

Design Thinking & Business Model Canvas

ณัฐพร สันตะวิชญ์

Trainer

Positioning Statement

สำหรับ (กลุ่มเป้าหมาย), (ข้อเสนอของคุณ)
คือ (หมวดหมู่ตลาด) ที่มอบ (ประโยชน์หลัก),
ซึ่งแตกต่างจาก (คู่แข่งหลัก) ที่มอบ (ประโยชน์ของคู่แข่ง).

Positioning Statement

สำหรับ _____,

_____ คือ _____

ที่มอบ _____,

ซึ่งแตกต่างจาก _____

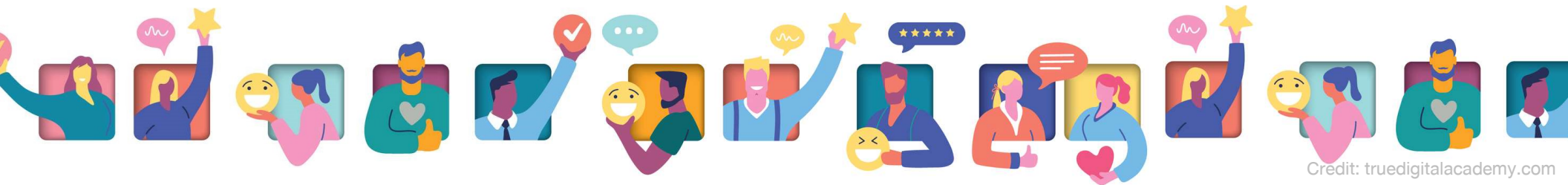
ที่ _____

การค้นหาลูกค้าที่ใช้



Customer Persona

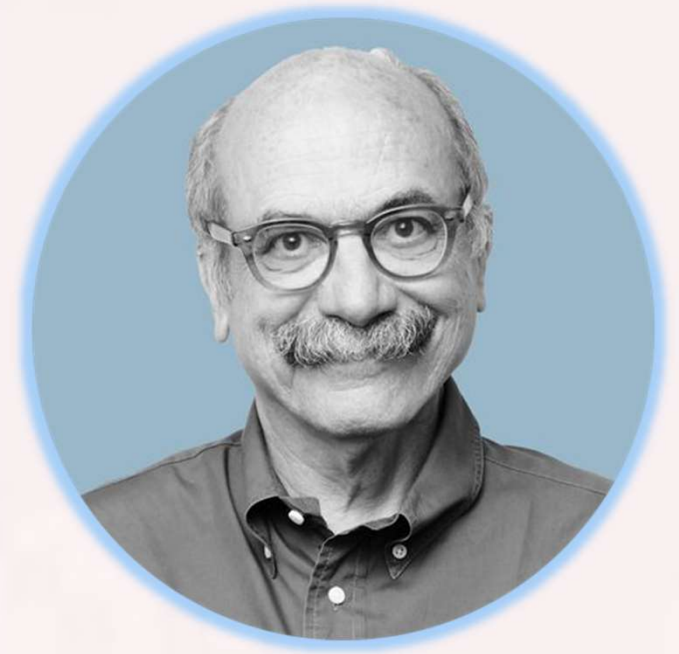
การจำลองโปรไฟล์ลูกค้าขึ้นมา ว่าลักษณะนิสัย ความคิด และบุคลิกภาพเป็นอย่างไร
ใช้ทำความเข้าใจพฤติกรรม ปัญหา และความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น
เพื่อส่งมอบคุณค่าของสินค้าหรือบริการผ่านการสื่อสารที่โดนใจ



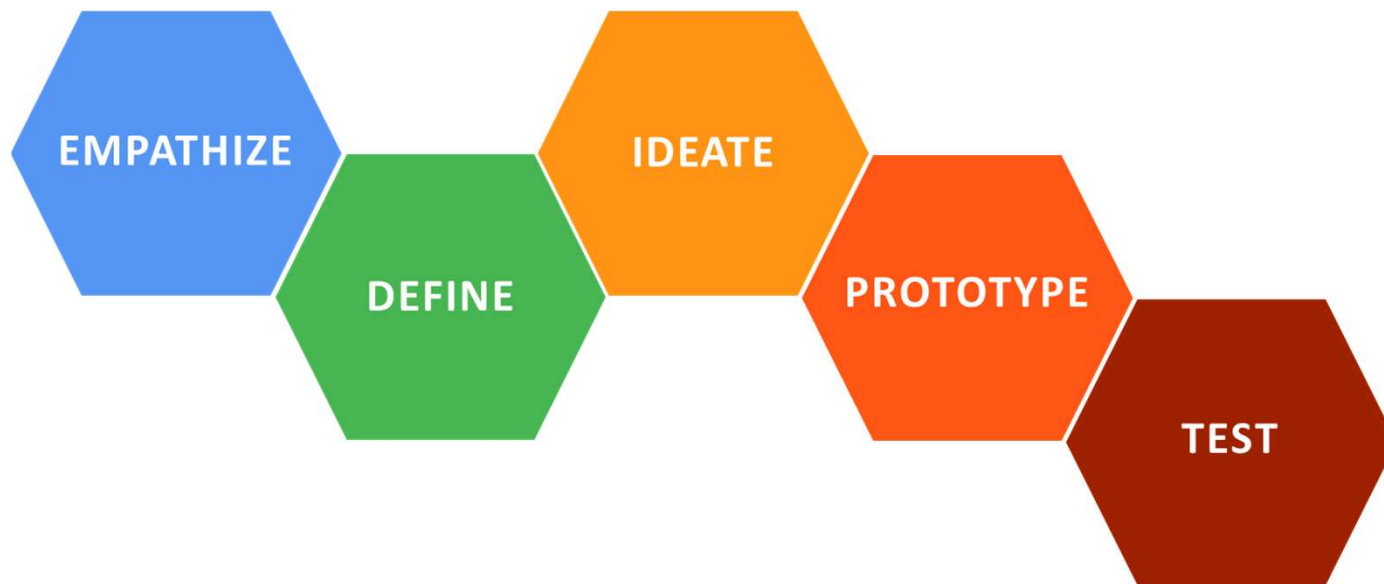
Credit: truedigitalacademy.com

“การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นวิธีสร้างความคิดใหม่อย่างก้าวกระโดด นอกกรอบเดิมโดยเฉพาะสำหรับโครงการและปัญหาที่ซับซ้อน เป็นเวลาที่ต้องใช้ทีมที่มีความชำนาญหลากหลายศาสตร์ จำเป็น ต้องสร้างและทดลองต้นแบบกับผู้ใช้”

- เดวิด เคลลี
ผู้ร่วมก่อตั้ง IDEO

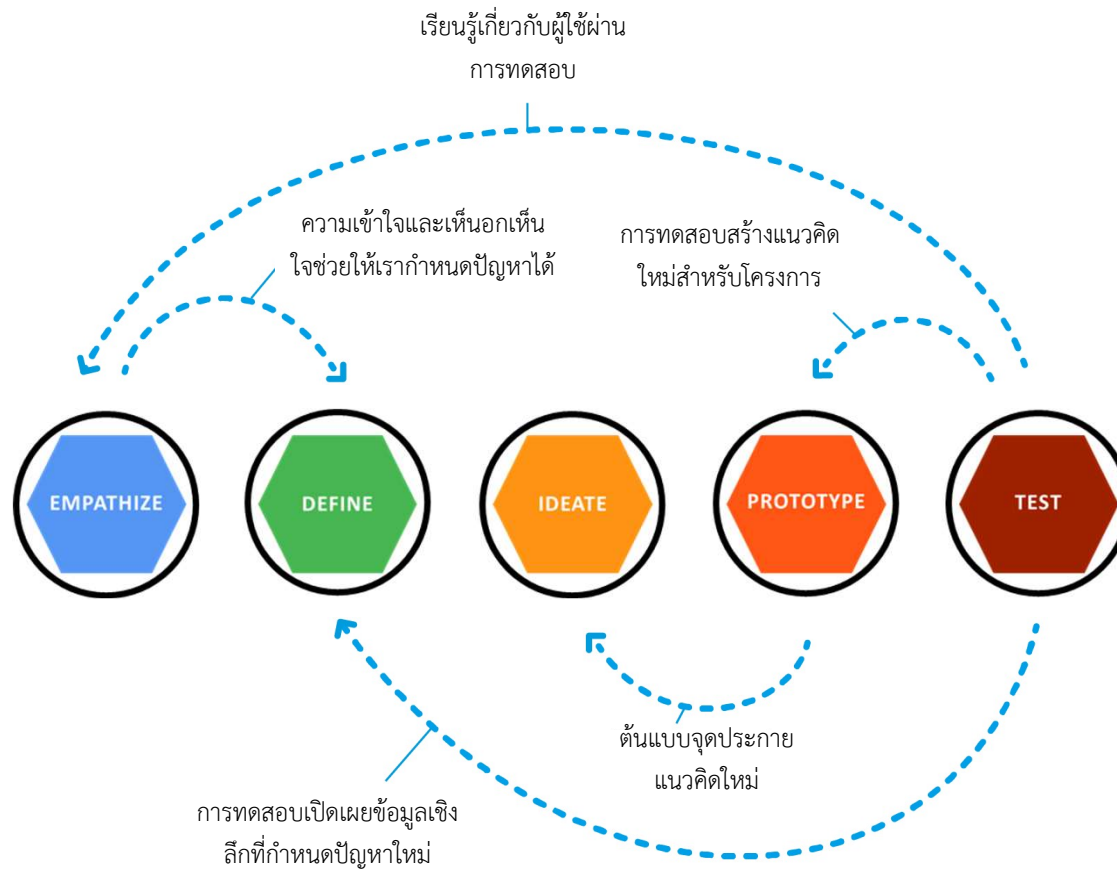


DESIGN THINKING PROCESS



a Non-Linear Process

ITERATION !!



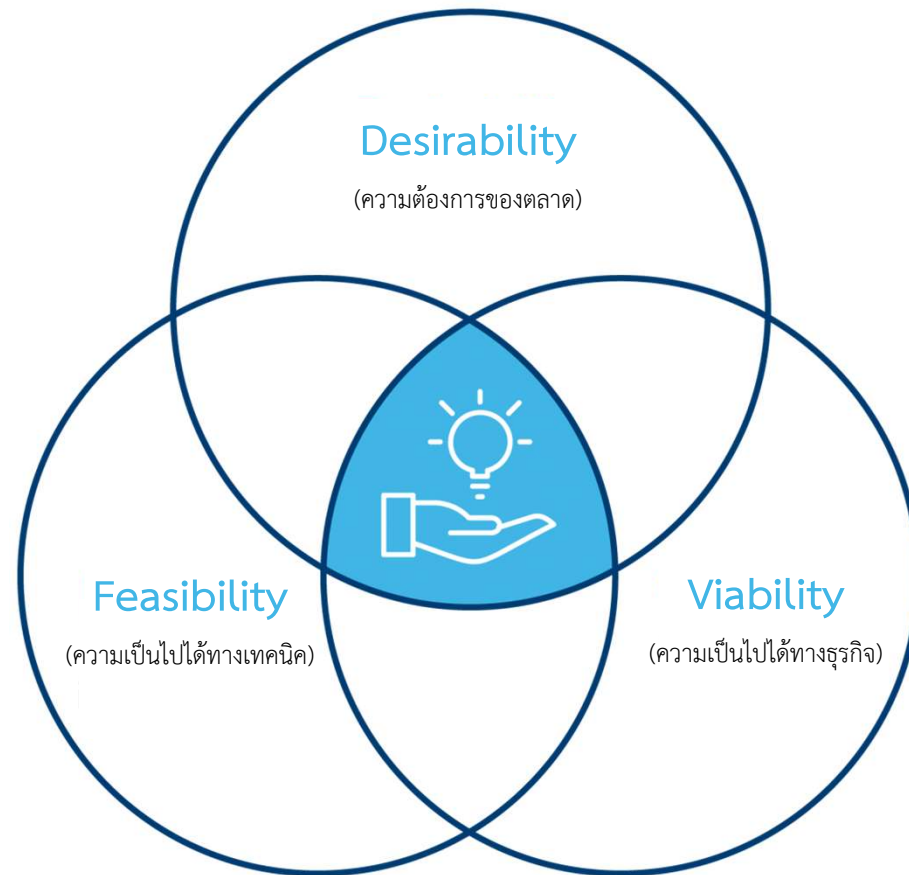
ITERATION !!

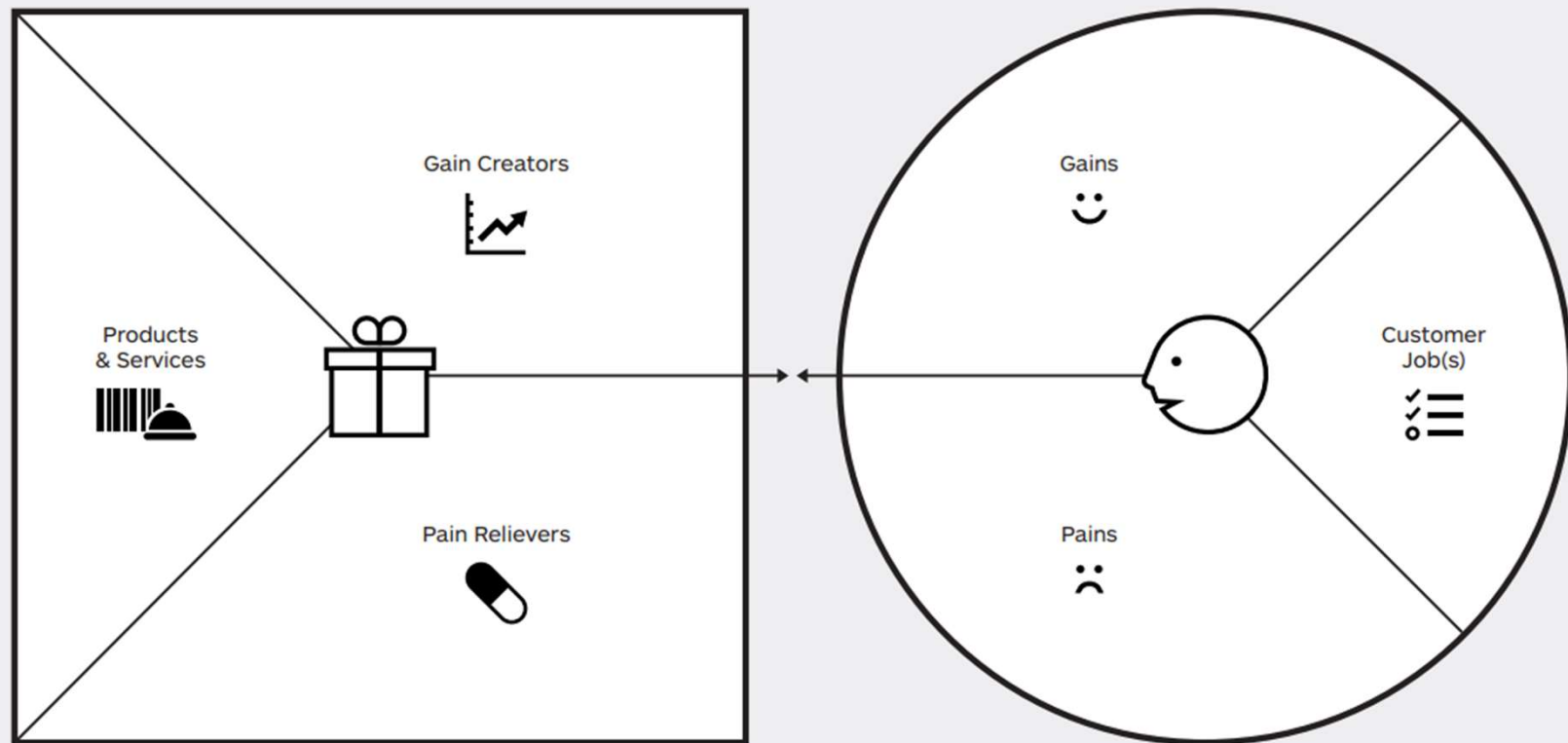
“การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นแนวทางที่มุ่งเน้นผู้คนในการสร้างนวัตกรรม โดยใช้เครื่องมือของนักออกแบบเพื่อบูรณาการความต้องการของผู้คน ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยี และข้อกำหนดเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ”



- ทิม บราวน์
ผู้ร่วมก่อตั้ง IDEO

Three Lenses of Design Thinking





The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners  พันธมิตรหลัก เครือข่ายซัพพลายเออร์และพันธมิตรที่นำทรัพยากรและกิจกรรมจากภายนอกเข้ามา	Key Activities  กิจกรรมหลัก กิจกรรมที่มีความสำคัญสูงสุดที่บริษัทต้องทำให้ดี Key Resources  ทรัพยากรหลัก สิ่งที่ต้องใช้เพื่อเสนอและส่งมอบส่วนประกอบต่างๆ ที่พูดถึงก่อนหน้านี้	Value Propositions  การเสนอคุณค่า เกิดจากชุดของสินค้าและบริการที่สร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง	Customer Relationships  ความสัมพันธ์กับลูกค้า อธิบายว่าบริษัทมีความสัมพันธ์แบบไหนกับลูกค้า รวมถึงบอกวิธีการหาลูกค้าและรักษาเอาไว้ Channels  ช่องทาง วิธีสื่อสารและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านช่องทางการสื่อสาร การกระจายสินค้า และการขาย	Customer Segments  กลุ่มลูกค้า กลุ่มหรือองค์กรที่บริษัทมุ่งจะเข้าถึงและสร้างคุณค่าให้
Cost Structure  โครงสร้างต้นทุน ต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินงานตามโมเดลธุรกิจ		Revenue Streams  กระแสรายได้ เป็นผลจากการเสนอคุณค่าที่ประสบความสำเร็จ บริษัทจึงได้เก็บเกี่ยวคุณค่าในราคาที่ลูกค้ายอมจ่าย		



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 271 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer
strategyzer.com

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 			Revenue Streams 	



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 571 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer
strategyzer.com



“ไม่มีข้อเท็จจริงใด ๆ อยู่ในออฟฟิศ...ดังนั้นออกไป
ข้างนอกแล้วไปคุยกับลูกค้าเถอะ”

-- สตีฟ แบลงค์,
ผู้ประกอบการและนักเขียน