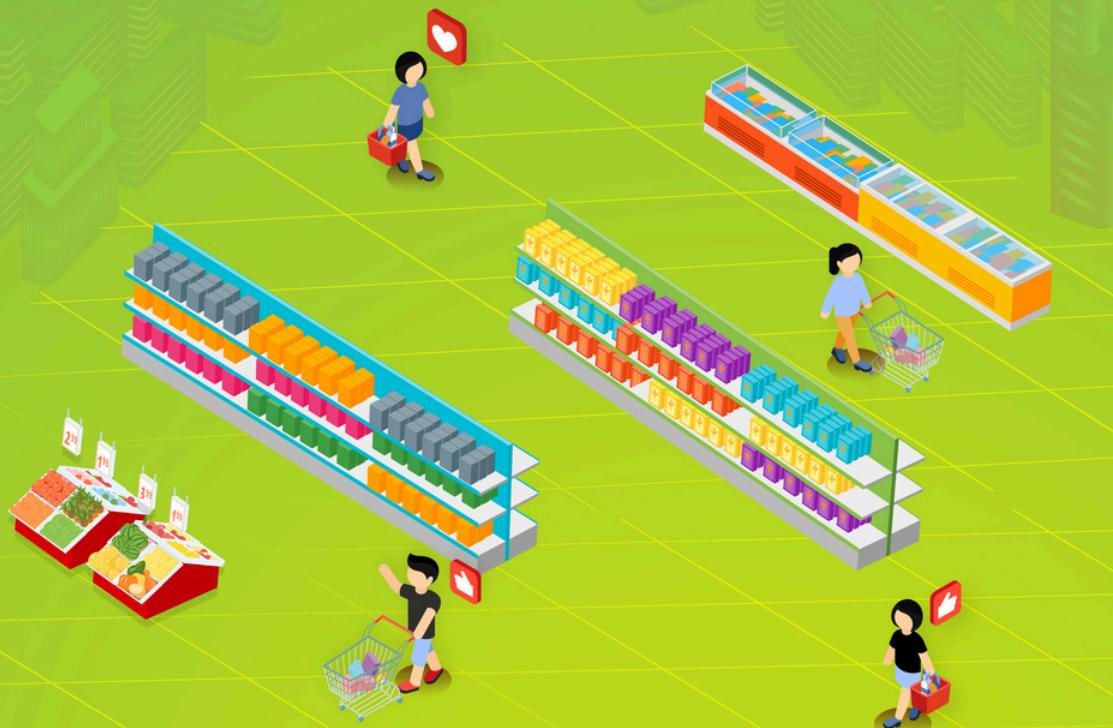




# THE NEW ERA

*"Hack Your Ideas, Challenge Your Potential, Enhance Your Skills"*



# CONTENT

---

ABOUT MY TEAM

PASSION / VISION

STRENGTH

QUICK ANALYSIS



# Minions SOS

**Believe you can and you're halfway there.**



# Minions SOS



มาจาก Minions + SOS

Minions แสดงถึงความสนุกสนาน, ความร่วมมือ, การทำงานและทำการกิจต่างๆ ไปด้วยกันอย่างมีความสุข

SOS หมายถึงความพร้อมที่จะเผยแพร่หน้ากับความท้าทาย และเมื่อมีปัญหาหรือต้องการความช่วยเหลือ ก็มีนักพร้อมที่จะเข้าช่วยกันเสมอ

ชื่อ "Minionsos" หรือ "มนเนี่ยบ sos" มีความหมายในการร่วมมือ กันอย่างสนุกสนานและเต็มไปด้วยพลัง ทำให้ทุกคนในทีมรู้สึก พร้อมที่จะเอาชนะความท้าทายที่ต้องเผชิญร่วมกัน





# PASSION

เพื่อหาความรู้และเก็บเกี่ยวประสบการณ์ที่เปลก  
ใหม่ นอกจากนี้ยังเป็นการเปิดมุมมองและสร้าง  
ความท้าทายให้กับทีม รวมถึงการที่ได้ร่วมคิด  
แก้ปัญหาต่างๆ ไปกับ Big C ซึ่งถือว่าเป็น  
โอกาสที่ดีมากในการพัฒนาตนเองและทีม

# VISION



“การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง  
สร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืน  
รับผิดชอบต่อสังคม”

# TEAM STRENGTH



มีความตั้งใจและไม่ย่อท้อ เมื่อونกับ quote ของกีบ กีว่า "Believe you can and you're halfway there." แนวว่าพวกราจะอยุยังน้อย แต่เราก็เชื่อมั่นและ ตั้งใจที่จะกำพลงานอย่างเต็มความสามารถ

ในกลุ่มของพวกรา มีการสื่อสารกีร์วดเร็วและตรงไปตรงมา จึงทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้สามารถภายใน กลุ่มของพวกรา ยังมีความรู้และความสามารถจากการศึกษาที่ หลากหลาย พร้อมสำหรับการเป็นแรงสนับสนุนให้ Big c mini ก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน



# QUICK ANALYSIS

## 5 AREAS

**ASSORTMENT**



**STORE AMBIENCE**



**MARKETING**



**PEOPLE**



**CUSTOMER JOURNEY**



# I. Assortment



การพัฒนา assortment สินค้าดีอีกเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความสนับໃຈและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1

เพิ่มสินค้าที่ตอบโจทย์ Lifestyle วัยรุ่นและวัยทำงาน ตอบตัน เน้นสินค้าสุขภาพ และสินค้าดูแลผิวพรรณ และความงามที่ปลอดภัยสำหรับวัยรุ่น เพิ่มแพนก อาหารพร้อมทานและขนมใหม่ ๆ ให้มากขึ้น

2

ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันสดใสและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมความสนับໃຈและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

3

เพิ่มสินค้า Eco-friendly โดยให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าที่มาจากวัสดุรีไซเคิล หรือสินค้าที่ลดการใช้พลาสติก จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ Big C mini ในการเป็นผู้นำด้านความยั่งยืน

## 2. Store Ambience

### การออกแบบตกแต่งร้าน ของ Big C mini



เพื่อสื่อถึงความสนิจของลูกค้า และสร้าง  
ความประทับใจในการใช้บริการ เช่น

- ินกลุ่มสาขาที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งพาณิชย์  
ควรเพิ่มเติมในส่วนพื้นที่นั่งสันเทนาและโต๊ะ  
กานอาหาร สำหรับกลุ่มวัยรุ่น
- จัดตกแต่งเป็นรึมตามสถานที่หรือชุมชนนั้นๆ  
ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกแปลกใหม่ ไม่ซ้ำกัน
- จัดแสงให้สอดคล้องกับแต่ละโซน  
เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีแก่ลูกค้า

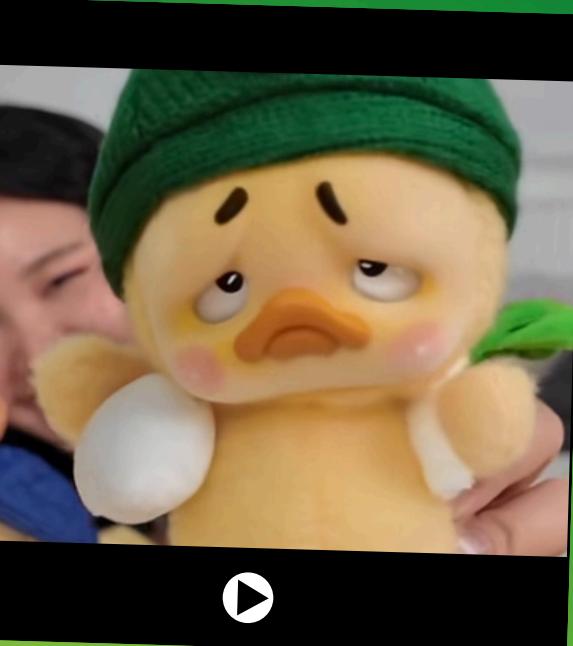
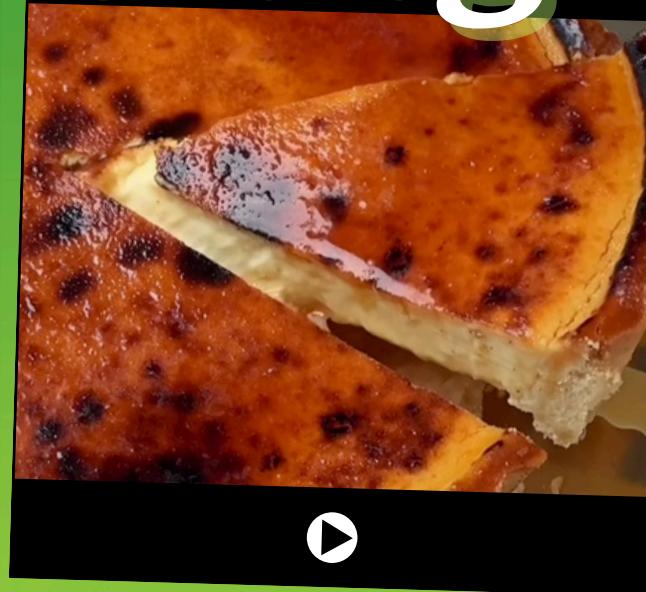
### การส่งเสริมการตลาด

- ินแต่ละชั้นวางควรเพิ่มป้ายบอกประเภท  
สินค้า เพื่อคง concept ร้านสะดวกซื้อ
- เพิ่มเสียงเพลงที่เป็นเอกลักษณ์ของ Big  
C เมื่อรวมกับที่ Donki หรือ ไอศครีม  
Mixue
- ฝึกฝนพนักงานให้มีอารมณ์การบริการ  
ไปในทิศทางเดียวกัน ด้วยสโลแกนคือ  
“ห้างคนไทย หัวใจคือลูกค้า”

# 3. Marketing

## Social media

- ใช้ Platform ใหม่ๆ เช่น tiktok และใช้อินฟลูเอนเซอร์ในการประชาสัมพันธ์
- สร้างเรื่องราวที่เป็นกระแสทำให้อินฟลูเอนเซอร์สามารถมาใช้ทำ content ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์นี้ขายเฉพาะที่ Big C mini หรือ ผลิตภัณฑ์ที่อ่อนโยนเป็นที่จับตามอง เช่น The best cheese tart ที่เป็นกระแสใน Tiktok



## Campaign

- เพิ่ม Campaign ต่างๆให้เหมาะสมกับกระแสในแต่ละช่วง เช่น การขายผลิตภัณฑ์สุ่มที่ Collab กับ Art toy หรือ เพิ่มการดำเนินการที่เป็นกระแสในช่วงนั้น
- เพิ่มการสะสมแต้ม ให้ส่วนลด หรือจัดโปรโมชั่น กับผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยม เพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการซื้อ

**THE NEW ERA**

"Hack Your Ideas, Challenge Your Potential, Enhance Your Skills"



# 4. People

## การพัฒนาในด้านก้าวเบาะของบุคลากร

- เพิ่มความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ซึ่งจะช่วยเพิ่มภาระลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์
- อบรมการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- มีการประเมินพนักงานจากลูกค้าที่ใช้บริการ
- จัดพื้นที่ให้ดึงดูดต่อการทำงานมากขึ้น
- เพิ่มสโลแกนที่ใช้พูดเมื่อลูกค้าเข้า-ออกจาก Big C mini

## สร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

เพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ควรมีการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงาน โดยให้ตัวแทนพนักงานในแต่ละพื้นที่เข้าประชุมร่วมกับผู้บริหาร เพื่อเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าโดยตรง

# 5. Customer Journey



## การรับรู้

สร้างการรับรู้ที่กว้างขวางมากขึ้น ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

- การใช้อินฟลูเอนเซอร์เข้ามารีวิว หรือถ่าย content ใน Big C mini
- สร้างเรื่องราวที่น่าดึงดูดทำให้ผู้คนสนใจ
- วางแผนโซนโซเชียลในบริเวณใกล้เคียงเพื่อดึงดูดลูกค้าในบริเวณนั้น



## การใช้ช้า

การอบรมพนักงานให้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า อาจมีการสะสมแต้ม และการสร้างคอมเพลย์แอดไลน์เพื่อรับสิทธิ์ ส่วนลด หรือของรางวัล สำหรับการกลับมาใช้ช้าของลูกค้า



## การซื้อสินค้า

มีช่องทางในการชำระเงินที่หลากหลาย และในกรณีของการซื้อสินค้าออนไลน์ หากสามารถเพิ่มความรวดเร็วในการจัดส่งได้ ก็จะเป็นสิ่งที่มัดใจลูกค้าได้ เช่น กัน

# 5. Customer Journey



## ประสบการณ์ภายในร้าน

- มีพนักงานที่ใส่ใจในการให้บริการลูกค้า
- มีการใช้สัญลักษณ์ในการบอกประเภทของสินค้าในบริเวณนั้นๆ ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวก
- ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้ใช้บริการการสั่งซื้อออนไลน์มากขึ้น
- มีเครื่องอ่าน barcode สำหรับตรวจสอบราคาของสินค้าบางชิ้นก่อนชำระเงิน



## การบอกรต่อ

การนำเสนอสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมมาดึงดูดความสนใจ เช่น ซื้อสินค้าถึงยอดก็กำหนดจะได้รับ Art toy ฟรี 1 ชิ้น หรือแลกซื้อได้ในราคายิ่ง เช่น อาจจะใช้ Art toy ที่บีบซีพลิตชิ้นเองในเดี๋ยวนี้ตาม เอกลักษณ์ของแบรนด์ เมื่อมีคนซื้อแล้วประกอบกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างรวดเร็ว

## - QUICK ANALYSIS CONCLUSION -

01

Assortment เพิ่มสินค้าเพื่อสุขภาพและไลฟ์สไตล์วัยรุ่น เพิ่มอาหารพร้อมทาน และสินค้าความงาม ใช้บรรจุภัณฑ์สีสันสดใสและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

02

Store Ambience เพิ่มพื้นที่นั่งสนทนากลุ่ม ตกแต่งตามรีมก้องถัง ปรับแสงไฟและใช้ป้ายบอกประเภทสินค้า เพิ่มเพลงประกอบเบลน์และบริการที่มีอารมณ์เดียวกัน

03

Marketing ใช้แพลตฟอร์มใหม่ เช่น TikTok และอินฟลูเอนเซอร์ สร้างกระแสผ่านเรื่องราว และแคมเปญโปรโมชั่นที่เหมาะสมกับกระแส

04

People พัฒนาทักษะพนักงานโดยเฉพาะด้านภาษาอังกฤษ และสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรด้วยการรับฟังความคิดเห็น

05

Customer Journey สร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านโซเชียลมีเดียและอินฟลูเอนเซอร์ จัดการซื้อสินค้า และบริการในร้านให้ง่ายและสะดวก

## - WHY my team will be chosen TO join ? -

กีเมเราเข้าใจกลุ่มเป้าหมายและมีประสบการณ์ตรงในการใช้งานร้านสะดวกซื้อ จึงสามารถเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างร้านสะดวกซื้อแต่ละแบรนด์ รวมทั้งมีความคิดต่อยอดเพื่อพัฒนาให้แต่ละร้านตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

สมาชิก 4 คนในกีเมของเรารอเรียนวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จึงมีความสามารถในการวิเคราะห์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เข้ากับ Big C mini และสมาชิกอีก 1 คนเรียนเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กำให้เล็งเห็นแนวโน้มการตลาดและการรวมของธุรกิจได้ดังนั้นสมาชิกในกีเมของเราทุกคนจึงจะสามารถดึงศักยภาพของตนเองออกมาได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากที่สุด

กีเมของพวกเรามีนั่นใจว่าหากได้เป็นหนึ่งในผู้เข้ารอบ เราจะมุ่งมั่นตั้งใจอย่างเต็มความสามารถ เพื่อยกระดับ Big C mini ให้เป็นร้านสะดวกซื้อที่ตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคมากที่สุด โดยไม่ลืมวิสัยทัศน์ของ Big C ที่กล่าวไว้ว่า " ห้างคนไทย หัวใจคือลูกค้า "





**THE NEW ERA**  
"Hack Your Ideas, Challenge Your Potential, Enhance Your Skills"

# THANK YOU

---