

BUSINESS PLAN IN ONE PAGE

B P O P

ธุรกิจ ในหน้าเดียว

**A COMPREHENSIVE
BUSINESS CANVAS**

พร้อมวิธีการใช้งานกับ
ตัวอย่างจริง

USECASE
11
ประเภทธุรกิจ

ดร.ณิภา เต๋นไพศาล และ คณะ

Check
point

BUSINESS PLAN IN 1 PAGE

ธุรกิจในหน้าเดียว

Chapter

01.

Business
CHECKPOINT



การเขียนแผนธุรกิจในหน้าเดียว
มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจ

การเชื่อมโยงของส่วนต่างๆ
ที่ประกอบกันเป็นแผนธุรกิจ

ก่อนลงมือเขียนแผน
มาทำความเข้าใจ

CHECK POINT
แต่ละจุดกันก่อนนะคะ

สารบัญเนื้อหา

for your success business

Chapter

01.

**Business
CHECKPOINT**



Chapter

02.

**Business
ELEMENT
Essential**



Chapter

03.

**REAL USECASE
BUSINESS**



Chapter

04.

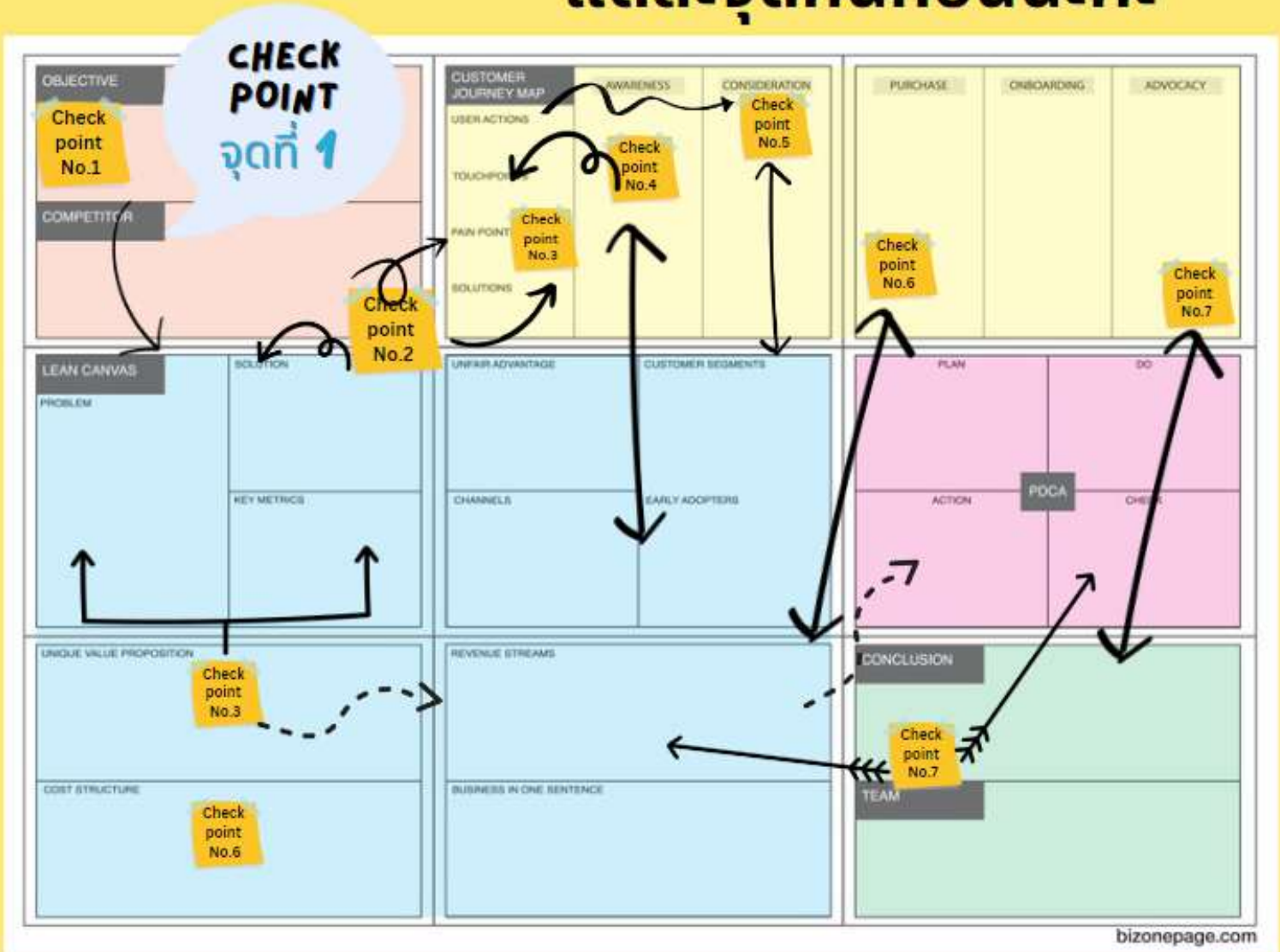
**Next step for Young
Entrepreneurs**



ก่อนลงมือเขียนแผน มาทำความเข้าใจ



CHECK POINT แต่ละจุดกันก่อนนะคะ



Check point No.1

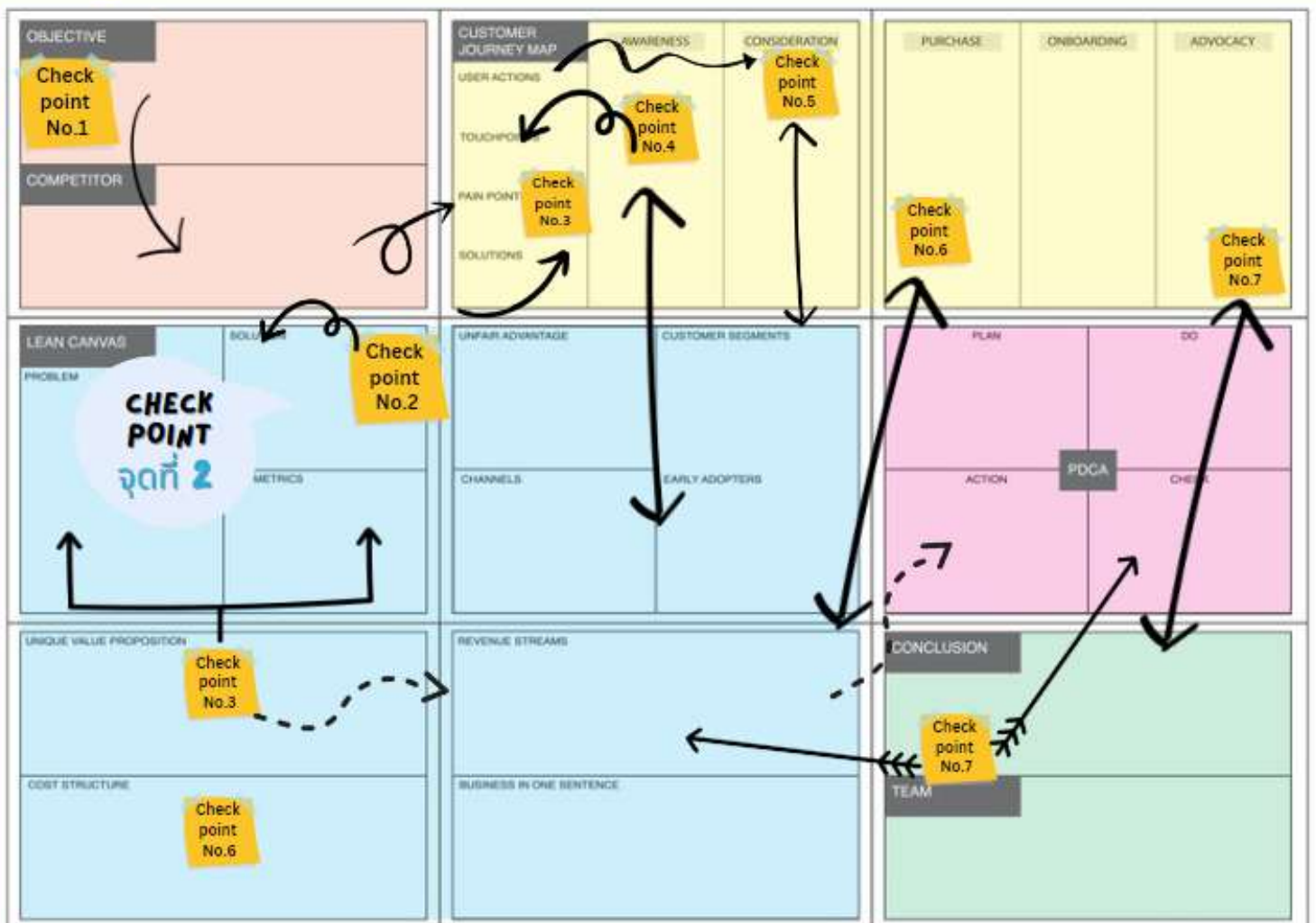
Check point No.1

Objective หรือ จุดประสงค์ในการทำธุรกิจ คุณอาจจะตั้งคำถามว่า “ทำไมธุรกิจนี้ต้องมีอยู่” ซึ่งจะ link หรือเชื่อมโยงกันกับ Problem - Solution เพราะเราคงไม่สร้างธุรกิจอะไรขึ้นมา ถ้าหากว่ามันไม่ได้แก้ปัญหาให้ธุรกิจ ช่วยเพิ่มยอดขาย ลดรายจ่าย หรือช่วยเหลือให้ชีวิตผู้คนดีขึ้น



ผ่านจุดที่ 1 มาทำความเข้าใจ CHECK POINT

จุดที่ 2 SOLUTION และ PAINPOINT



bizonepage.com

Check point No.2

Check point No.2

มาที่จุดนี้ เราควร Recheck อีกครั้งว่า Solution ที่เรานำเสนอนั้นได้แก้ Painpoint ของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการประหยัดเวลา ลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ หรือเป็นปัญหาที่บางทีลูกค้าก็ไม่รู้ว่าตนเองมีปัญหานี้อยู่ และธุรกิจนี้เหมาะแก่การ Scale หรือมีความสามารถในการขยาย หรือ หรือเปล่า



**การทำธุรกิจไม่ใช้การ
แค่ตั้งคำถาม**

*WHO ? WHEN ?
WHAT ? HOW ?
HOW MUCH ? WHERE ?*

แต่....

**คือ การถามอย่างลงลึกในรายละเอียด
เพื่อหาข้อมูลเพื่อวางแผนและพัฒนา
ให้ธุรกิจดีขึ้น**

BOOMER

X

Y

Z

WHO ?

สิ่งที่ควรรู้ในการตอบ
โจทย์ลูกค้าต่าง
Generation

Baby Boomer (เกิดระหว่างปี 1946-1964)

1. ความมั่นคงและคุณภาพ:

- มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพและความเชื่อถือได้ ลูกค้ากลุ่มนี้มักให้ความสำคัญกับความมั่นคงและความทนทานของสินค้า

2. การบริการลูกค้าที่ดี:

- การให้บริการที่ดีและการดูแลลูกค้าหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญ ลูกค้ากลุ่มนี้ชอบความเอาใจใส่และความประทับใจในบริการ

3. ช่องทางการสื่อสาร:

- ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งแบบดั้งเดิม (เช่น โทรศัพท์ อีเมล) และดิจิทัล (เช่น เว็บไซต์) เพื่อเข้าถึงกลุ่มนี้

Generation X (เกิดระหว่างปี 1965-1980)

1. ความสะดวกสบาย:

- เน้นการนำเสนอสินค้าที่ช่วยประหยัดเวลาและเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน

2. ข้อมูลที่ชัดเจนและโปร่งใส:

- ให้ข้อมูลสินค้าและบริการอย่างละเอียด ชัดเจน และโปร่งใส ลูกค้ากลุ่มนี้มักจะทำการค้นคว้าข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ

3. การสร้างสมดุลระหว่างงานและชีวิต:

- การนำเสนอสินค้าที่ช่วยสร้างสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว เช่น บริการที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายในเวลาว่าง