



GSB

สร้างธุรกิจ SMEs ยุคดิจิทัล
ให้ดี ตั้ง ปังนาน
SMEs Thriving in a digital world

เปลือกและแก่นของธุรกิจ



บรรยายโดย ดร.วัชรชัย ตวงรัตนพันธ์
ผู้อำนวยการบริหาร สมาคมค้าปลีกไทย



marks

ทำไม?

บาริสต้าเก่งๆ

ทำร้านเจ๊ง...เยอะเยอะ





ทำไม?

เชฟ เก่งๆ

ทำอาหารอร่อย
เปิดร้านอาหาร...

เจ๊งหายไป ก็ไม่น้อย

-คำถามแรก-

..ใน พ.ศ. 2562 นี้

ແກ່ນ...สำคัญของธุรกิจ

คือ อะไร....????

แก่นของ "กาแฟ"...ก็น่าจะเป็น...รสชาติ

และกำลังกาแฟอื่นของมัน

...แต่ถ้าแก่นของธุรกิจ คือ รสชาติกาแฟ

ทำไมบาริสต้าเก่งๆ

ถึงเปิดร้านกาแฟเจ๊ง... มากกว่าสำเร็จ



แก่นของ “อาหาร” ..ก็น่าจะเป็น...รสชาติ

และฝีมือของเชฟ

....

ทำไม เชฟเก่งๆ

ถึงเปิดร้านอาหารเจ๊ง... มีไม่กี่รายที่สำเร็จ.

-คำถามที่สอง-

ແກ່ນຂອງคนขาย...

ใช้ແກ່นของคนซื้อหรือเปล่า??

VALUE

คุณค่า



คนขาย

คนซื้อ

VALUE

มูลค่า

คุณค่า

คนขาย

คนซื้อ



มูลค่า

คุณค่า

คนขาย

คนซื้อ



มูลค่า

คนขาย

คุณค่า

คนซื้อ

เวลาแห่งความสุข
ที่ทุกคนรอคอยกลับบ้านแล้ว...
เฟรนช์ฟรายส์ จากแคคโคโลคคี่

ลดราคา 50%*

วันนี้ - 24 มี.ค. 59

www.mcdonalds.com

ซื้อ 1 แถม 1 ฟรี ทุกวัน!

เพียงมีบัตร

ใช้ได้นาน 6 เดือน

ทุกสาขา เฉพาะซื้อกลับบ้านเท่านั้น!

The PIZZA COMPANY 1112 FAST DELIVERY

www.1112.com

มูลค่า

คุ้มค่า

คนขาย

คนซื้อ



มูลค่า

คนขาย

คุ้มค่า

คนซื้อ



มูลค่า

คนขาย

ค้่มค่า

คนซื้อ

-คำถามที่สาม-

ลูกค้าส่วนใหญ่

จะเอาแต่กัน...อย่างเดียวหรือ?

ในปี พ.ศ. นี้

เปลี่ยนนั้น...สำคัญเท่าๆ กับแก่น

ปัจจุบันนี้...แก่นโดดเด่นๆ นั้น...มักมีคุณค่าลดลง

เพราะด้วยเทคโนโลยี...แก่นแท้ของสิ่งของต่างๆ

จึงสร้างใหม่ ทำซ้ำ...ได้ไม่ยาก

เพราะสิ่งใดมีมาก...สิ่งนั้นจึงหมดคุณค่า

สิ่งใดที่มีแต่แก่นโดดเด่นๆ ...

ก็มักจะดีไม่พอในยุคปัจจุบัน.

ด้านลูกค้า...

ลูกค้าตอนนี้...มองทุกสิ่ง...เป็นภาพรวม

เขาต้องการทั้ง Content ไก่่น

และ Context เปลือก

เขาต้องการคุณค่า และคุณสมบัติ

เขาต้องการทั้งเปลือกและไส้ที่สมบูรณ์

ร้องเพลงเพราะจัดๆ ...แต่หน้าปลวก

มักจะแพ้ คนร้องเพลงเพราะ...แต่หน้าปังกว่า.

ลูกค้าเสภาพภาพรวม...

เลือกต้องแน่น...แน่นต้องดี

ปัจจัย ในการกำหนด

“เปลือก” และ “แก่น”

ของธุรกิจ



ใครคือ

กลุ่มเป้าหมายลูกค้า



เข้าใจ

พฤติกรรมลูกค้า



เหตุผล.. ที่ลูกค้า

ซื้อสินค้าเรา

Fundamental Concept of Marketing

Business should make what it can sell
not
Attempting to sell what it has made

หลักการการตลาด

เราควรมุ่งมั่นผลิตสินค้าที่ ลูกค้าอยากได้

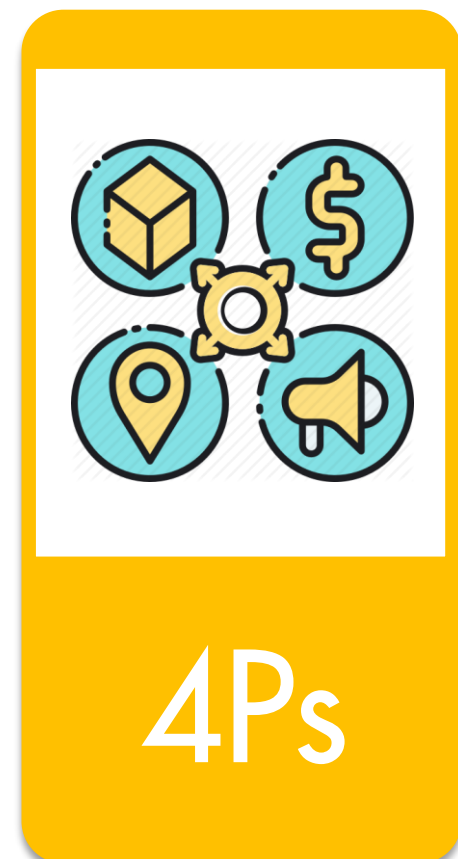
ไม่ใช่

ยึดเยียดที่จะขาย สินค้าที่เราผลิต



หลักการ การตลาด

หลักการตลาด





Company

ตัวเรา

Customer

ลูกค้า

Competitor

คู่แข่ง



S-T-P

Segmentation

การแบ่งกลุ่มตลาด

Targeting

กำหนดตลาดเป้าหมาย

Positioning

กำหนดจุดขาย



4Ps

Product

Price

Place

Promotion



Company

ตัวเรา

Customer

ลูกค้า

Competitor

คู่แข่ง



CUSTOMER

ลูกค้า

การตลาดต้องเริ่มจาก

การมองไปที่ลูกค้าก่อนว่า.....

- ลูกค้าเป็นใคร ?
- ทำไมต้องการสินค้าอะไร ?
- ลูกค้าต้องการรูปแบบอย่างไร ?
- ลูกค้านำไปใช้หรือบริโภคอย่างไร ?
- ลูกค้าอยากซื้อในราคาที่เท่าไร ?
- ลูกค้าสามารถซื้อได้ในราคาเท่าไร ?

อดีต

“การตลาดกำหนดโดยผู้ขาย”



ปัจจุบัน

ผู้ซื้อหรือลูกค้าใช้เป็นพู่กำหนด





CUSTOMER

ลูกค้า

ลูกค้า = ผู้ซื้อ

ลูกค้า = ผู้ใช้



ลูกค้าเป็นใคร ?

ไอ.ไอ.ฟิช IQ.FIT

ต้มโคล้งปลากรอบสำเร็จรูป

น้ำหนักสุทธิ 40 กรัม

วิธีปรุง: ต้มในน้ำเดือดประมาณ 3-5 นาที...
 ใส่น้ำร้อนหรือน้ำต้มสุก (ประมาณ 2 ลิตร)
 ใส่ปลาแห้งที่ต้มสุกแล้ว 3 นาที
 เสิร์ฟพร้อม 4 ส่วน

Product of Thailand

8833932400059

1

ไอ.ไอ.ฟิช IQ.FIT

ต้มโคล้งปลากรอบ สำเร็จรูป

น้ำหนักสุทธิ 40 กรัม

ว่ากันว่า...
 "กินปลาแล้วจะฉลาด"

2

ไอ.ไอ.ฟิช IQ.FIT

ต้มโคล้งปลากรอบ สำเร็จรูป

น้ำหนักสุทธิ 40 กรัม

ว่ากันว่า...
 "กินปลาแล้วจะฉลาด"

3

ไอ.ไอ.ฟิช IQ.FIT

ต้มโคล้งปลากรอบ สำเร็จรูป

น้ำหนักสุทธิ 40 กรัม

ว่ากันว่า... "กินปลาแล้วจะฉลาด"

ลูกค้าเป็นใคร ?



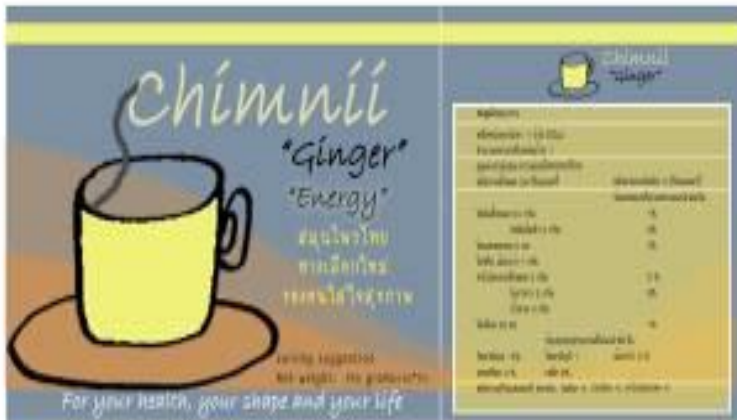
ลูกค้า
เป็นใคร ?





ลูกค้า
เป็นใคร ?

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม เมล็ดแมงลักผงสำเร็จรูป



เครื่องดื่มนวัตกรรม

“เครื่องดื่มเมล็ดแมงลักผงสำเร็จรูป ตราสินค้า Chimnii”



ลูกค้า
เป็นใคร ?

ชาภฤษณา (Jin Ko Tea) สมุนไพรเพื่อสุขภาพ



ลูกค้า
เป็นใคร ?



ผลิตภัณฑ์อาหารเช้า
จากเมล็ดทานตะวัน (Cereal Bar)

ลูกค้า
เป็นใคร ?



ลูกค้า
เป็นใคร ?



วิธีคิด

สำคัญกว่า

ความรู้



GSB

สร้างธุรกิจ SMEs ยุคดิจิทัล
ให้ดี ตั้ง ปังนาน
SMEs Thriving in a digital world

เปลือกและแก่นของธุรกิจ



บรรยายโดย ดร.วัชรชัย ตวงรัตนพันธ์
ผู้อำนวยการบริหาร สมาคมค้าปลีกไทย