



Community ที่เข้าใจ เข้าถึงได้ เมื่อไม่สบายใจ



01

Problem



Problem

Taker

- การที่จะไปหาจิตแพทย์ครั้งแรกต้องใช้ความพยายามอย่างมากที่จะรวบรวม**ความกล้า** และกว่าที่จะ **รู้ตัว** ไม่ใช่เรื่องง่าย
- การไปพบผู้เชี่ยวชาญ/จิตแพทย์หรือแพลตฟอร์มให้คำปรึกษาอื่น ๆ มีค่าใช้จ่ายสูง
- สายด่วนสุขภาพจิตไม่เพียงพอต่อการรองรับ

Giver

- ต้องการหาโอกาสทางอาชีพและหารายได้เสริม
- ในระดับนักศึกษาต้องการเก็บเคส



02

Customer Target



Target Group

Giver

- Clinical psychologist / Licensed counselors
- นักจิตวิทยาบำบัด
- นักจิตวิทยาอาสา
- คนที่จบ field psychology แต่ไม่ได้ประกอบอาชีพ
- จิตแพทย์และนักจิตวิทยาใน platform

SAMARITANS
of Thailand
02 713-6793



- นิสิต/นักศึกษา
- ปรึกษาโท (ทำเคสภายใต้การดูแลของ advisor)
- ปรึกษาตรี > Friend talk

Taker / User

Demographic : อายุ 18-25 ปี

Primary : กลุ่มนิสิต/นักศึกษา และ First jobber

ผู้ที่รู้สึกตัวว่ามีความรู้สึกเครียด/ไม่สบายใจแล้วต้องการหา
คนพูดคุย ปรึกษา

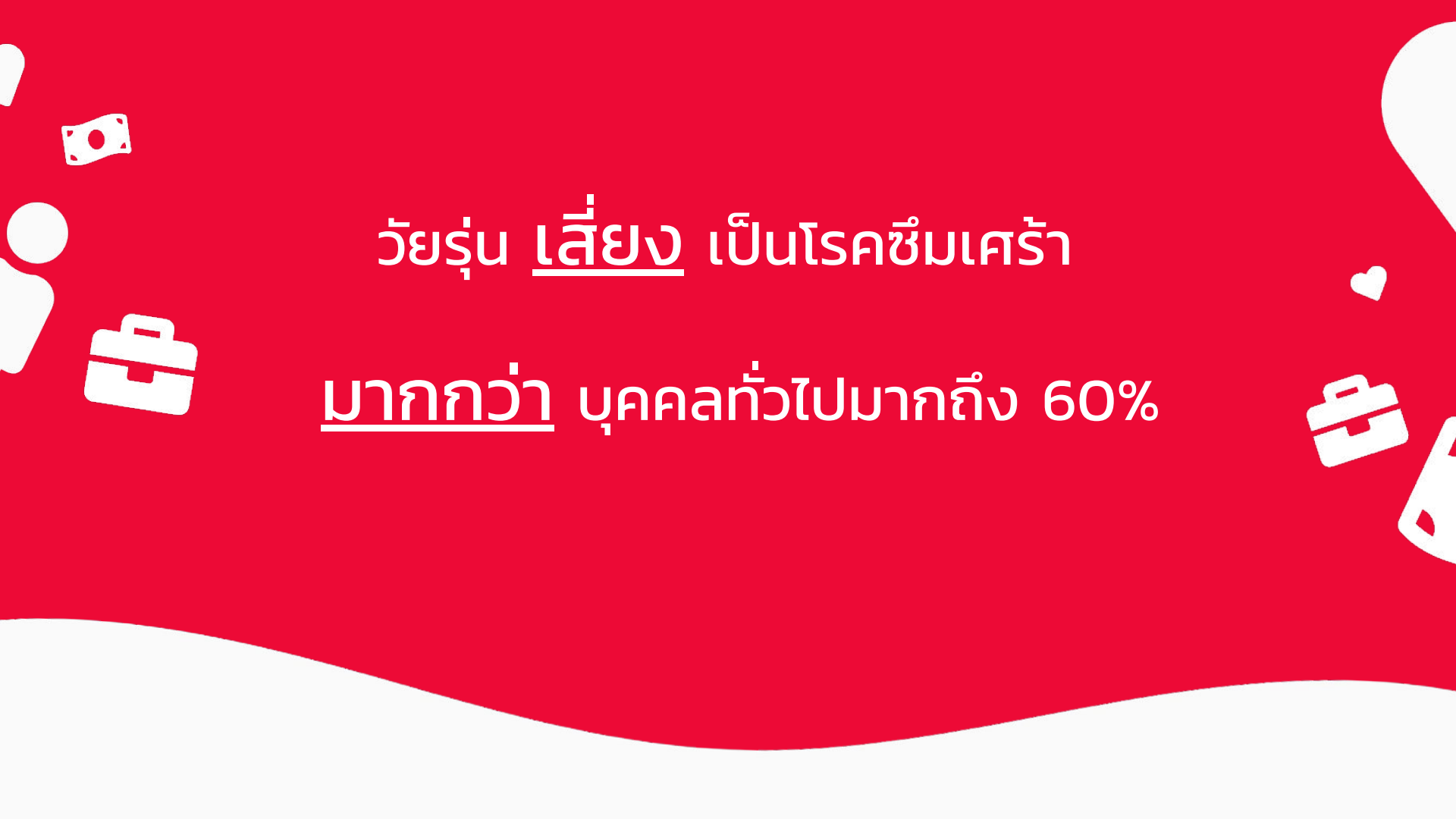


03

Opportunity



วัยรุ่น เสี่ยง เป็นโรคซึมเศร้า
มากกว่า บุคคลทั่วไปมากถึง 60%



Opportunity

900,000 คนเป็นโรคซึมเศร้า

1.6 ล้านคนที่มีภาวะเครียด/วิตกกังวล

- วัยรุ่นอายุ 18-25 ปี มีแนวโน้มเกิดภาวะซึมเศร้าจากการวิตกกังวลมากกว่าคนในวัยอื่น ๆ 60%
- (2558-2560) อุตสาหกรรม Corporate wellness ระดับโลกขยายตัว 12.8% (4.2 ล้านล้าน\$)
- สายด่วนกรมสุขภาพจิตไม่สามารถรองรับความต้องการได้ทั้งหมด
- หัวข้อที่วัยรุ่นปรึกษาจากสายด่วน ได้แก่ จิตเวช รองลงมาคือ ความเครียด/วิตกกังวล

● เกรียด
ข้อความค้นหา

● จัดแพทย์
ข้อความค้นหา

+ เพิ่มการเปรียบเทียบ

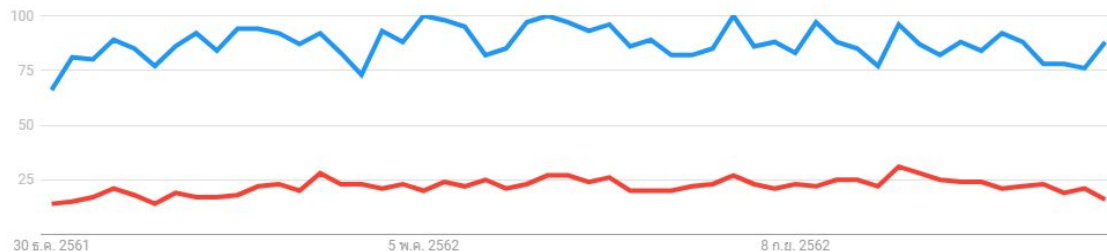
ไทย ▼

เมื่อ 12 เดือนที่ผ่านมา ▼











ทุกหมวดหมู่ ▼

ค้นเว็บ ▼

ระดับความสนใจตลอดเวลาที่ผ่านมา ?



ธุรกิจไทยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต อยู่อันดับเท่าไรของโลก?

บริษัท	 AOT	 CPALL	 3DMS Bangkok Dual Medical Services	 CPF	 MINOR INTERNATIONAL
หมวดธุรกิจ*	 สนามบิน	 ค้าปลีกอาหาร	 บริการทางการแพทย์	 อาหารสำเร็จรูป	 โรงแรม
มูลค่าหลักทรัพย์ ตามราคาตลาด (พันล้านบาท)	971.4	671.5	388.6	219.6	180.1
อันดับเมื่อเทียบกับบริษัท ในหมวดเดียวกันทั่วโลก**	1 (จาก 57 บริษัท)	6 (จาก 172 บริษัท)	4 (จาก 203 บริษัท)	50 (จาก 1,361 บริษัท)	12 (จาก 522 บริษัท)

* Global Industry Classification Standard (GICs)

** การจัดอันดับคำนวณมาจากมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด

แหล่งข้อมูล Bloomberg ณ 29 มีนาคม 2562

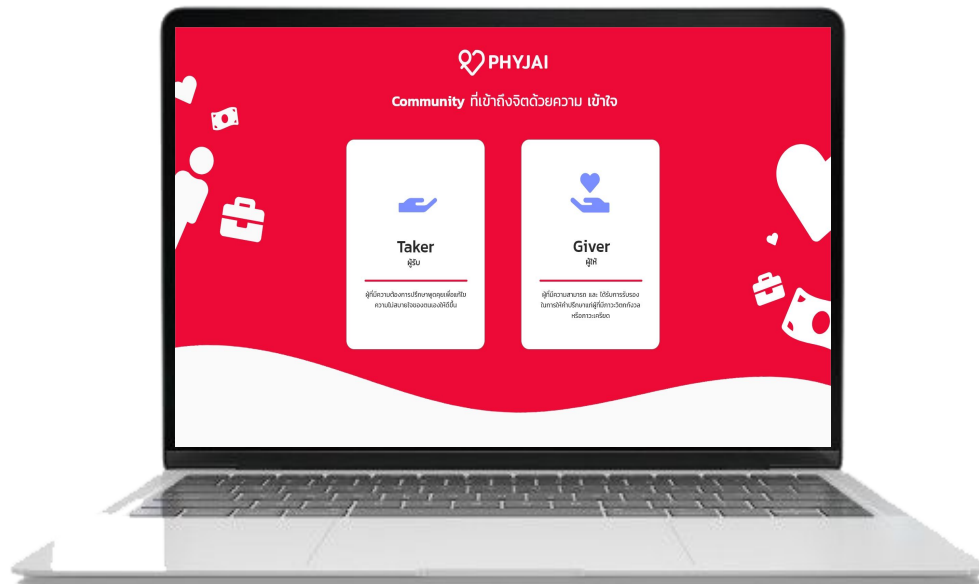


04

Solution



Solution > Demo MVP





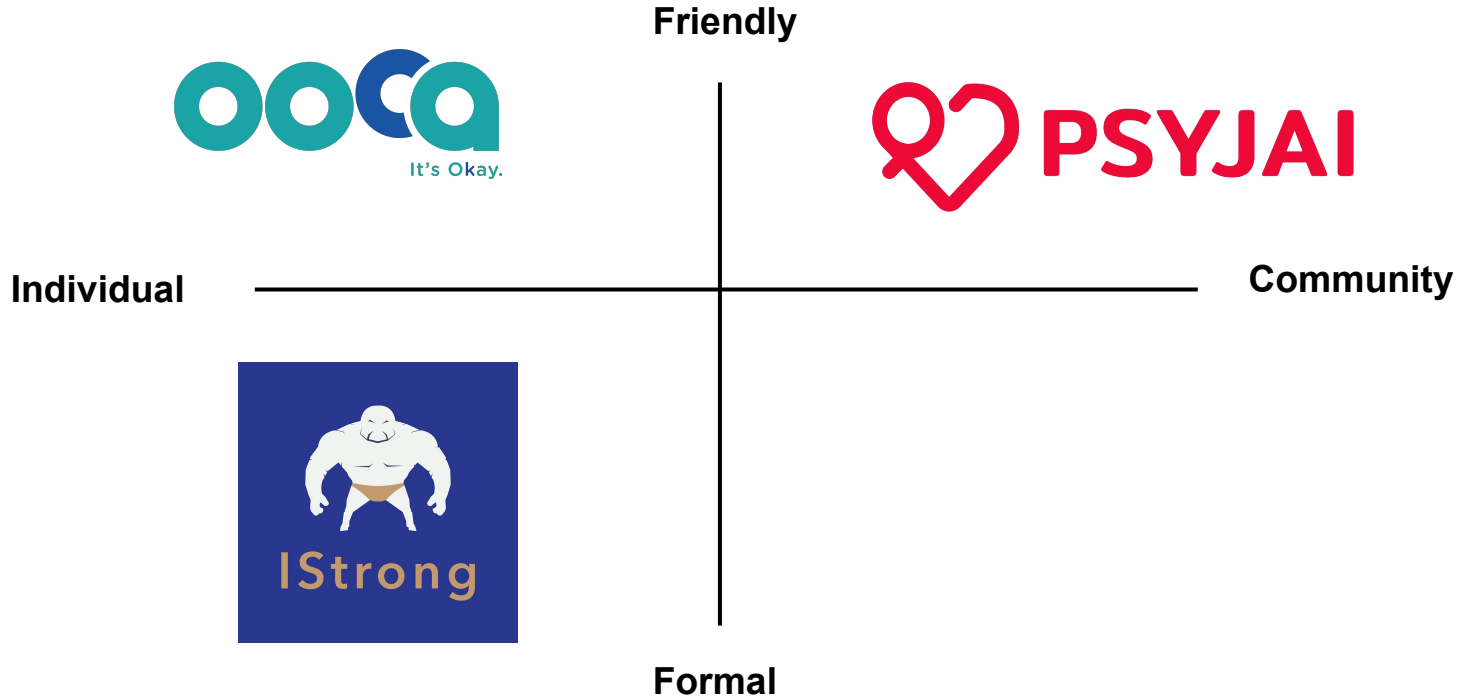
05

Competition

Unique Selling point

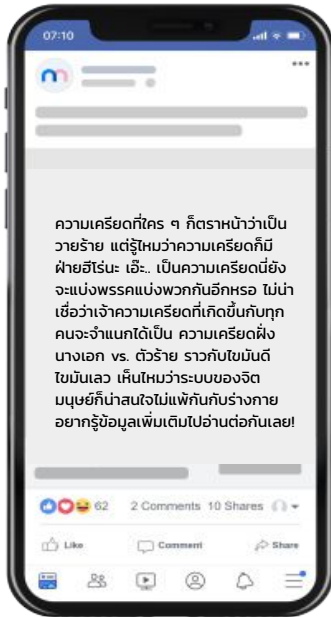


Competitor



Acquisition

- Own media : social network & Article content > SEO
- Earn media : Word of mouth



Activation

- Registration
- Questionnaire
- Matching or Free Voice call (Friend Talk)

Retention

- Result : เข้าถึงใน website ตลอดเวลา
- Video call
- Web blog ได้แก่ article และบอร์ดพูดคุยของ user เช่น แชร์ประสบการณ์/ส่งต่อเรื่องราว/การปรึกษา
- Gimmick เช่น mood tracker / diary / สิ่งของขวัญในโอกาสพิเศษ *CRM*

Referral

- ใช้แล้วประทับใจ > ส่งต่อ/พูดถึง
- ส่งต่อให้กับเพื่อนที่ไม่สบายใจ > เพิ่มลูกค้าใหม่

Revenue model

Phase 1

Service Fee

- ค่าบริการจากนักจิตวิทยาอาชีพ
- friend talk ฟรี 2 ครั้งแรก

Partnership

- Mental health service hospital
- มหาวิทยาลัยที่เปิดคอร์ส Psychology
- สถานศึกษาและประกอบการ > B2B

Freemium

- Basic results
- Analyzed Result

Advertising

พื้นที่โฆษณา เช่น โรงพยาบาลที่บริการด้าน Mental health และสถาบันศึกษาที่มีคอร์สอบรม

Phase 2

Referral program/affiliation

- การแนะนำต่อเมื่อเห็นเพื่อนไม่สบายใจ ส่งต่อ credit ในการปรึกษา

Donation

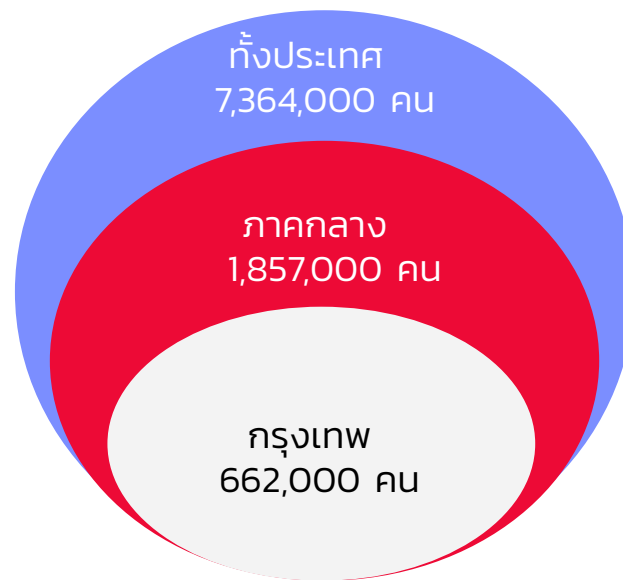
หากรับบริการฟรีแล้วพึงพอใจสามารถตอบแทนกลับแล้วหักจำนวนเงินเข้าส่วนกลาง

Return on investment Estimated Revenue

Service Fee	1,500 บาท
Freemium	245 บาท
Partner	2,000 บาท
Ads	1,500 บาท

รวม 5,245 บาท / 100 คน / เดือน

จำนวนประชากรกลุ่มเป้าหมายชาวไทยอายุ 18-25 ปี



Goals Phase1: 10 % ของกรุงเทพ



Thank you



Brief Design



Scream

Color —

#ED0A36

ความรัก / อันตราย (แจ้งเตือน)

35%

#FAFAFA

ความบริสุทธิ์ / สบายใจ /ปลอดภัย

40%

#2A2A2A

ความเศร้า
กดดัน
นำค้นหา

20%

#7B8EFF

สุขุม
กังวล

5%



Typography

កម្រងទិន្នន័យសង្គមស្រាវជ្រាវក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវ

၂1234567890ဝ၈၉တငဃုယဇာ

44040m. B