



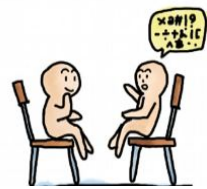
Pet Nanny

We will take care your pets like ours,
when you've worked or travelled.

6520422003 Wanlipa Chamchum
6520422007 Thunchanok Surasunsanee

6520422009 Budsadee Sareerasart
6520422015 Chutipha Klungjaturavet

Design thinking approach



1st **interview**:
Start with a
closed circle of
friends

Empathize



1st & 2nd survey:
Clarify problems,
solutions and our
target

Ideate



Design **customer journey**, our
BMC and test our solution by
creating TikTok clip

Prototype



In-group discussion
Get insight from prior
interviews to conclude
the problem statement

Define

Test



Analyze **TikTok**
clip's response
and verify our
opportunity



Empathize: 1st interview: start with our closed cycle (1/2)

1. จากการสัมภาษณ์สมาชิกภายในกลุ่มที่เลี้ยงสัตว์ พบว่า ปัญหาอย่างหนึ่งที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงมักมีร่วมกัน คือ

‘พวกเขากังวลเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของสัตว์เลี้ยงในช่วงเวลาที่พวกเขาไม่อยู่บ้านเป็นเวลาหลายวัน’

และพวกเขามีวิธีแก้ปัญหาหลายวิธีด้วยกัน เช่น

- (1) พวกเขาไม่ไปค้างคืนนอกบ้านเป็นเวลาหลายวัน
- (2) พวกเขาเลือกที่จะฝากสัตว์เลี้ยงไว้กับร้านรับฝากสัตว์เลี้ยงใกล้บ้าน โรงแรมสัตว์เลี้ยง ร้านอาบน้ำ/ตัดขนที่มีบริการนี้ หรือคลินิกที่รับฝากสัตว์เลี้ยง
- (3) พวกเขาวานให้ญาติ หรือเพื่อนบ้านช่วยดูแลสัตว์เลี้ยงให้

2. จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น ทีมได้พยายามระบุปัญหาและทางแก้ไขให้ชัดเจนขึ้น โดยออกแบบคำถามและนำไปสัมภาษณ์คนใกล้ตัว เพื่อนมาจัดทำเป็น Persona canvas โดยคำถามจะสนใจที่

‘ในกรณีที่พวกเขาไม่อยู่บ้านเป็นเวลาหลายวัน พวกเขาเลือกที่จะแก้ปัญหาความเป็นอยู่ของสัตว์เลี้ยงอย่างไร
และทำไมถึงเลือกใช้วิธีนั้น’

Empathize: 1st interview: start with our closed cycle (2/2)

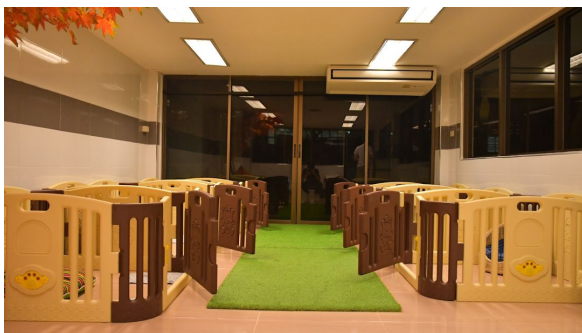
3. จากผลการสัมภาษณ์ ทีมสรุปผลเบื้องต้นได้ดังนี้

Who	คนที่มีสัตว์เลี้ยง (ค่อนข้างมีฐานะ) แต่ <u>ไม่</u> อยากนำสัตว์เลี้ยงไปฝากที่ร้าน
Problems	ความกังวลเกี่ยวกับ <ol style="list-style-type: none">1. <u>ความรู้สึ</u>กของสัตว์เลี้ยง2. <u>ความปลอดภัย</u>ของสัตว์เลี้ยง (การดูแลของเจ้าของ, ลักษณะของคนดูแล-เจ้าของร้าน)3. <u>ความสะอาด</u> (โรคที่อาจติดมาจากสัตว์เลี้ยงตัวอื่น, ลักษณะการเลี้ยงสัตว์ เช่น เลี้ยงรวมกัน)4. <u>ระยะทาง</u>ระหว่างบ้านกับร้านรับฝาก
Insights	<ol style="list-style-type: none">1. ยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้น หากสามารถแก้ไขความกังวลข้างต้นได้2. อยากทราบความเป็นอยู่ของสัตว์เลี้ยง<u>ตลอดเวลา</u> เช่น ติดกล้องที่บ้าน, ให้คนดูแล (ฝากร้าน หรือ มาที่บ้าน)3. ส่วนใหญ่มีการ<u>ค้นหาข้อมูล</u>ก่อนการตัดสินใจ

Define problem statement

Problem statement:

“ เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่ (มีความจำเป็นต้อง) ไม่อยู่บ้านติดต่อกันเป็นเวลาหลายวัน และมีรายได้ค่อนข้างสูง ยินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น เพื่อให้ ได้รับคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น และสามารถ แก้ไขความกังวล ทั้งในด้านความรู้สึก ความปลอดภัย และความสะอาดของสัตว์เลี้ยง รวมไปถึง ไม่ต้องเดินทางไกล เพื่อให้ได้รับบริการที่ดี ”



Pet boarding



PET NANNY



Ideate: 1st online survey (continue with our closed cycle)

ผลของแบบสอบถามที่มีการนำเสนอบริการคนดูแลสัตว์เลี้ยงที่บ้าน (**PET NANNY service**):

กลุ่มที่**สนใจ**บริการนี้ (2 คน):

- ช่วงอายุ **31-35 ปี**ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน)
- มีคนอยู่อาศัยร่วมกันหลายคน (สามารถแบ่งโซนให้คนเข้ามาดูแลได้ โดยไม่ต้องเข้าที่อยู่อาศัยหลัก)
- ต้องการบริการ**ให้อาหารและน้ำ และทำความสะอาด**สัตว์เลี้ยงในช่วงเช้า (6 - 9 โมง) กับช่วงเย็น (5 โมงถึง 1 ทุ่ม)
- ราคาสูงสุดที่ยินดีจ่าย **500-700 บาทต่อครั้ง**

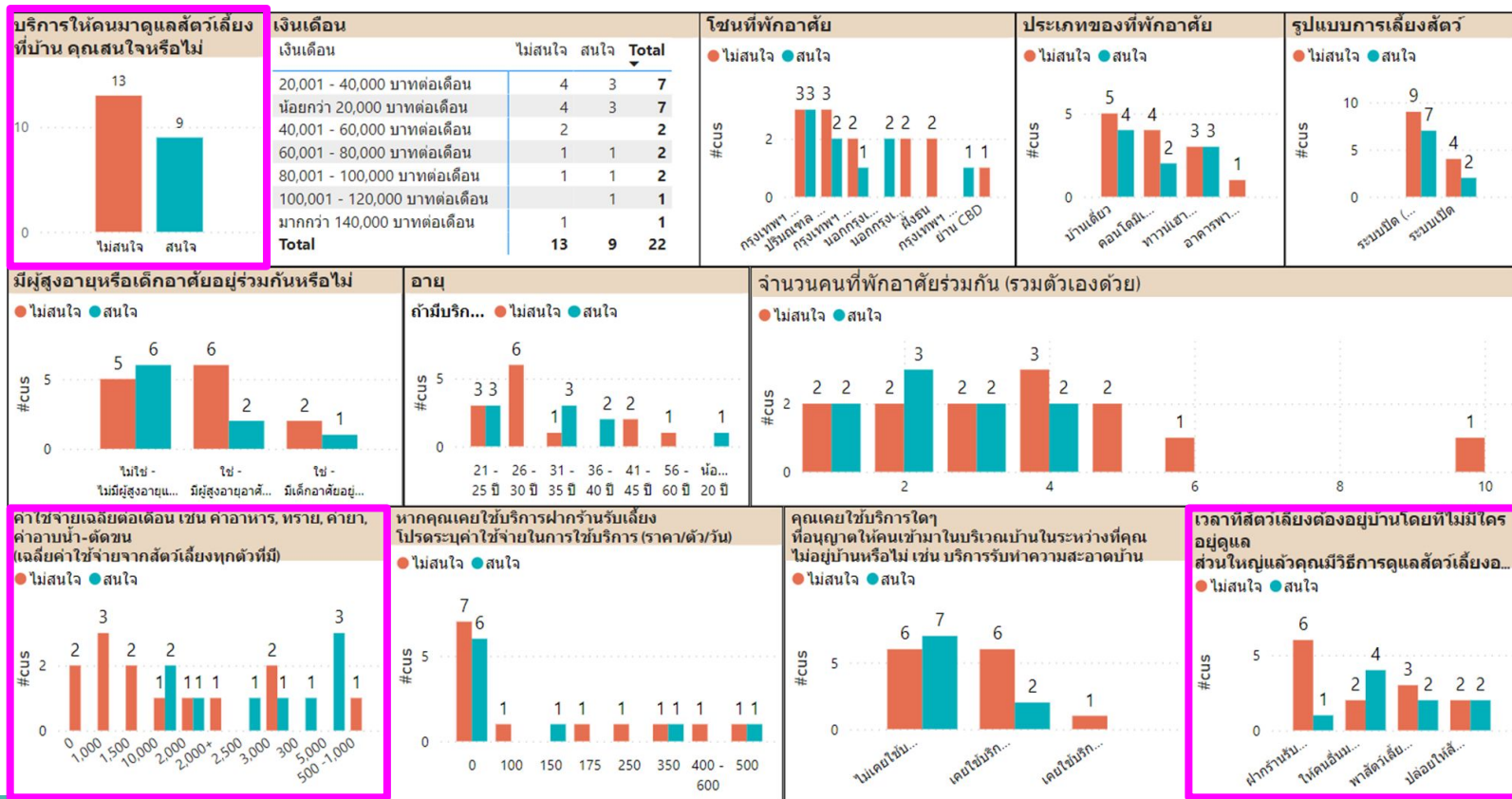
กลุ่มที่**ไม่สนใจ**บริการนี้ (11 คน):

- ช่วงอายุ **26-30 ปี**ที่มีรายได้อยู่ในช่วง 20,000 - 40,000 บาทต่อเดือน
- ความ**กังวล**หลักเกี่ยวกับบริการนี้ คือ
 - เรื่องความปลอดภัยต่อ**ทรัพย์สิน**
 - การรับรอง**ความน่าเชื่อถือ**ของคนดูแลสัตว์เลี้ยง
 - ความน่าเชื่อถือของ**เจ้าของบริษัท**
- ปัจจัยที่อาจทำให้กลุ่มนี้เปลี่ยนใจ
 - รายละเอียดความเชี่ยวชาญในการดูแลสัตว์เลี้ยง
 - การถ่ายรูปรายงานผลการเข้า-ออกงานของคนดูแลสัตว์เลี้ยง
 - ผลรีวิวการดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน
 - Live การทำงานของผู้ดูแลสัตว์เลี้ยง

นอกจากนี้ **รูปแบบ**การบริการนี้สามารถขยายไปสู่การบริการคนดูแลสัตว์เลี้ยง**ในช่วงเวลาปกติ** หรือขยายไปสู่การให้**บริการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลบ้าน**ในช่วงเวลาที่เจ้าของไม่อยู่ได้อีกด้วย



Ideate: 2nd online survey (post at pet's FB pages)



Ideate & Prototype: (First) target

กลุ่มเป้าหมาย:

- เจ้าของสัตว์เลี้ยงในช่่วงอายุ **21-25 และ 31-35 ปี**
- เลี้ยงสัตว์เลี้ยงในระบบปิด และปกติมีค่าใช้จ่าย เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมากกว่า **750 บาทต่อเดือน**
- มักจะวานให้คนรู้จักมาช่วยดูแลสัตว์เลี้ยงให้ที่บ้าน

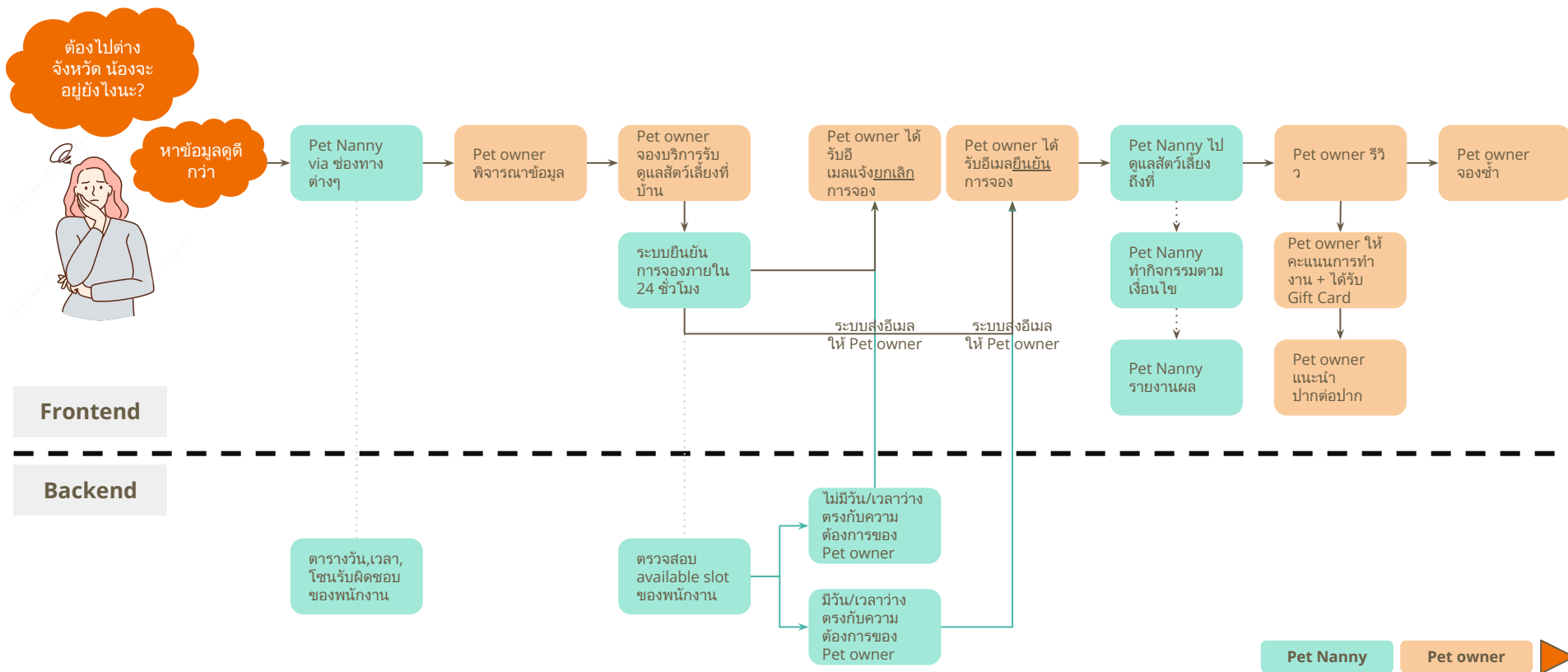
บริการที่นำเสนอ:

- ให้น้ำและอาหารและทำความสะอาดบริเวณขั้บถ่ายของสัตว์เลี้ยงในบริเวณที่กำหนดโดยสามารถเลือกเป็นช่วงเวลาครั้งละไม่เกิน 2 ชม.
- มีการถ่ายรูปรายงานผลก่อนเข้า-ออกงาน
- มีการตรวจสอบประวัติอาชญากรรมและรายละเอียดประสบการณ์การเลี้ยงสัตว์ของพนักงานทุกคน
- มีการรับรองความเสียหายของทรัพย์สินบางส่วน
- ในช่วงทดลอง คิดค่าบริการครั้งละ 500 บาท

ไม่อยากให้น้องไม่สบายตัว
เวลาที่ต้องขับรถไป
ฝากร้านดีๆ แต่ไกล



Prototype: Customer journey



Prototype: Business model canvas

<div>Key Partners</div> <ul style="list-style-type: none">ธนาคาร (การจ่ายเงินเดือน, ธุรกรรมทางการเงิน)สถานบริการรักษาสัตว์เลี้ยง (ในกรณีฉุกเฉิน/เร่งด่วน)	<div>Key Activities</div> <ul style="list-style-type: none">การบริการดูแลสัตว์เลี้ยงที่บ้านการสร้างและการบำรุงรักษาระบบการจองและการจัดหาคนดูแลสัตว์เลี้ยง (ภายใน 24 ชั่วโมง)รักษาสถานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้า <div>Key Resources</div> <ul style="list-style-type: none">พนักงานระบบหลังบ้าน (เว็บไซต์ในการติดต่อ, จองคิว)	<div>Value Propositions</div> <ul style="list-style-type: none">มีบริการให้คนไปดูแลสัตว์เลี้ยงที่บ้านบริการเสริมต่างๆ เช่น พาไปตัดขน, อาบน้ำ, ให้น้ำ, อาหารหรือเล่นกับสัตว์เลี้ยงบริการอื่นๆ นอกเหนือจากการดูแลสัตว์เลี้ยง เช่น รดน้ำต้นไม้, กวาดใบไม้หรือเก็บจดหมาย	<div>Customer Relationships</div> <ul style="list-style-type: none">การบริการที่ดี (พนักงานบริการดี ไม่ก่อเหตุการณ์ที่ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ)ติดตาม feedback จากลูกค้าMember Privilege (Pets' birthday)Gift Cards (เช่น สะสมจำนวนครั้งแล้วมีส่วนลด) <div>Channels:</div> <ul style="list-style-type: none">WebsiteSocial Media: Tiktok, Youtube, Facebook, etc.	<div>Customer Segments</div> <ul style="list-style-type: none">กลุ่มที่มีสัตว์เลี้ยงกลุ่มที่ไม่อยู่บ้านหลายๆ วันกลุ่มที่ต้องการรับบริการอื่นๆ ในกรณีฉุกเฉิน
<div>Cost Structure</div> <ul style="list-style-type: none">เงินเดือนพนักงานค่าเช่าที่ (ที่ตั้งบริษัท)ค่าโฆษณา		<div>Revenue Stream</div> <ul style="list-style-type: none">ค่าบริการคนดูแลสัตว์เลี้ยงค่าสมัคร Membership		

Prototype: TikTok's storyboard



Pet Nanny ถึงหน้าบ้าน
ถ่ายรูปและรายงานผล



Pet Nanny ทักทายสัตว์เลี้ยง



Pet Nanny ทำความสะอาด
ซามอาหารแมว



Pet Nanny ทำความ
สะอาดบริเวณกระบะทราย



Pet Nanny ให้อาหารและน้ำ
สัตว์เลี้ยง



Pet Nanny เล่นกับสัตว์เลี้ยง

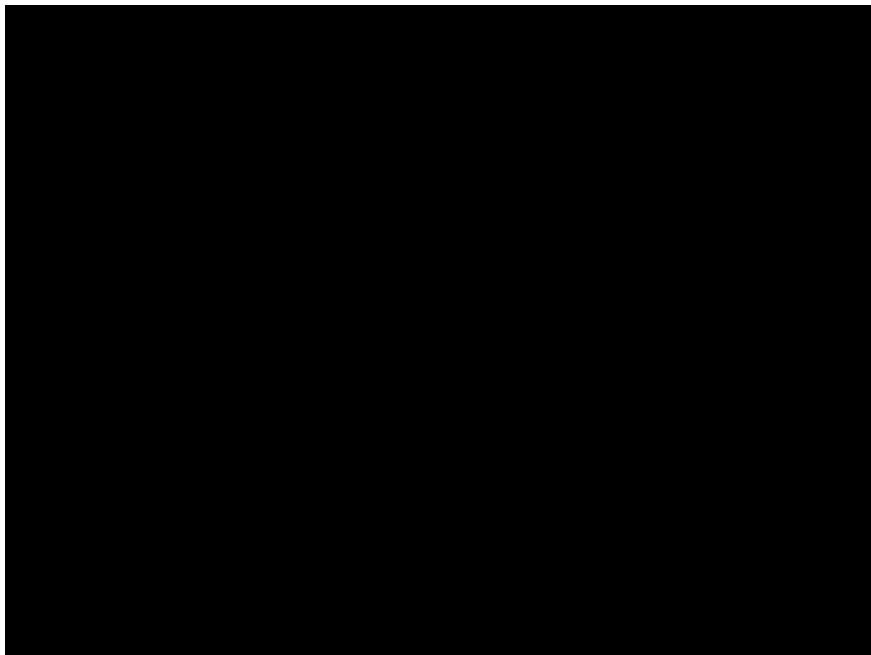


Pet Nanny ส่งเกิด
อาการสัตว์เลี้ยงเบื้องต้น



Pet Nanny ปิดประตูเตรียม
กลับ + ขึ้น banner, slogan

Prototype: Test our solution via TikTok response



Platform: TikTok

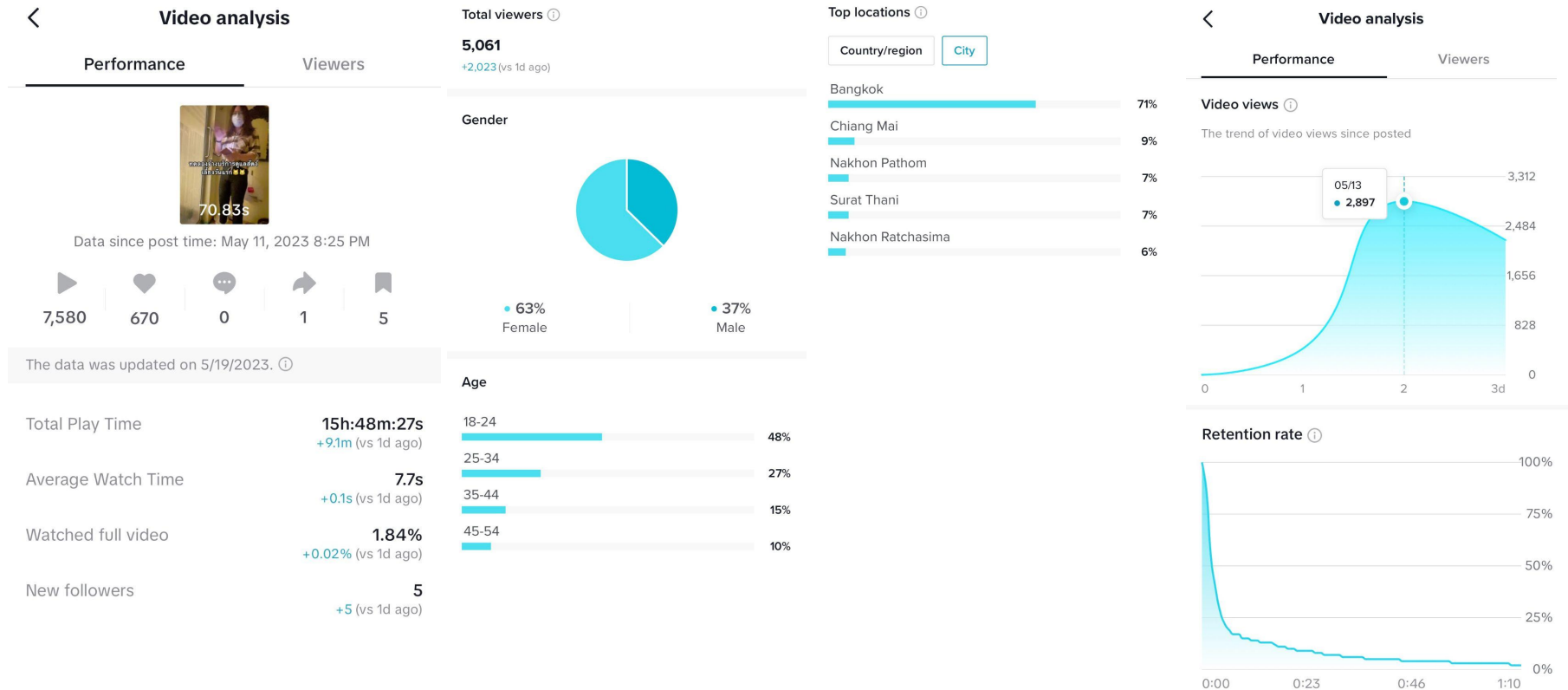
Length: 1 นาที 10 วินาที

Test period:

- วันศุกร์ - วันจันทร์
- ตั้งแต่ 20:25 วันที่ 11 พ.ค. ถึง 16:00 วันที่ 15 พ.ค.

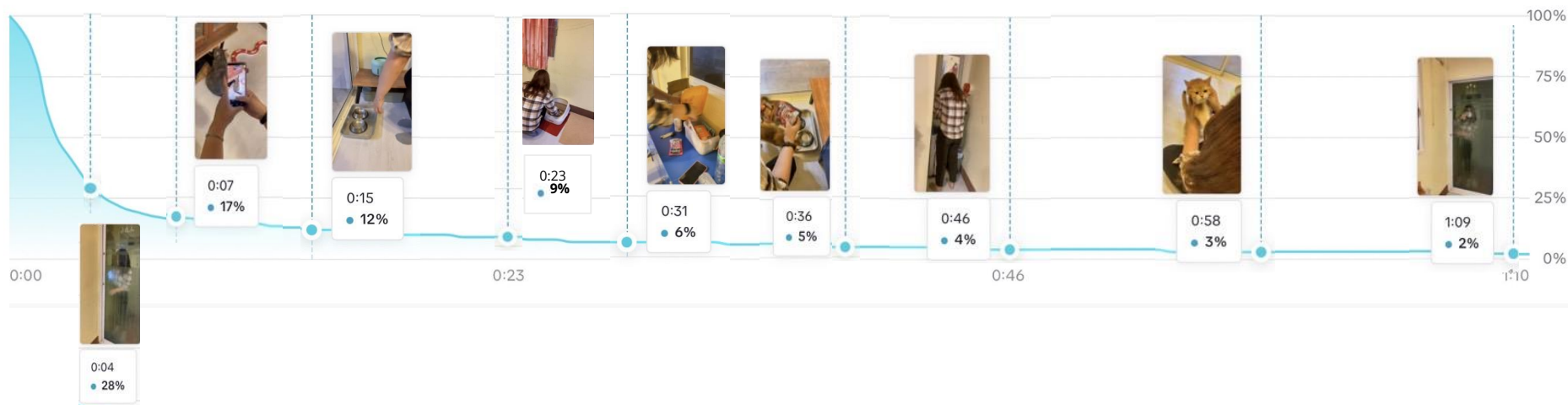
โดยมีการ promote วิดีโอตั้งแต่วันแรกที่ลงวิดีโอ

Test: analyze our TikTok clip's response(1/3)



Test: analyze our TikTok clip's response(2/3)

Retention rate ⓘ

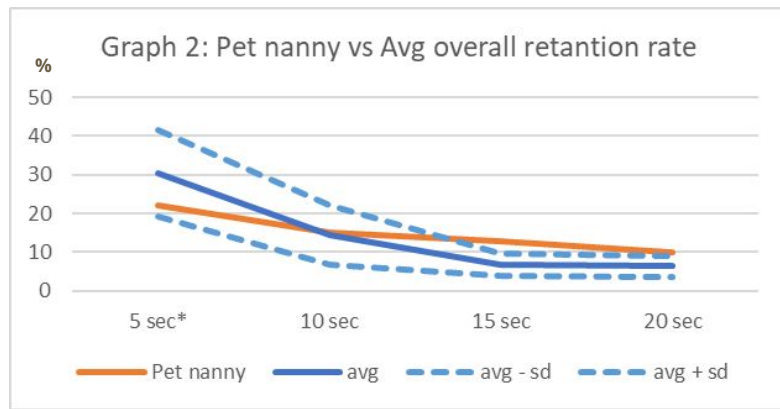
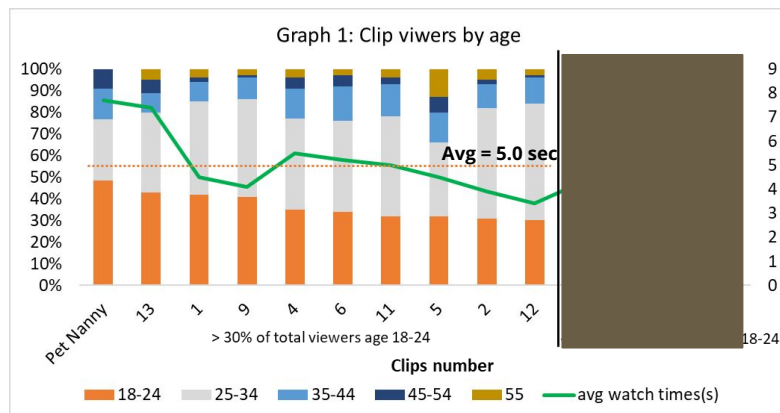


Test: analyze our TikTok clip's response(3/3)

Results:

- จากรูปที่ 1 พบว่า กลุ่มที่สนใจคลิป pet nanny ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี
- เปรียบเทียบคลิป pet nanny กับคลิปอื่นๆ ในช่องเดียวกัน พบว่า
 - มีผู้เข้าชมคลิป Pet nanny 7,571 views ซึ่งมากกว่าค่าเฉลี่ยของ boost clips และ organic clips (ตารางที่ 1)
 - ในช่วงคลิปวินาทีที่ 10 เป็นต้นไปมี retention rate ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของคลิปอื่น (รูปที่ 2)

Table 1	# Clips	Views	Like
Pet nanny	1	7,571	670
Boost clips (3 days)	2	7,268	873
Organic clips	11	725	63



Conclusion

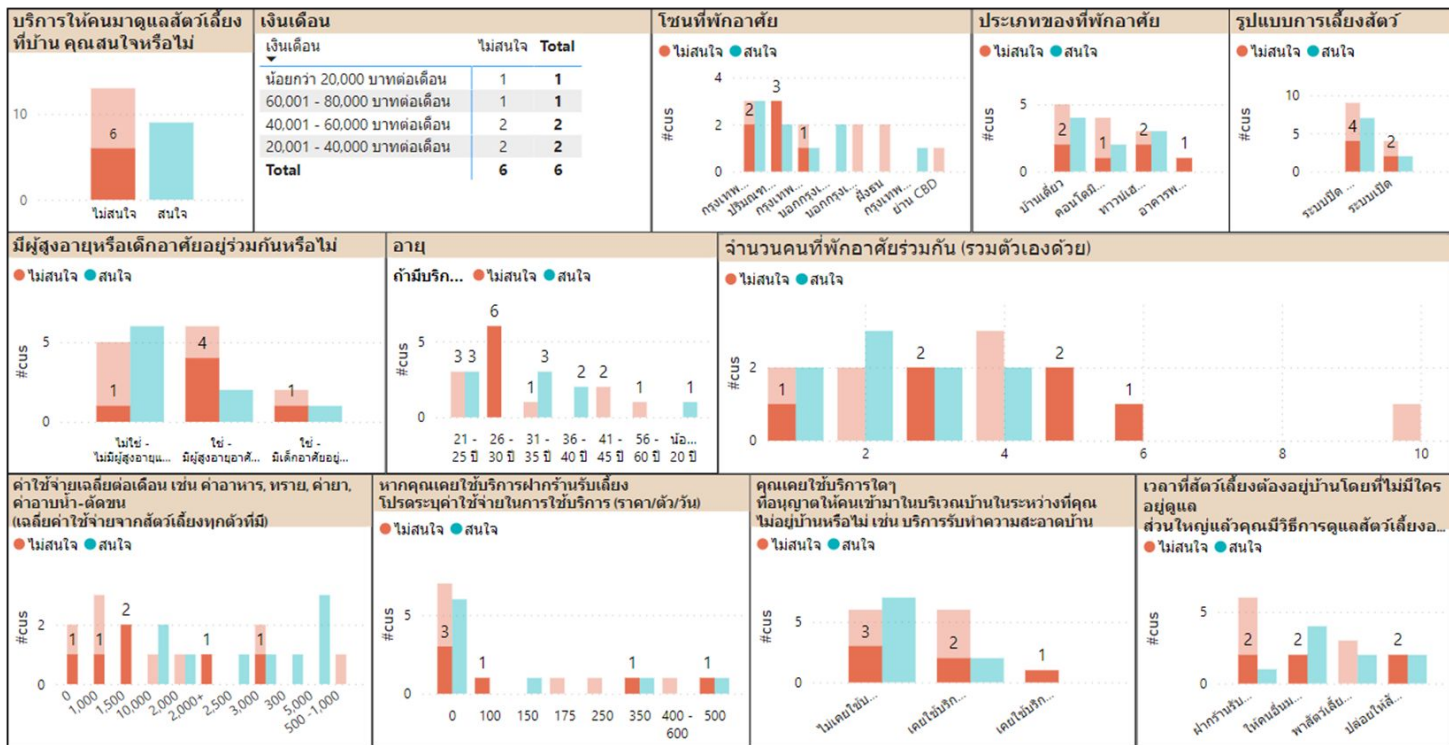
- ช่วงอายุที่สนใจบริการนี้ อยู่ในช่วง 18-24 years
- จากผลการทดสอบ tiktok มีจำนวนคนที่สนใจบริการนี้อยู่จริง (คนที่ดูจนจบคลิป) ที่ประมาณ 150 views (2%) และกลุ่มที่สนใจบริการหลัก (ให้อาหาร+ทำความสะอาด) (วินาทีที่ 23) มี 681 views (9%)

Appendix

Further recommendation

- Test ด้วยกลุ่มเป้าหมายที่ต่างออกไป ทั้งในช่องทาง online และ offline เช่น Test บน platform อื่น (FB อาจได้กลุ่มเป้าหมายที่อายุเยอะกว่า TikTok) หรือ Twitter (มีสังคมคนเลี้ยงสัตว์ในนั้นค่อนข้างมาก) หรือฝาก QR code ที่ link มายัง website/FB pages กับร้านรับฝากเลี้ยง, ร้านอาบน้ำ/ตัดขน หรือคลินิกสัตว์ต่างๆ
- ทดลองรับนิสิต/นักศึกษาปริญญาตรีมาเป็นผู้ดูแลสัตว์ในช่วงแรก (นิสิต/นักศึกษาน่าจะช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับประวัติอาชญากรรมในเบื้องต้นได้) และทดลองจากบริเวณกรุงเทพชั้นในก่อน

ข้อมูลอายุ 26-30 ปี

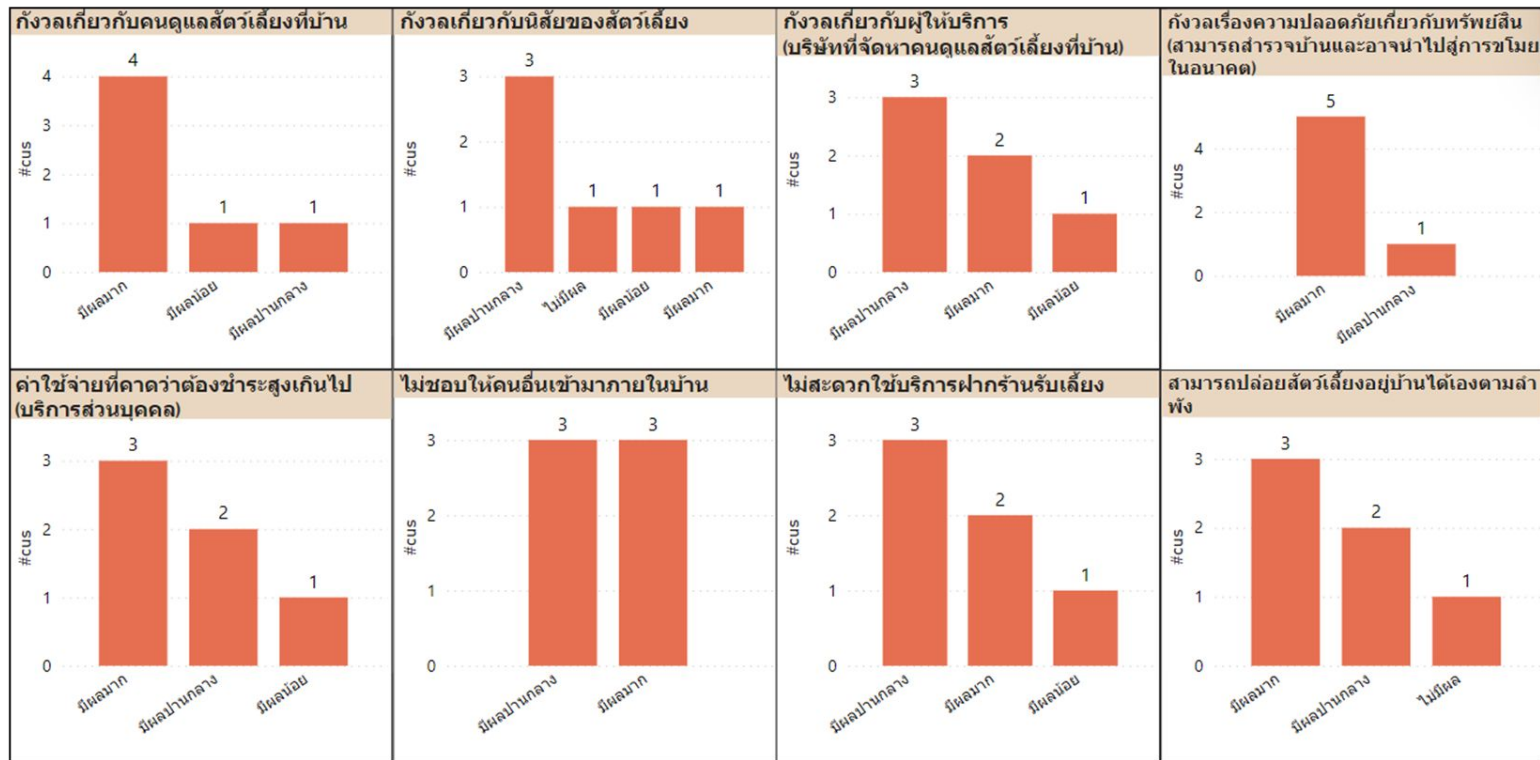


อายุ 26-30 ปี เป็นกลุ่มที่ไม่สนใจบริการนี้ จำนวน 6 คน เนื่องจากมีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ร่วมกัน และมีการเลี้ยงแบบระบบปิด และมีความกังวลเกี่ยวกับคนดูแลสัตว์เลี้ยง, กังวลความปลอดภัยเรื่องทรัพย์สิน อาศัยอยู่ที่ปริมณฑล (อาจจะมีร้านรับฝากเลี้ยงอยู่แล้ว)

- ในกลุ่มนี้กังวล ความน่าเชื่อถือในการดูแลสัตว์เลี้ยง และประสบการณ์ในการดูแลสัตว์เลี้ยง ถ้าหากมีรายละเอียดเกี่ยวกับการดูแลสัตว์เลี้ยง และมีเอกสารรับรองประวัติอาชญากรรม จะทำให้กลุ่มนี้คลายกังวลได้มาก

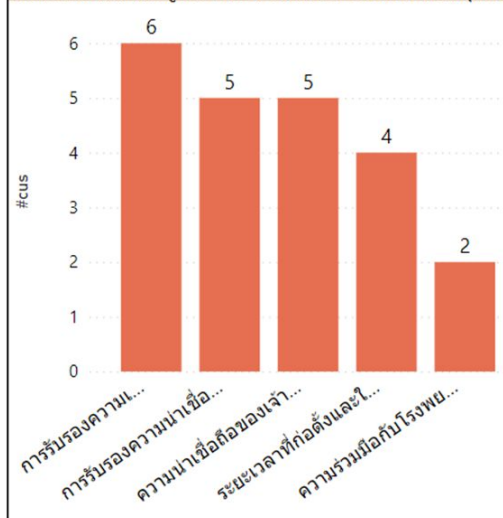


ข้อมูลอายุ 26-30 ปี



ข้อมูลอายุ 26-30 ปี

หากคุณมีความกังวลเกี่ยวกับผู้ให้บริการ (บริษัทที่จัดหาคนดูแลสัตว์เลี้ยงที่บ้าน) โปรดเลือกเหตุผล

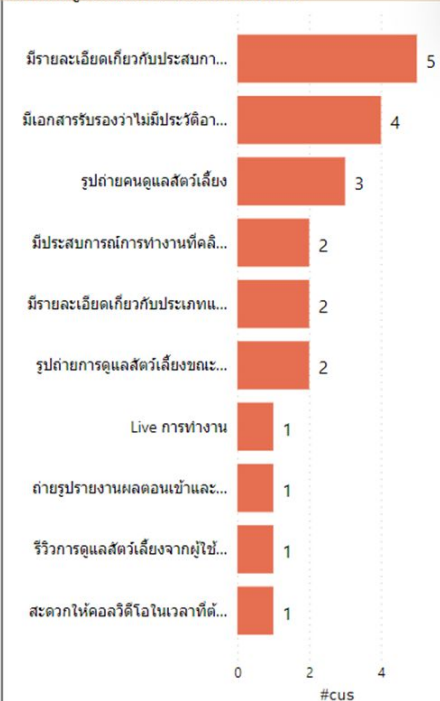


โปรดระบุเหตุผลอื่นๆ ที่ทำให้คุณไม่สนใจบริการให้คนมาดูแลสัตว์เลี้ยงที่บ้าน	#cus
เพราะที่บ้านไม่มี CCTV เลยไม่ไว้ใจ	1
สัตว์เลี้ยงอยู่สาหัสได้ แค่อัดอาหารไว้	1
Total	2

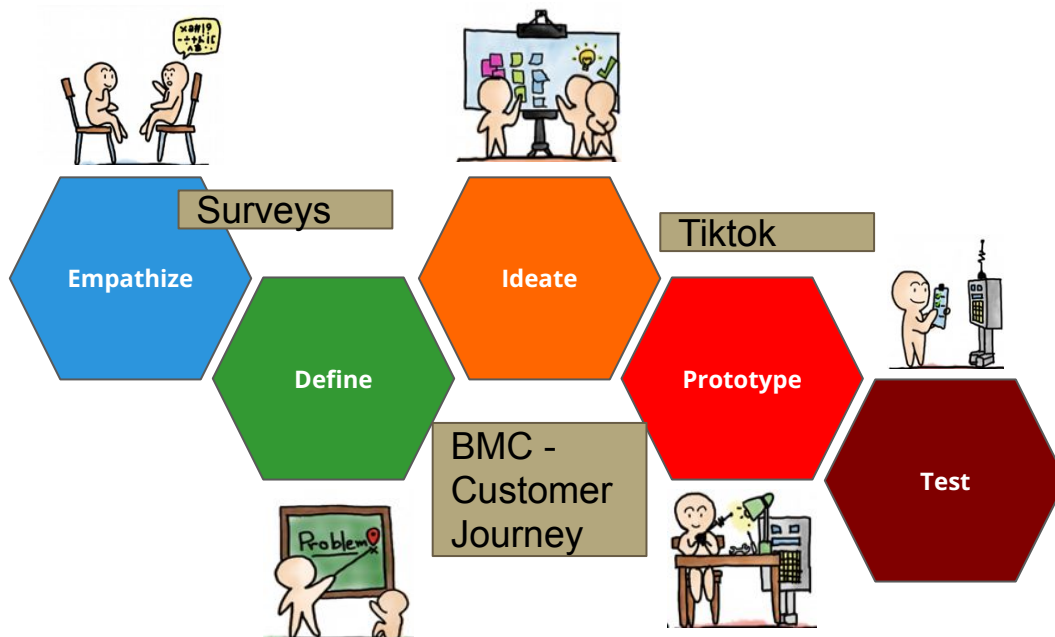
หากคุณมีความกังวลเกี่ยวกับคนดูแลสัตว์เลี้ยงที่บ้าน (Pet nanny) โปรดเลือกเหตุผล



หากมีบริการเหล่านี้จะช่วยให้คุณเปลี่ยนใจมาใช้บริการคนดูแลสัตว์เลี้ยงที่บ้านหรือไม่



Design thinking approach



Surveys

Tiktok

BMC -
Customer
Journey

- View
- Comments
- # คนส่งอีเมลกลับ

Empathize: 1st interview: start with our closed cycle (1/2)

1. จากการสัมภาษณ์สมาชิกภายในกลุ่มที่เลี้ยงสัตว์ พบว่า ปัญหาอย่างหนึ่งของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มักมีร่วมกัน คือ We start from interview our members, and we found one of the common problem of pet owner is

'They concerns about their pet living if they have to stay out of their house for several days'

And they have many solutions, for example,

- (1) they skip all of unnecessary travelling
- (2) they deposited the pets in near pet boarding, hotels, or clinic
- (3) they let relatives or closed people to take care of pets

2. We try to clarify this problem & solution by design list of questions and create persona canvas, we focused on:

'How did you desire to use each solutions and Why?

Incase you used pet boarding, hotels, or clinic, why did you picked this one?

Empathize: 1st interview: start with our closed cycle (2/2)

3. We get all of our answers and fill them in **Persona canvas**

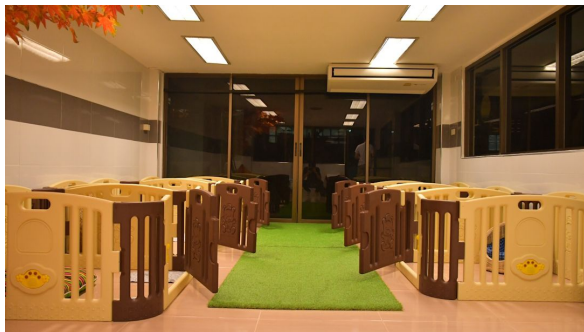
4. We **conclude** them in this form

Who	คนที่มีสัตว์เลี้ยง (ค่อนข้างมีฐานะ) แต่ไม่ยักนำสัตว์เลี้ยงไปฝากที่ร้าน
Problem	ความกังวลเกี่ยวกับ 1. ความรู้สึกของสัตว์เลี้ยง 2. ความปลอดภัยของสัตว์เลี้ยง (การดูแลของเจ้าของ, ลักษณะของคนดูแล-เจ้าของร้าน) 3. ความสะอาด (โรคที่อาจติดมาจากสัตว์เลี้ยงตัวอื่น, ลักษณะการเลี้ยงสัตว์ เช่น เลี้ยงรวมกัน) 4. ระยะทางระหว่างบ้านกับร้านรับฝาก
Insights	1. ยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้น หากสามารถแก้ไขความกังวลข้างต้นได้ 2. อยากทราบความเป็นอยู่ของสัตว์เลี้ยงตลอดเวลา เช่น ติดกล้องที่บ้าน, ให้คนดูแล (ฝากร้าน หรือ มาที่บ้าน) 3. ส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ

Define our problem statement

Problem statement:

“ High-income pet owners, who ไม่อยู่บ้านติดต่อกันเป็นเวลาหลายวัน, have willingness to **pay more** to obtain **higher quality services**, like **PET NANNY** which take care of their pets' feeling, safety, cleanliness. ”



Test: analyze our TikTok clip's response(4/4)

- Target >> cf target คือ 18-24 (target ตอนแรกมี 21-25 กับ 31-35 แต่ตอนนี้เพิ่มว่าเป็นกลุ่ม 21-25)
- Compare to other clips in this channels
 - มียอด view เยอะกว่าทั้ง boost & organic clips

	# Clips	Views	Like
Pet nanny	1	7,571	670
Boost clips (3 days)	2	7,268	873
Organic clips	11	725	63

	Retention rate (%)			
	5s	10s	15s	20s
Pet nanny (70.8s)	22	15	13	10
Avg	30	15	9	6
SD (excl. outlier)	11.1	7.6	2.8	2.6

*Avg คนดู Tiktok 7s

Test: analyze our TikTok clip's response(3/3)

Graph 1

Results:

- จากรูปที่ 1 พบว่า กลุ่มที่สนใจคลิป pet nanny ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี
- เปรียบเทียบคลิป pet nanny กับคลิปอื่นๆ ในช่องเดียวกัน พบว่า
 - มีผู้เข้าชมคลิป Pet nanny 7,571 views ซึ่งมากกว่าค่าเฉลี่ยของ boost clips และ organic clips (ตารางที่ 1)

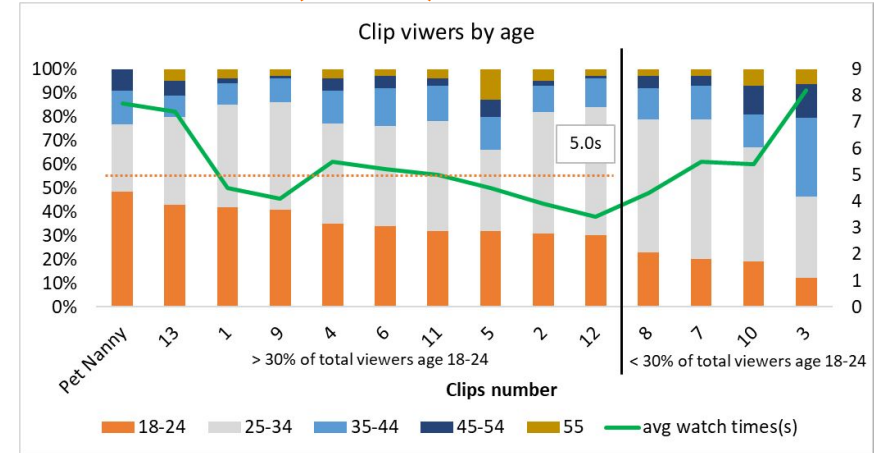


Table 1	# Clips	Views	Like
Pet nanny	1	7,571	670
Boost clips (3 days)	2	7,268	873
Organic clips	11	725	63

Table 2	Retention rate (%)			
	5s	10s	15s	20s
Pet nanny (70.8s)	22	15	13	10
Avg	30	15	9	6
SD (excl. outlier)	11.1	7.6	2.8	2.6

*ค่าเฉลี่ยคนดู Tiktok อยู่ที่ 7 วินาที