

A close-up photograph of a young man with short dark hair, wearing a light-colored button-down shirt. He is looking down at a smartphone held in his hands. The background is blurred with bokeh lights, suggesting an indoor event or party setting.

គុរីកើតមិនមែនបាន
ដោយមិនមែនបានមែន?

Persona

คนที่อยากร้าวที่เข้าใจเรา



นางสาว -Mayard

Account Executive (AE)
อายุ 25 (Gen Z)

ห้ามหารค่าเหล้า

Situation Analysis

Marketing Plan

Financial Analysis & Evaluation

Conclusion

Interest

- บรรยายกาศ Chill
- รู้จักคนใหม่ ๆ โดยไม่ต้องจริงจัง
- โปรโมชั่นและส่วนลด

Behavior

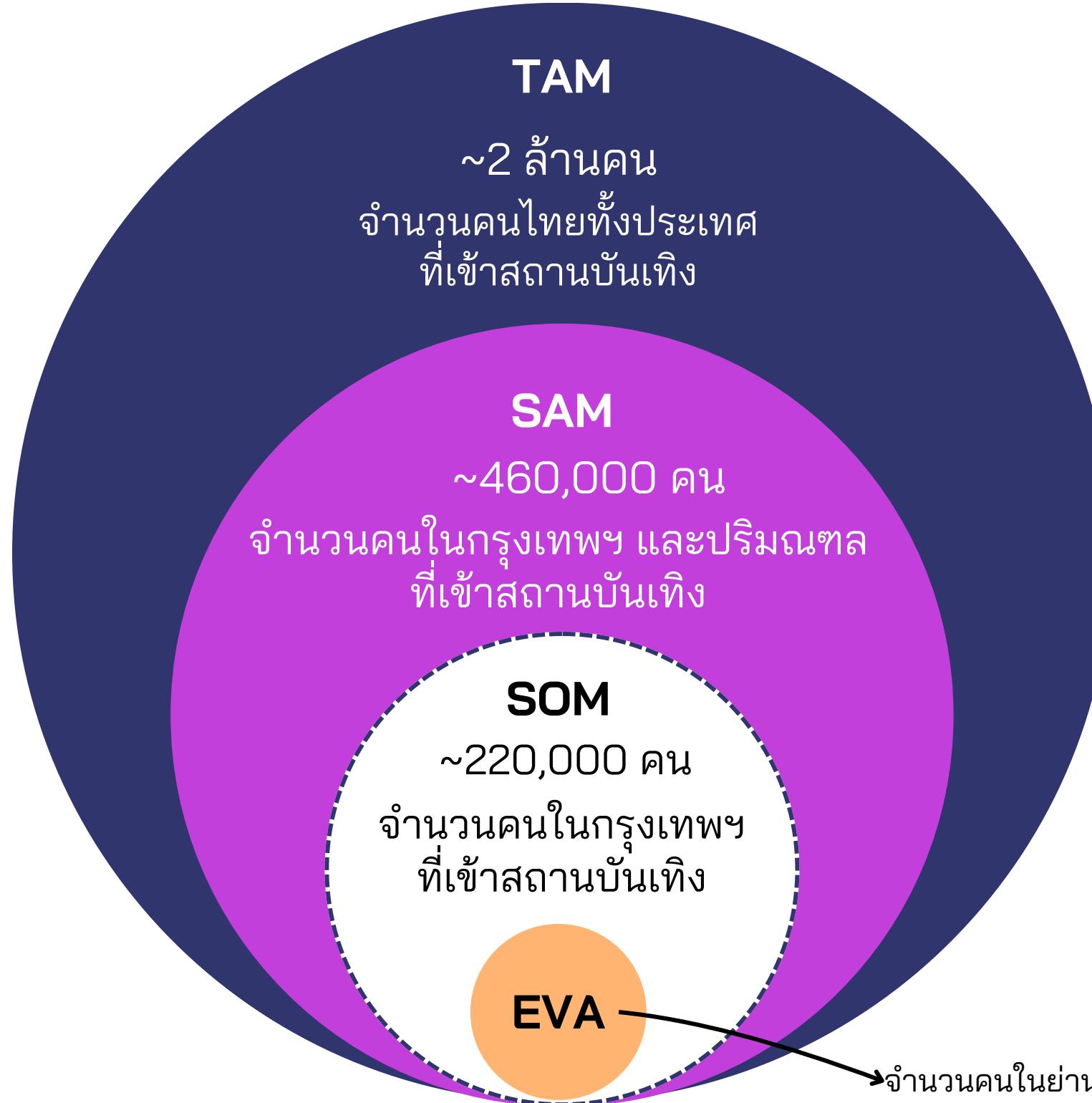
- ชอบออกเที่ยวกลางคืน แต่ไม่ทุกสัปดาห์
- เลือกร้านตามรีวิว, บรรยายกาศ, ความสะอาด
- เดย์ลงใน dating app แต่ไม่แมทซ์กับไลฟ์สไตล์
- ไม่กล้าเริ่มบทสนทนาเองในสถานที่แปลกหน้า

Needs

- ปลอดภัย
- ถูกใจ
- ประสบการณ์เที่ยวกลางคืน

Starting Area

ควรเริ่มธุรกิจที่ไหนในประเทศไทย?



Assumption = เงินที่คิดยอมจ่ายต่อครั้ง
ราคากำลัง 500 บาท/เดือน

$$\text{TAM} = 2 \text{ ล้านคน} \times 500 \text{ บาท}$$

$$\text{TAM} = 1,000 \text{ ล้านบาท}$$

$$\text{SAM} = 460,000 \text{ คน} \times 500 \text{ บาท}$$

$$\text{SAM} = 230 \text{ ล้านบาท}$$

$$\text{SOM} = 220,000 \text{ คน} \times 500 \text{ บาท}$$

$$\text{SOM} = 110 \text{ ล้านบาท}$$

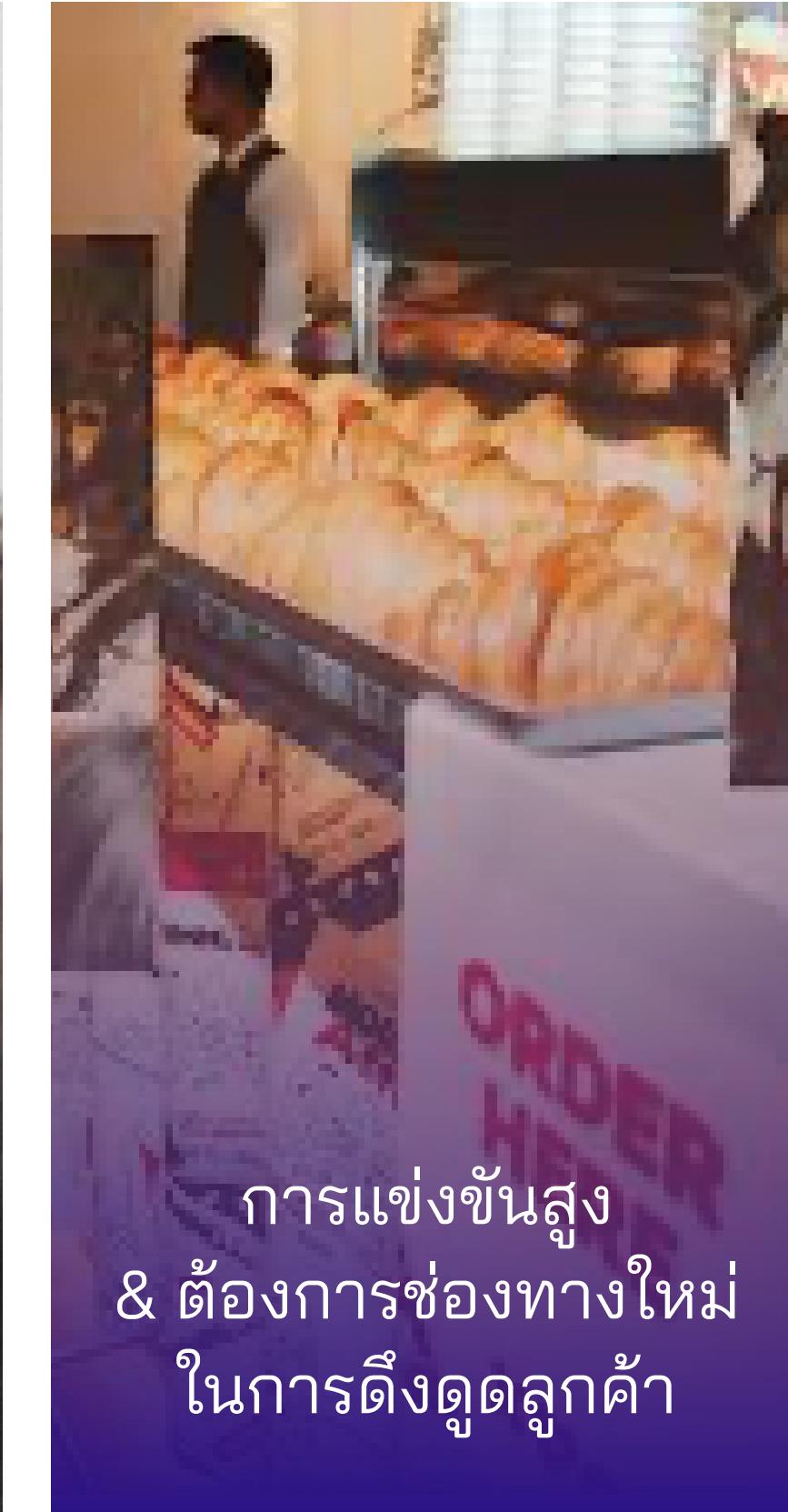
$$\text{EVA} = 30,000 \text{ คน} \times 500 \text{ บาท}$$

$$\text{EVA} = 15 \text{ ล้านบาท}$$

https://nidapoll.nida.ac.th/survey_detail?survey_id=661&utm_source=chatgpt.com

Starting Area

ทำไมเริ่มที่ ทองหล่อ?



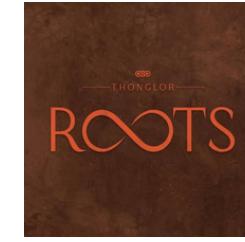
Situation Analysis

Marketing Plan

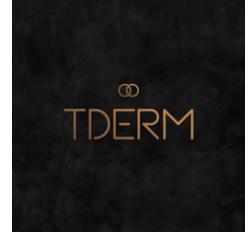
Financial Analysis & Evaluation

Conclusion

Target Group



Media Partner



Pain Point

คนไม่ได้อยากไปดื่มแอลกอฮอล์ “สนุก” แต่เพราะเขายาอยากรู้คนที่เข้าใจเขา “ในจังหวะชีวิตนั้น”

คนที่
อยากรู้คนที่
เข้าใจเรา

Pain point

- อยากรู้ที่นั่ง
- อยากรู้คนระบาย
- อยากรู้เพื่อเพื่อนสนิทนัดยก
- อยากรู้คุย แต่ไม่รู้จะชวนใคร
- อยากรู้สังคมบ้านยก



ร้านเหล้า

Pain point

- ความเสี่ยงที่คนมาบ่นยาว
- จ้าง “หน้าม้า” ไปสร้าง crowd / engage
- ต้องว่างช่วงเด็ก หรือช่วงเวลา ก่อน peak
- ไม่รู้ว่าลูกค้าที่จะมากินคืนนี้ เป็นใคร



Business Strategies

Connect 2 Sides with CoJon

Situation Analysis

Marketing Plan

Financial Analysis & Evaluation

Conclusion

คนที่
อยากหาคนที่
เข้าใจเรา

Value

- เจอคนที่เพลงที่ชอบ vibe เมื่อนอกัน
- รู้ว่ามีใครอยู่ร้านไหน แบบ real-time และสามารถ “แมตซ์” ได้เลย
- ไม่ต้องกลัว awkward, เพราะระบบแนะนำคู่ที่มีความสนใจตรงกัน



ร้านเหล้า

Value

- คนมาเป็นกลุ่ม
- กลุ่มที่พร้อมใช้จ่าย
- คุม vibe ได้
- ไม่ต้องจ้างหน้าม้า แต่ได้ลูกค้าจริง
- เพิ่ม traffic
- เข้าถึง data

Business Strategies

Connect 2 Sides with CoJon

Situation Analysis

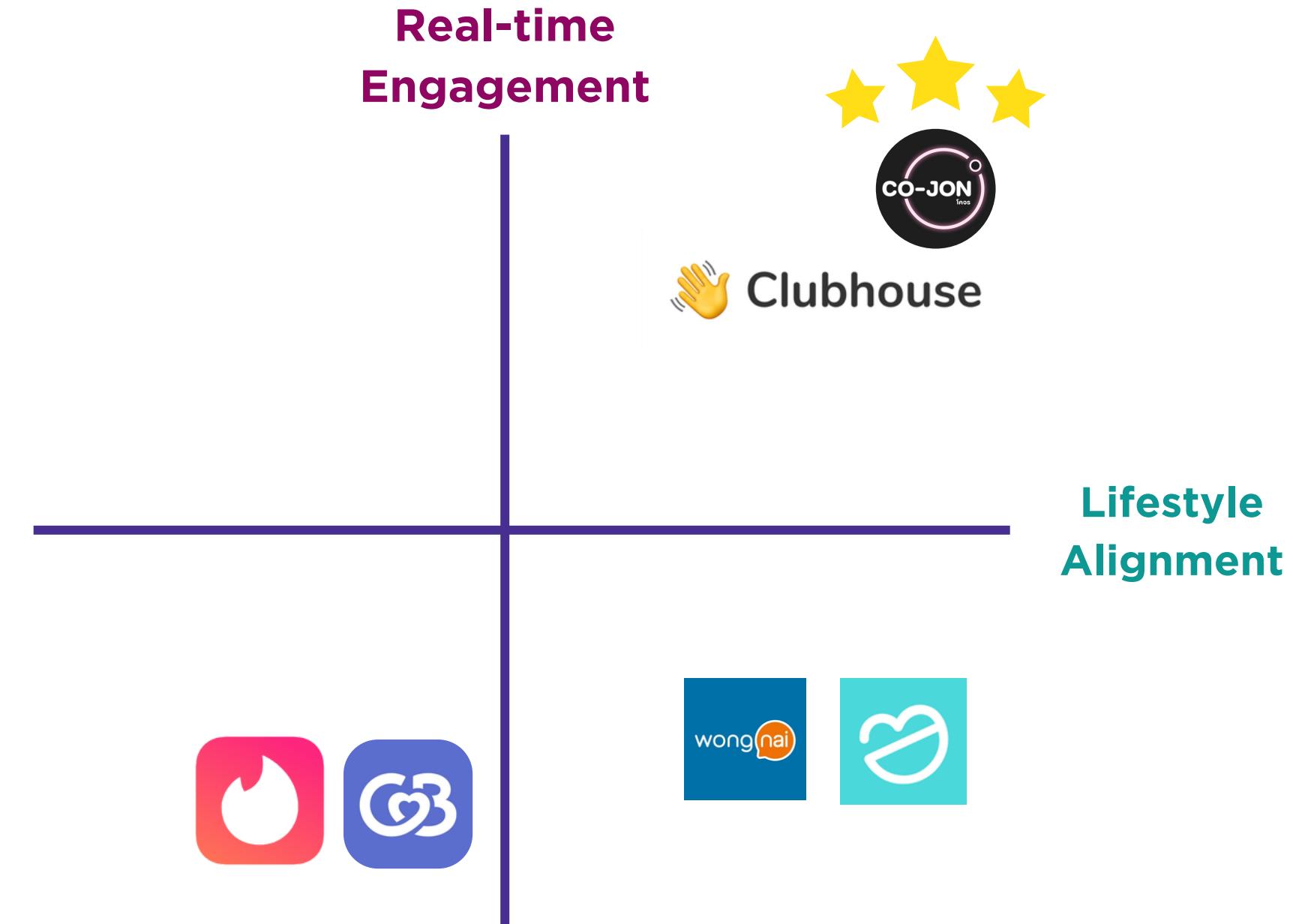
Marketing Plan

Financial Analysis & Evaluation

Conclusion

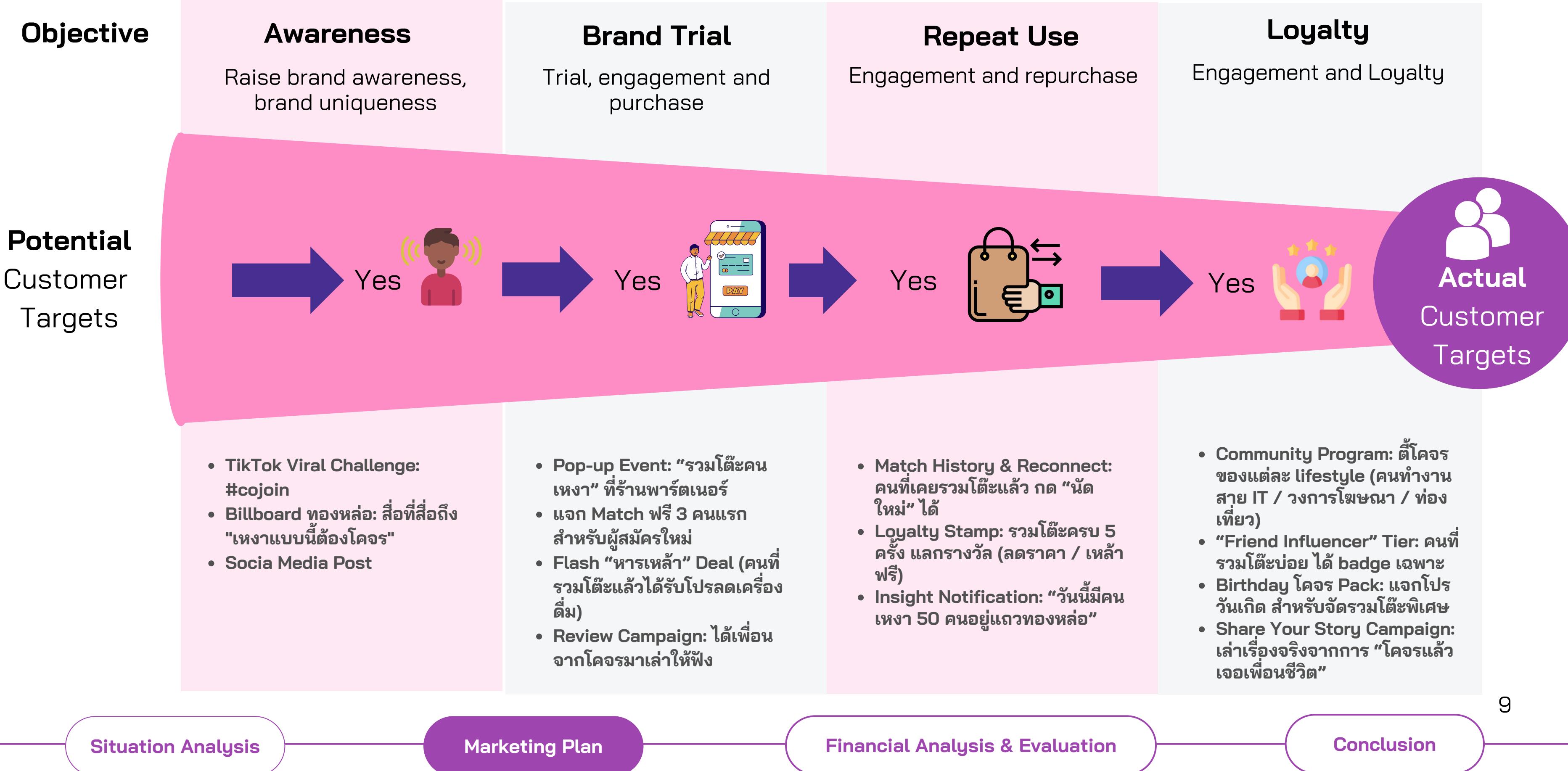
Brand Positioning

ไม่ใช่แอปหาคู่ แต่คือพื้นที่สำหรับหาเพื่อนร่วมโถะที่ “เข้าใจคุณ”



Marketing Communications Strategy

ไม่ใช่แอปหาคู่ แต่คือพื้นที่สำหรับหาเพื่อนร่วมโถี๊ะที่ “เข้าใจคุณ”



Path to Profitability

B2C

Freemium Model

Basic features are available for free and Premium features through subscription.

	Price/Month	Positioning
Free		Try & stick
Tier 1	฿59 Per Account	Core Upgrade
Tier 2	฿89 Per Account	Smart Match
Tier 3	฿129 Per Account	Nightlife Pro

B2B

Bar

Promoter

- ร้านเสนอราคาคันเพื่อขึ้นหน้าแนะนำ “คืนนี้ใครเหงาอยู่ร้านนี่!”
- Basic reports (aggregated data)
- การับตีเมลลูกค้าใหม่เข้าใช้บริการ 30 คน
- เพิ่ม Traffic คืนที่ยอดขายตก เช่น วันธรรมดาก็
- Agoda / Hotel Groups / Travel Tech
- FMCG
- Event Organizer / Concerts

Transportative & Hostel

- U Drink, I Drive
- ค่า Referral

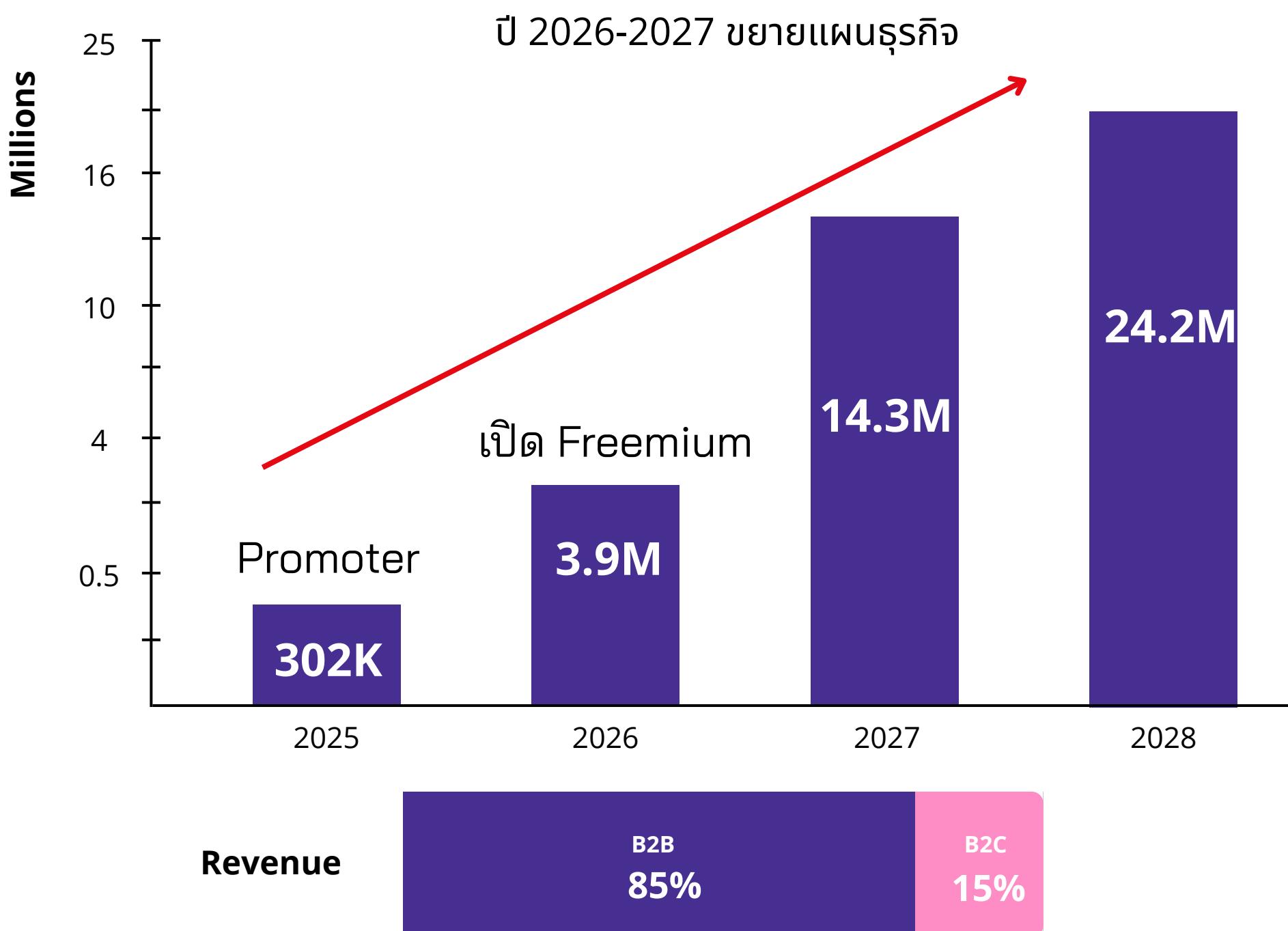
Alcohol Brands

- “คืนนี้ใจว่างมั้ย sponsored by สิงห์ใจดี”
- จัดกิจกรรมในร้านเหล้า / ร่วมกับ Influencer
- ช่วยสร้าง Data Insight กลุ่มเป้าหมายใหม่

Revenue Forecast

คาดว่าจะทำรายได้สูงกว่า 24 ล้านบาทภายใน 3 ปี

REVENUE INCURRED



KEY ASSUMPTION

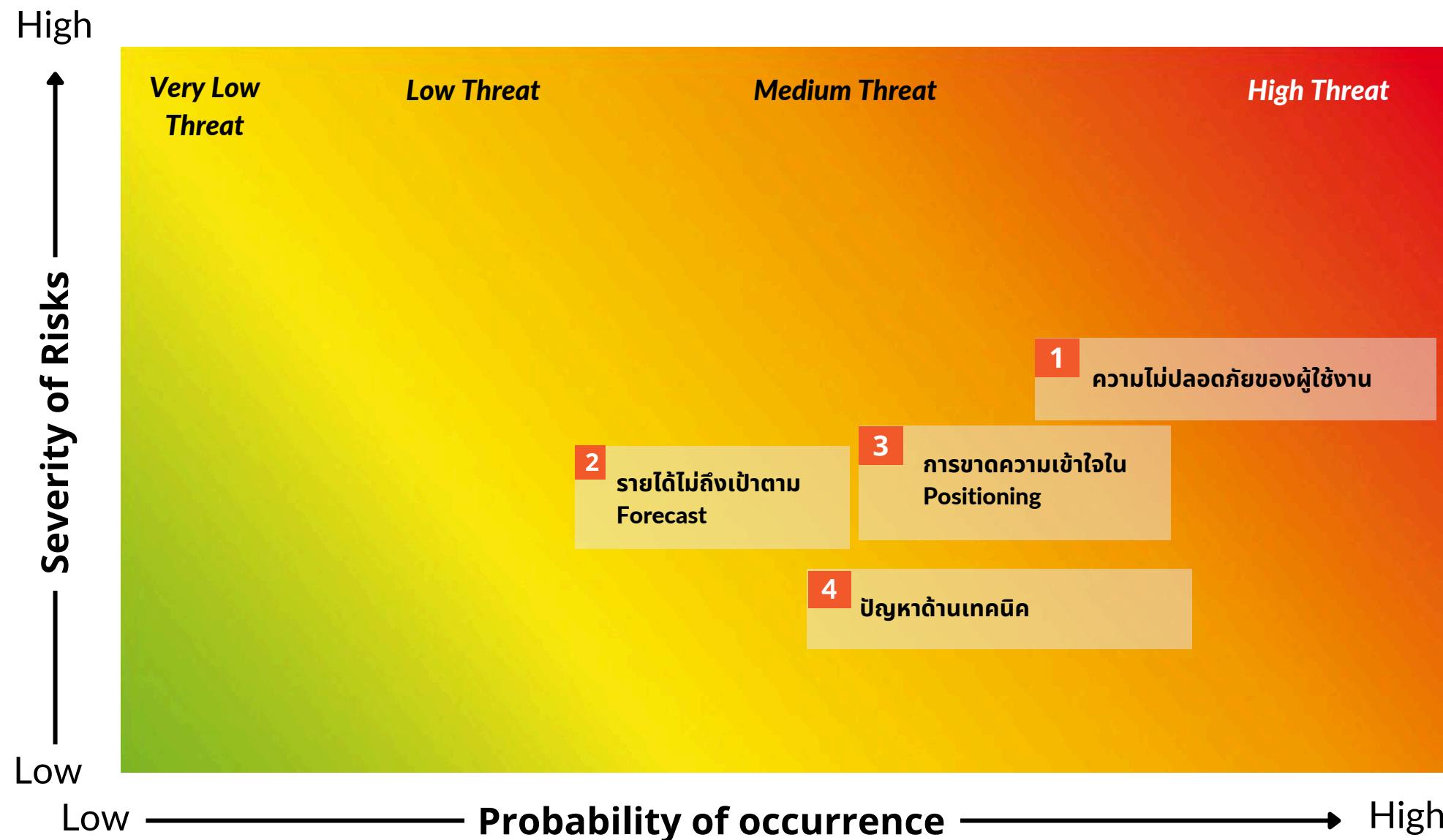
- Market Growth ตลาด Nightlife & Companion-seeking service (urban-focused) **CAGR 22%**
- Economies of Scale: Margin สูงเมื่อ user base โต

ระยะเวลา	รายได้รวม (บาท)	กำไรสุทธิ (บาท)	% Margin
เดือนที่ 1	฿302,000	-฿111,600	-37%
เดือนที่ 6	฿2,423,000	฿1,139,600	47%
เดือนที่ 12	฿3,919,600	฿2,189,200	56%
เดือนที่ 24	฿14,352,900	฿11,439,060	80%
เดือนที่ 36	฿24,212,000	฿21,141,680	87%

Risk and Mitigation

จัดลำดับความเสี่ยงตามระดับความรุนแรงและโอกาสเกิด พร้อมแนวทางรับมือ

Severity of Risks VS. Probability of occurrence



RISK

- 1 ความไม่ปลอดภัยของผู้ใช้งาน
- 2 รายได้ไม่ถึงเป้าตาม Forecast
- 3 การขาดความเข้าใจใน Positioning
- 4 ปัญหาด้านเทคนิค

MITIGATION

- 1 ระบบ Verify ตัวตน + SOS (next phase) พร้อมส่งต่อข้อมูลให้ร้านตรวจสอบ
- 2 Diversify รายได้ เช่น ขาย Data แบบ Insight, ทำ Campaign กับ Brand, เปิด Subscription เสริม
- 3 สื่อสารให้ชัดว่าเราเป็น “Lifestyle Matching สำหรับเวลาที่อยากร紹 คบคบเดียวกัน” ไม่ใช่หาคู่
- 4 Dev team คอย maintain สม่ำเสมอ

Situation Analysis

Marketing Plan

Financial Analysis & Evaluation

Conclusion

Strategy

- สร้างคอนเทนต์เพื่อโปรโมทเว็บไซต์ในแพลตฟอร์มต่างๆ ที่เข้าถึงง่าย
- วิดีโอสั้น (TikTok, Reels IG)
- โพสต์คอนเทนต์บน IG, FB
- Story post เล่า moment ที่ X
- คอนเทนต์ให้ความรู้
- คอนเทนต์รีวิวร้านสังสรรค์
- คอนเทนต์โปรโมทร้านสังสรรค์
- คอนเทนต์คำคม
- คอนเทนต์บอกเล่าเรื่องราว

Production plan

- TikTok / IG Reels – 1–2 คลิปต่อสัปดาห์
- IG/Facebook Post – 2–3 โพสต์ต่อสัปดาห์
- Story / Poll / อินเทอร์แอคทีฟ – 3–4 ครั้ง/สัปดาห์

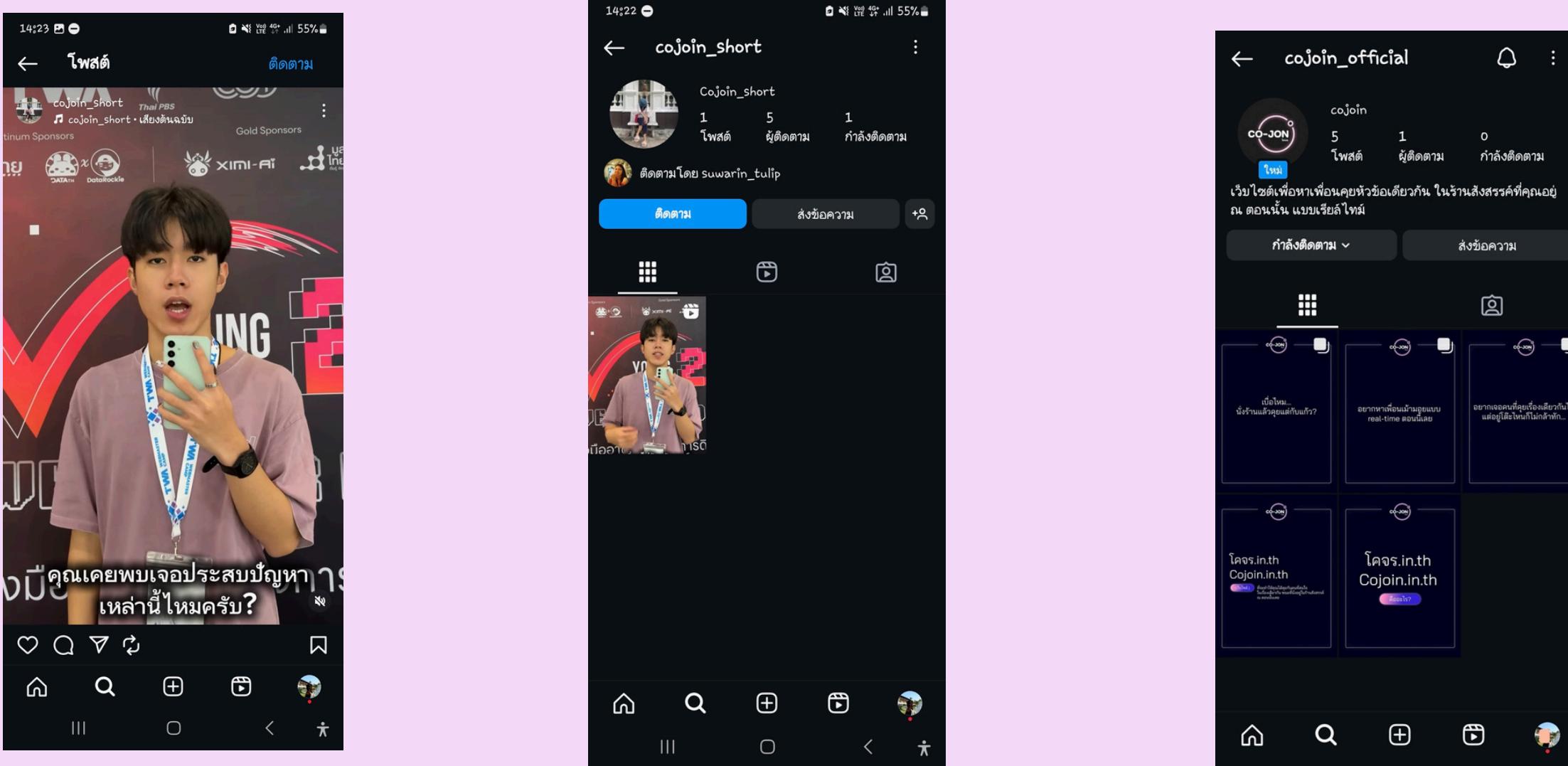
Strength

- เป็นคอนเทนต์แรกที่พูดถึง "การหาเพื่อนคุยแบบ Real-time ในร้านเดียวกัน" ไม่ใช่แค่การรีวิวร้าน
- ใช้ภาษาที่ "รู้สึกเหมือนเพื่อนพูดกับเรา" ทำให้เข้าถึงง่าย
- ปั้น culture ใหม่ของการเข้าสังคมแบบไม่ awkward ด้วยการเริ่มบทสนทนาออนไลน์ ก่อนเจอตัวจริง

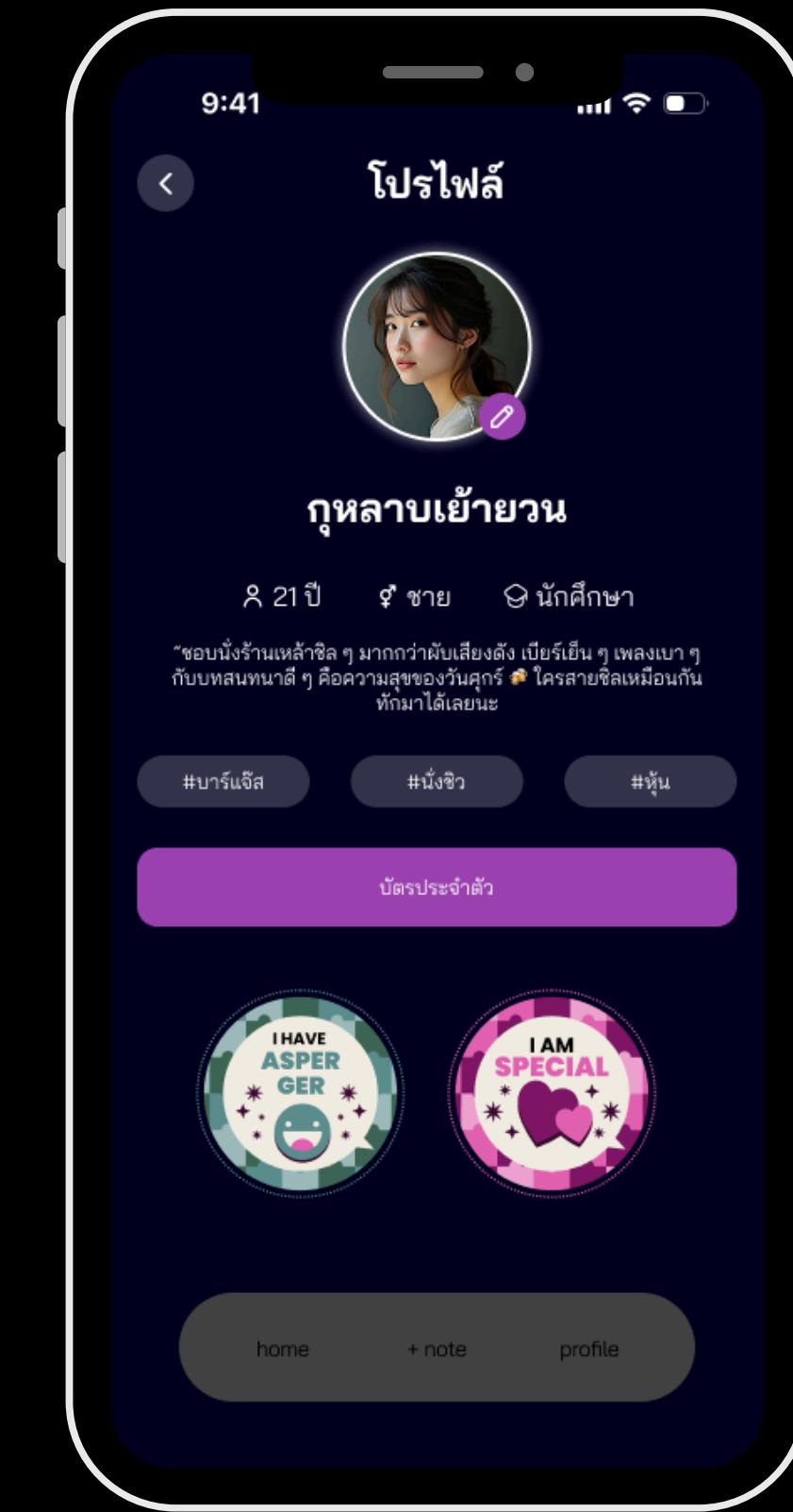
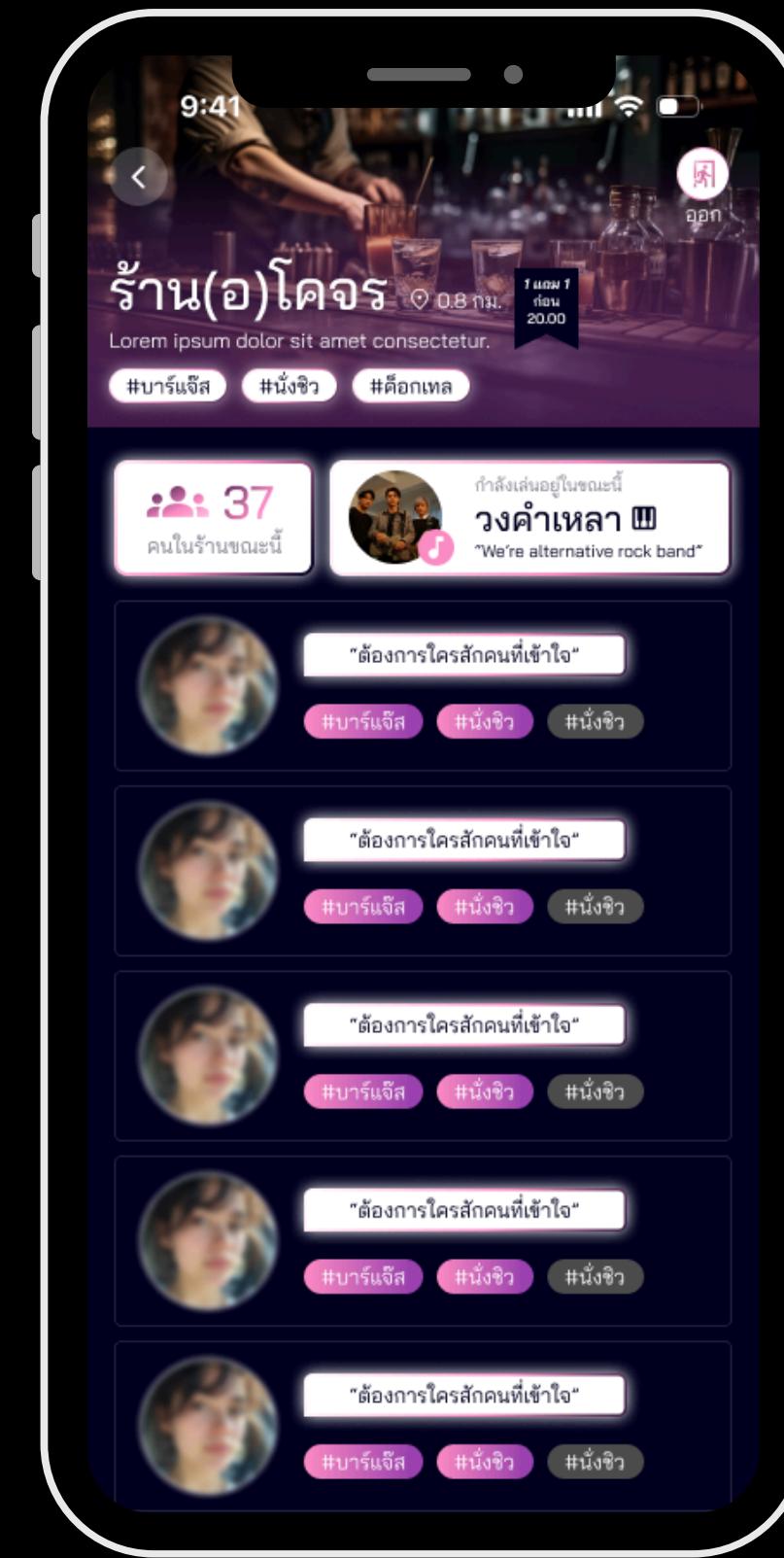
Impact

- เพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์
- เพิ่ม engagement ในห้องแชทร้านสังสรรค์

Mockup







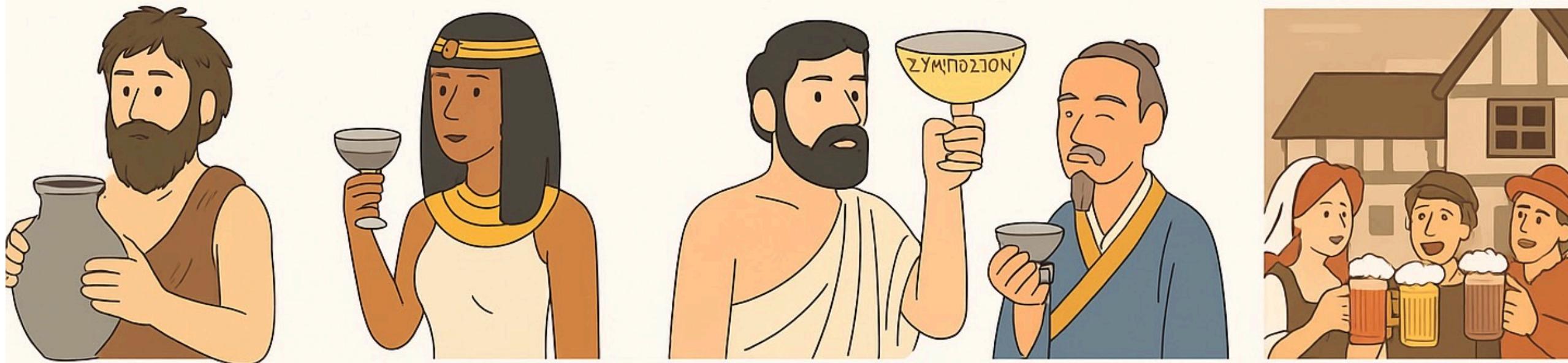


Back-up Slide

Financial

		1 month	6 months	12 months	24 months	36 months
	website	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
	server	3,000	19,800	43,200	90,000	140,400
MKT	แหล่งรวมออฟที่	20,600	123,600	247,200	543,840	889,920
	Campaign wit	100,000	600,000	600,000	840,000	600,000
	Online Ads	50,000	300,000	600,000	1,200,000	1,200,000
Total cost		413,600	1,283,400	1,730,400	2,913,840	3,070,320
B2B	Promoter	200,000	1,800,000	3,000,000	9,480,000	17,580,000
	Media partner	0	0	0	0	0
	Transportatio	2,000	18,000	183,600	2,203,200	25,200
	Alcohol brand	100,000	600,000	600,000	1,800,000	1,800,000
	Hostel	0	5,000	36,000	324,000	3,888,000
	Data to	0	0	100,000	300,000	600,000
B2C	Freemium (59)	0	0	0	245,700	318,800
Total revenue		302,000	2,423,000	3,919,600	14,352,900	24,212,000
Total profit		-111,600	1,139,600	2,189,200	11,439,060	21,141,680
Margin		-36.9536423	47.03260421	55.85263801	79.6985975	87.31901536

การดื่มเหล้าสังสรรค์มีมาด้ึงเต่ยุคใหม่



ยุคโบราณ 1.000
ปีก่อน
การหมักเห้าเยื่อ
ประกอบพิธีกรรม
และชุมชน

เบโซโปเดเบีย
และอียิปต์โบราณ
จารึกและภาพ
เขียนเกี่ยวกับการ
ตีบровบกัน

กรีคโบราณ
ΣΥΜΠΟΣΙΟΝ
ซึ่งใช้เชยับ
พิธีการดื่มໃบ
หนุชายนชั้นนำ

จีนโบราณ
ตีบเพื่อผูกบิด
และลร้าง
ความสับพบร์

ยุโรปยุคกลาง –
ปัจจุบัน
พิบและโรงเตีຍນ
เป็นจุดรวมตัวกາ
ກາງລັງຄມ