times 19.4\%) \times 12 \times 20 =$

348,720 บาท

TAM

มูลค่าตลาดรวม

นักศึกษาหญิงระดับการศึกษาตรี โท
เอก
กั้งหมดในประเทศไทย
ที่ชอบทานไอศครีมซอฟเฟอร์ฟ
คิดจาก 19.4% ของจำนวนกั้งหมด
942,025 คน
งานเฉลี่ย 12 ครั้งต่อเดือน
 $(942,025 \times 19.4\%) \times 12 \times 20 =$

43,860,480 บาท

2563	1	ปริญญาตรี	หญิง	871165
2563	1	ปริญญาตรี	ชาย	579992
2563	1	ปริญญาโท	หญิง	57386
2563	1	ปริญญาโท	ชาย	40321
2563	1	ปริญญาเอก	หญิง	13474
2563	1	ปริญญาเอก	ชาย	13127

4. รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ

>>>

MENU

STEP 1



ถ้วยกระดาษขนาด 5 Oz



โคนกาแฟเฟลน้ำดกลาง

โคนกาแฟเฟล

25 ₧

ถ้วย

20 ₧

STEP 2



รสชาเขียว



รสนม



รสวานิล่า



รสช็อกโกแลต



ทูโทนนมชาเขียว



ทูโทนวานิล่าช็อกโกแลต

STEP 3



คิกแคน+15



โอริโอ+10



ช็อกโกแลตชิพ +10



คอร์นเฟลก+10



เยลลี่+10



เม็ดสีเรนโบว์+5



ซอสช็อกโกแลต +5

ท็อปปิ้ง

+5

+10

+15

บาท/อย่าง

4. รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ

>>>

♥ MENU ♥

เชกเมนูแนะนำใจสายดาร์ก!



ราคา 40฿ จากปกติ 45฿



ราคา 35฿ จากปกติ 40฿



ราคา 30฿ จากปกติ 35฿



ราคา 40฿ จากปกติ 45฿

Feedback Matrix



Like

- 👍 มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย
- 👍 ชอบที่มีไอศครีมถูโภน สำหรับคนที่อยากทานไอศครีมหลายรสชาติ
- 👍 มีการจัดเซ็ตเมนูแบบบำ ไม่ต้องเลือกเอง
- 👍 มีก้อปปี้ให้เลือกหลากหลาย
- 👍 มีราคายอดเยี่ยม
- 👍 ชอบเมนูที่บอกเป็นขั้นตอนว่าต้องเลือกอะไรก่อน

DisLike

- 👎 ไม่มีขนาดถ้วยให้เลือก
- 👎 ร้านมีแต่ไอศครีมเบสบัน
- 👎 สีกระดาษห่อโコンไม่สดใส
- 👎 เซ็ตเมนูแบบบำอยู่คนละหน้า
- 👎 ไม่มีชื่อร้านอยู่ในเมนู
- 👎 เซ็ตเมนูแบบบำมีแค่ช็อกโกแลต

Question

- ❓ ในอนาคตจะมีก้อปปี้เพิ่มเติมไหม
- ❓ จะมีขนาดของถ้วยใส่ไอศครีมให้เลือกไหม
- ❓ จำหน่ายทางช่องทางไหนบ้าง
- ❓ จะมีรสชาติแปลงๆไหม
- ❓ ช่องทางการชำระเงินมีแบบไหนบ้าง

Idea

- 💡 อยากให้มีรสชาติตามฤดูกาล เช่น มะม่วง ทุเรียน
- 💡 อยากให้ไอศครีม 1 ถ้วยหรือโコン มีได้หลายรสชาติตามต้องการ
- 💡 อยากให้มีเมนูตามเมนูของหวาน เช่น ไอศครีมสตอเบอร์รี่เชสเค้ก ชานมไข่มุก และอื่นๆ
- 💡 อยากให้มีโปรโมชันสำหรับวันเกิด



I am
soft
serve

>>>

5. คุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ที่ส่งมอบให้ลูกค้า ทั้งในรูปแบบ Product Function / Feature และการเปลี่ยนเทียบกับคู่แข่งขัน

คุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ที่ส่ง มอบให้ลูกค้า

- ไอครีมที่มีคุณภาพ เนื้อเนียน นุ่ม พู แห้ง
- มีรสชาติตรงความต้องการของลูกค้า
- มีเมนูเซกเมนูไอครีมแนะนำ
- มีไอครีมแบบถุงโภบ
- มีท็อปปิ้งตรงตามความต้องการของ ลูกค้า
- มีบรรจุภัณฑ์ไอครีมทั้งแบบโค นวฟเฟิลและถ้วย/ดีไซน์กันสนัย
- มีล่วนผสมที่ทำให้ไอครีมละลายช้าลง และเครื่องทำไอครีมแบบ Air pump ทำให้ไอครีม เนียนนุ่ม แห้ง พู ไม่เป็น เกริดน้ำแข็ง

คู่แข่งทางตรง

- ร้านไอครีมซอฟต์เสิร์ฟประตู 4 จำหน่ายไอครีมซอฟต์เสิร์ฟ ไส้แบบโコンธรรมชาติ โคนวฟเฟิลและถ้วยพลาสติก รสวีลา ซีอกโกแลต และถูกโภบวีลา-ซีอกโกแลต มีท็อปปิ้งให้เลือก 2-3 อย่าง ราคา 19-39 บาท

คู่แข่งทางอ้อม

- ร้านสะดวกซื้อ
 - มีไอครีมพาลิตเต้ที่มีลักษณะเป็นไอครีมซอฟต์เสิร์ฟแซ่บเข้มกำให้เนื้อไอครีมนิ่ว แน่นและแข็ง ราคา 25 บาท
- ร้านก๋วยเตี๋ยวที่มีไอครีมขาย
 - ไอครีมที่จำหน่ายจะเป็นไอครีมแบบแท่งที่เป็นของแบรนด์วอลล์ส เนสเล่ก์และ แมกโนเลีย ราคาประมาณ 12 - 50 บาท



6. กระบวนการหลักในดำเนินธุรกิจ



ก่อนเปิดร้าน

- ✿ สัมภาษณ์เพื่อหาพนักงานการบริโภคไอศกรีม
- ✿ กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- ✿ วิเคราะห์ทำเวลา เปิดปิดร้าน รสชาติและก็อปปิ้ง
- ✿ ออกราคา เมนูร้านจะมี
- ✿ โปรโมตร้าน

ระหว่างเปิดร้าน

- ✿ ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้า
- ✿ กำไออกรีมและจำหน่าย

หลังปิดร้าน

- ✿ นับสต็อกวัตถุคงเหลือ
- ✿ สรุปยอดขาย
- ✿ วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า
- ✿ วางแผนการตลาดจากผลการวิเคราะห์
- ✿ พัฒนาเมนูตามพฤติกรรมของลูกค้าจริง

7. ทรัพยากรหลัก

ด้านบุคคล

พนักงานขายไอศครีม

- ทำหน้าที่จัดการสิ่งต่างๆภายในร้าน ได้แก่ เตรียมเปิดร้าน ทำไอศครีม ขายไอศครีม คิดเงิน ปิดร้าน สุรภยอด ทำความสะอาด

ด้านสถานที่

ร้าน

- เช่าร้านที่อยู่ในย่านร้านอาหาร บริเวณประตู 4 เนื่องจากกลุ่มลูกค้า ชอบทานไอศครีมหลังเมื้ออาหาร

ด้านการเงิน

เงินทุน

- เงินทุนในการเปิดร้านที่จะใช้ในการซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่างๆภายในร้านและค่าจ้างพนักงาน

ด้านอุปกรณ์

เครื่องกำ้อดครีม

- เครื่องกำ้อดครีม แบบ Air Pump มีแรงอัดอากาศที่คงที่ ทำให้ได้เนื้อไอศครีมที่แห้ง พู เนียน ไม่เป็นเกล็ดน้ำแข็ง

วัตถุดิบกำ้อดครีม

- ผงไอศครีมสูตรพิเศษ ที่เพิ่มสารคงตัว ทำให้ไอศครีมเหนียว นุ่ม เนียน ละลายช้าลง

บรรจุภัณฑ์ไอศครีม

- แบบถ้วยกระดาษ พร้อมช้อนตักพลาสติก และแบบโコンว่าฟเฟล

ก้อปปี้

- เป็นก้อปปี้สำหรับไอศครีม ได้แก่ คิกแอก ช็อกโกแลตชิพ โอลิโว่ คอร์นเฟลค เยลลี่ เม็ดสีเรนโบว์และซอสช็อกโกแลต

อุปกรณ์ทำความสะอาด

- อุปกรณ์ใช้ในการทำความสะอาดร้านและอุปกรณ์อื่นๆ

อุปกรณ์ครัว

- อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำไอศครีม เช่น ชามผสม ถ้วยตวง ใบพายผสม กากบาทจัดเก็บ

เฟอร์นิเจอร์

- อ่างล้างจาน เคานเตอร์บาร์

เครื่องคิดเงิน

- ใช้ในการคิดเงินและเก็บข้อมูลออเดอร์



8. พันธมิตร

★ บริษัทขายเครื่องทำไอศกรีม

★ ร้านวัตถุดิบทำไอศกรีม และบรรจุภัณฑ์

★ ร้านขายก้อปปิงไอศกรีม

บริษัทขายเครื่องทำไอศกรีมที่มีเทคโนโลยีที่เพิ่มคุณภาพของไอศกรีม

ผงทำไอศกรีม

ผงไอศกรีมรสชาตินม วนิลา ช็อกโกแลต และชาเขียว
สารให้ความคงตัว

สารให้ความคงตัวที่เรียกว่า SER ที่จะทำเนื้อไอศกรีมมีความเหนียว พุ่ม ลดการเป็นเกล็ดน้ำแข็ง ละลายช้า

บรรจุภัณฑ์

ถ้วยกระดาษและโコンว่าฟเฟิล

ก้อปปิงจากห้างขายส่ง

>>>

9. ช่องทางในการสร้างความตระหนักให้กับลูกค้า / ช่องทางการซื้อขายสินค้าหรือบริการ หรือช่องทางการติดต่อลูกค้า



Page Facebook

สร้างช่องทางในการโฆษณาสินค้าและบริการ สามารถอัพเดทข่าวสารกิจกรรม โปรโมชันและสิทธิพิเศษต่างๆของทางร้านผ่านทางPage Facebook อีกด้วย ยังเป็นช่องทางการติดต่อสามารถพูดคุยกับลูกค้าได้ตลอดเวลา



Line OA

เป็นช่องทางสำหรับธุรกิจและร้านค้าไม่ว่าจะเป็นออนไลน์หรือออฟไลน์ในการสื่อสารกับลูกค้า โฆษณาโปรโมกสินค้า และโปรโมชันต่าง ๆ แคมปaign หลากหลายรูปแบบ เช่น การสะสมแต้มจากการซื้อสินค้า



Tik-Tok

เป็นช่องทางที่สามารถ โปรโมกโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ ด้วยการทำคอนเทนต์วิดีโอเพื่อให้เป็นที่รู้จักและจดจำ เช่น การทำคอนเทนต์แนะนำเมนู ไอศกรีม การทำคอนเทนต์ขั้นตอนการทำไอศกรีม ตกแต่งไอศกรีม ให้สวยงาม

>>>

9. ช่องทางในการสร้างความตระหนักให้กับลูกค้า / ช่องทางการซื้อขายสินค้าหรือบริการ หรือช่องทางการติดต่อลูกค้า



หน้าร้าน

เป็นช่องทางการซื้อขายสินค้าโดยตรง และสามารถติดต่อสื่อสารลูกค้าผ่านทางช่องทางนี้ได้โดยตรง



การบอกรู้

เป็นช่องทางที่ถือว่ามีประสิทธิภาพและมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับการทำตลาดติดต่อสื่อสารอื่นๆ และสร้างความเชื่อถือได้ดี เพราะเป็นการบอกรู้และยืนยันโดยคนรู้จักของลูกค้าเอง

>>>

10. กลยุทธ์ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

สะสมแต้มแลกไอศกรีม

เมื่อทานไอศกรีม 1 ครั้ง รับ 1 แต้ม เมื่อสะสมครบ 10 แต้ม รับไอศกรีมฟรี 1 ถ้วย มูลค่า 20 บาท



เปอร์เซ็นต์ของกำไรที่ลดลง

$$\begin{aligned}
 &= (\text{กำไรที่ลดลงจากการแคน} / \text{กำไรจากการขายไอศกรีม 10 ถ้วย}) * 100 \\
 &= (7.83 / 121.7) * 100 \\
 &= 6.42\%
 \end{aligned}$$

- กำไรจากการขายไอศกรีมราคา 45 บาท
 - ต้นทุน ไอศกรีมแบบถ้วย 7.83 บาท
 - ต้นทุนท็อปปิ้งคิคแพ็ค 8.71 บาท
 - ต้นทุนช็อกโกแลต 2.37
- ต้นทุนไอศกรีม+ท็อปปิ้งรวม 18.91 บาท
- กำไร = กำไร - ต้นทุน
กำไร = 45 - 18.91 = 26.09 บาท
- ตั้งนั้น กำไรจากการขายไอศกรีมในราคา 45 บาท คือ 26.09 บาท
- คิดเป็นเปอร์เซ็นต์กำไร = $(\text{กำไร} / \text{ราคาขาย}) * 100$
 $= (26.09 / 45) * 100 = 57.98\%$

หากต้องการขายไอศกรีมในราคา 40 บาท
กำไรจากการขายไอศกรีม 45 บาท = 26.09 บาท
กำไรเดิม - ลดราคาลง = กำไรใหม่ ($26.09 - 5 = 21.09$ บาท)
ตั้งนั้น กำไรจากการขายไอศกรีมราคา 40 บาท คือ 21.09 บาท

คิดเป็นเปอร์เซ็นต์กำไร = $(\text{กำไร} / \text{ราคาขาย}) * 100$
 $= (21.09 / 40) * 100 = 52.725\%$

เปอร์เซ็นต์กำไรที่ลดลงจากการลดราคา 45 เป็น 40 บาท
 $= 57.98\% - 52.725\% = 5.255\%$

11. ວິທີການຫາຮາຍໄດ້ແລະໂຄຮງສ່ວນຕົ້ນຖຸ

ວິທີການຫາຮາຍໄດ້

1 ຮາຍໄດ້ຈາກການຂາຍໄວຄກຣີມຮສຫາຕີ ປາເຊີຍວ ນມ
ວັນລາ ຫຼອກໂກແລຕ ຖູໂທນນມຫາເຊີຍວ ແລະ ຖູໂທນວັນລາ
ຫຼອກໂກແລຕ

2 ຮາຍໄດ້ຈາກການຂາຍກີ່ອປັ້ງ ເຊັ່ນ ຄົກແຄກ ໂອຣີອ້
ຄອນເພລຄ ເມືດສີເຣນໂບວ ຂອສຫຼອກໂກແລຕ ໍຍລສ່ ແລະ
ຫຼອກໂກແລຕໜີພ

3 ເປີດຮ້ານໄວຄກຣີມຢ່ານຮ້ານອາຫາຣບຣີເວນ
ນກສ. ປະຕູ4 ເວລາ 12.00-20.00ນ.



ໂຄຮງສ່ວນຕົ້ນຖຸ

- ຕົ້ນຖຸນົກທີ
 - ດ່າເຫຼົ່າຮ້ານ
 - ດ່າຈຳງພນັກງານ
 - ດ່າເຄື່ອງກຳໄວຄກຣີມ
- ຕົ້ນຖຸຜັນແປຣ
 - ດ່າສາຫາຣຸນູປໂກຄ
 - ດ່າວັດຖຸດີບໄວຄກຣີມ
 - ດ່າບໍາຮຸງຮັກໜາເຄື່ອງກຳໄວຄກຣີມ
 - ດ່າດຸແລຮ້ານ
 - ດ່າແພັດເກຈໄວຄກຣີມ ແບບໂຄນແລະຄ້ວຍ

>>>

11. วิธีการหารายได้และโครงสร้างต้นทุน

ต้นทุนวัตถุคุณภาพเฉลี่ย (โคน)

ข้อมูล	ปริมาณ	ราคา
พงไอกรีมเยี่ห้อ Sweet creation(เกรด Standard)	1.5 กิโลกรัม	280 บาท
สารให้ความคงตัว SER	9 กรัม	9.9 บาท
น้ำดื่มเยี่ห้อคริสตัล	3.5 ลิตร	17.5 บาท
โคนวาฟเฟิลขนาดกลาง		4 บาท
กวยกระดาษส่วนโคนไอกรีม		0.89 บาท
น้ำหนักเฉลี่ยของไอกรีม/ โคนวาฟเฟิลขนาดกลาง		100 กรัม
ผลิตไอกรีมได้		50 โคน (วาฟเฟิลขนาด กลาง)
น้ำหนักไอกรีมรวม	5,006 กรัม	

ต้นทุนเฉลี่ย 11.03 บาท/ต่อโคนวาฟเฟิลขนาดกลาง

ต้นทุนวัตถุคุณภาพเฉลี่ย (ถ้วย)

ข้อมูล	ปริมาณ	ราคา
พงไอกรีมเยี่ห้อ Sweet creation(เกรด Standard)	1.5 กิโลกรัม	280 บาท
สารให้ความคงตัว SER	9 กรัม	9.9 บาท
น้ำดื่มเยี่ห้อคริสตัล	3.5 ลิตร	17.5 บาท
ถ้วยกระดาษขนาด 5 Oz		1.50 บาท
ช้อนพลาสติก		0.18 บาท
น้ำหนักเฉลี่ย/ถ้วย		100 กรัม
ผลิตไอกรีมได้		50 ถ้วย
น้ำหนักไอกรีมรวม	5,006 กรัม	

ต้นทุนเฉลี่ย 7.83 บาท/ต่อถ้วย

COST

>>>

11. วิธีการหารายได้และโครงสร้างต้นทุน

ต้นทุนก็อปปี้

ข้อมูล	ปริมาณ	ต้นทุน (บาท)	ราคาขาย (บาท)	กำไร (บาท)
คิกแคน	1ช้อน	8.71	15	6.29
ซ็อกโกแลตชิพ	15 กรัม	3.52	10	6.48
โอรีโอ้	2ช้อน	3.16	10	6.84
คอร์นเฟรค	15กรัม	3.27	10	6.73
เยลลี่	15กรัม	2.63	10	7.37
เม็ดสีเรนโบว์	15กรัม	1.50	5	3.5
ซอสซ็อกโกแลต	15กรัม	2.37	5	2.63

>>>

11. วิธีการหารายได้และโครงสร้างต้นทุน

ต้นทุนครั้งแรกในการเปิดร้าน

- ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการเปิดร้าน 15,000 บาท
- ค่าเครื่องทำไอศกรีม Air pump 2 เครื่อง 112,000 บาท

ต้นทุนค่าใช้จ่ายรายเดือน

- ค่าเช่าร้านบริเวณประตู 4 8,000 บาท/เดือน
- ค่าสาธารณูปโภค 4,000 บาท/เดือน
- ค่าจ้างพนักงาน 2 คน 18,000 บาท/เดือน
- ค่าดูแลร้าน 500 บาท/เดือน

ต้นทุนวัตถุดิบ

ไอศกรีมแบบโคนและถ้วยเฉลี่ย 9.43 บาท
ถ้อปปีงเฉลี่ย 3.59 บาทต่อโคน/ถ้วย

ต้นทุนค่าจ้างพนักงาน

พนักงานขาย เดือนละ 9,000 บาท 2 คน = 18,000 บาท
จำนวนไอศกรีมที่ขายต่อเดือนประมาณ 15,672 โคน/ถ้วย
 $18,000 / 15,672 = 1.15$ บาท ต่อโคน/ถ้วย

ต้นทุนค่าใช้จ่าย

ค่าเช่า 8,000 บาท/เดือน
ค่าสาธารณูปโภค 4,000 บาท/เดือน
ค่าดูแลร้าน 500 บาท/เดือน
 $12500 / 15,672 = 0.79$ บาท

ต้นทุนรวมไอศกรีมและถ้อปปีงต่อ 1 ถ้วย/โคน

$$9.43 + 3.59 + 1.15 + 0.79 = \mathbf{14.96} \text{ บาท}$$

>>>

12. รูปแบบการหารายได้จากข้อมูลในอนาคต

เพิ่มรายได้

นำข้อมูลพฤติกรรมการซื้อไอศกรีมของลูกค้ามาทำเซตเมนูแนะนำ เพื่อกำโปรดโนซันดึงดูดลูกค้า ให้ลูกค้าซื้อไอศกรีมคู่กับท็อปปิ้ง และช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกเมนูได้ง่ายยิ่งขึ้น

เพิ่มรายได้

นำรสชาติพิเศษที่ร้านไม่เคยขายมาขายในช่วงเวลาหนึ่งและสับเปลี่ยนไปเรื่อยๆ และเก็บข้อมูลว่าลูกค้าให้ความสนใจต่อรสชาตินั้นมากน้อยขนาดไหนเพื่อหาโอกาสในการนำรสชาติใหม่ๆเข้ามาขายในร้าน

ลดต้นทุน

ใช้ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใส่ท็อปปิ้งของลูกค้ามาวิเคราะห์หาว่า

1. ท็อปปิ้งใดที่เป็นที่นิยมร้านและควรจะมีต่อไป
2. ท็อปปิ้งใดที่ไม่เป็นที่นิยม กำให้ไม่คุ้มค่าต่อการมีต่อ ทำการลดต้นทุนโดยการละท็อปปิ้งที่ไม่คุ้มค่าออก



Business Model canvas



key Partners

- เจ้าของตึก
- บริษัทขายเครื่องทำไอศกรีม
- ร้านวัตถุกุ๊บทำไอศกรีม ได้แก่ ผงไอศกรีม สารให้ความคงตัวและอิมัลชัน ไฟเออร์สำหรับไอศกรีม และบรรจุภัณฑ์ ร้านขายก็อปปิงไอศกรีม

Key Resources

ทรัพยากรบุคคล	ทรัพยากรทางการเงิน
พนักงาน	เงินทุน
เครื่องทำไอศกรีม	
วัตถุกุ๊บทำไอศกรีม	
แพ็คเกจไอศกรีม	
ก็อปปิ้ง	
อุปกรณ์ทำความสะอาด	
ถังเย็น	
อุปกรณ์ครัว	
เครื่องคิดเงิน	

Key Activities

ก่อต้นเปิดร้าน

- สั่งภาษณ์เพื่อหาพฤติกรรม การบริโภคไอศกรีม
- กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- วิเคราะห์หาทำเล เวลา เปิดปิด ร้าน รสชาติ และ ก็อปปิ้ง
- ออกแบบ เม뉴 ร้านจะมี
- ໂປຣໂນ ร้าน

ระหว่างเปิดร้าน

- ตรวจสอบคุณภาพสินค้า
 - ทำไอศกรีม และ จำหน่าย
- หลังปิดร้าน**
- บันทึกวัตถุกุ๊บ
 - สรุปยอดขาย
 - วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า
 - วางแผนการตลาดจากผลการ วิเคราะห์
 - พัฒนาเม뉴ตามพฤติกรรม ของลูกค้าจริง

Value Propositions

- ไอศกรีมที่มีคุณภาพ เนื้อเย็น บุบ พู แห้ง
- มีรสชาติดังความต้องการของ ลูกค้า
- มีเมนูเซกเมนต์ ไอศกรีมแบบน้ำ
- มีไอศกรีมแบบถุงไทย
- มีก็อปปิ้งตรงตามความ ต้องการของลูกค้า
- มีบรรจุภัณฑ์ ไอศกรีม กึ่งแบบ โคลน และ กัววย/ดีไซน์ กันสมัย
- มีส่วนผสมที่ทำให้ ไอศกรีม ละลายช้าลง และ เครื่องทำ ไอศกรีมแบบ Air pump ทำให้ ไอศกรีม เนียนบุบ พู ไม่ เป็นเกล็ดน้ำแข็ง

Customer Relationship

- สะสมแต้มแลกส่วนลด
- จัดโปรโมชั่นให้ลูกค้า

Customer Segments

- นักศึกษา ม.ก.ส. ที่ชอบกิน ไอศกรีม ซอฟต์ เสิร์ฟ
- นักศึกษา ม.ก.ส. ที่ชอบกิน ไอศกรีม ก่อน และ หลังอาหาร
- นักศึกษา ม.ก.ส. ที่ชอบกิน ของหวาน
- นักศึกษา ที่ชอบกิน ไอศกรีม ซอฟต์ เสิร์ฟ ที่ ใส่ ก็อปปิ้ง

Channels

- หน้าร้าน
- เพจ Facebook
- Tik-Tok
- Line OA
- การบอกรับ

Cost Structure

- ค่าสาธารณูปโภค
- ค่าวัตถุกุ๊บ ไอศกรีม
- ค่าเช่าร้าน
- ค่าจ้างพนักงาน
- ค่าเครื่องทำไอศกรีม
- ค่าบำรุงรักษาระบบที่ทำไอศกรีม

- ค่าถูกแลร้าน
- ค่าแพ็คเกจ ไอศกรีม แบบ โคลน และ กัววย

Revenue Streams

- รายได้ จำก ไอศกรีม
- รายได้ จำก ก็อปปิ้ง

Analytics canvas



stakeholders

- นักศึกษาทั้งส.ที่ชอบทานไอศกรีม ซอฟเวิร์ฟ
- ร้านคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม
- พนักงาน

Data

- พฤติกรรมการรับประทานไอศกรีม
- ปัญหาจากการรับประทานไอศกรีม ของกลุ่มเป้าหมาย
- ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

Techniques

- Descriptive หาสัดส่วนลักษณะ ของลูกค้า เพื่อกำหนด Persona ก่อนการเปิดร้าน
- Clustering เพื่อจัดกลุ่มลูกค้า ที่มาเข้าใช้บริการ
- Association นำข้อมูลการซื้อ ไอศกรีมมาจัดเซตที่ตอบโจทย์กับ ลูกค้า

Business Problems

- การทำเลในการเปิดร้านไอศกรีม
- เลือกรสชาติไอศกรีมจะตอบโจทย์ ลูกค้า
- เลือกท็อปปิ้งที่จะขาย

Unit of Analysis

- ระดับกลุ่มลูกค้า

Benefits

- เพื่อทำเลในการเปิดร้านไอศกรีม
- เพื่อหารายได้ให้กับร้าน 20,000บ./เดือน

Deployment

- เป็นแผนของการเปิดร้าน

Evaluation

- แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

Actions

- ขายไอศกรีมรสชาติ ชาเขียว นม วนิลา ช็อกโกแลต ถูโกนน้ำชาเขียว และถูโกนวนิลา ช็อกโกแลต
- มีท็อปปิ้ง เช่น คิกแครก โอรีโว่ คุณเพลค เม็ดสีเรนโบว์ ซอสช็อกโกแลต เยลลี่ และ ช็อกโกแลตชิพ
- เปิดร้านไอศกรีมย่างร้านอาหารตามสั่งบริเวณประตู 4 เวลา 12.00-20.00 น.

ข้อมูลสัมภาษณ์ลูกค้าเป้าหมาย



ข้อมูลสัมภาษณ์ลูกค้าเป้าหมาย คลิกที่นี่

<https://shorturl.asia/wYvQr>



I am
soft
serve

สมาชิก กลุ่มที่ 8

15 B6417291 นางสาวศศิกานต์ ภู่หมื่นໄวย

20 B6423087 นางสาวกักราพร พรหมเงิน

27 B6428273 นางสาวณัฐยา สุขลัด