

ENTREPRENUERIAL CANVAS – Part 1

Converted from BMC, LEAN Integrated with Marketing and Project Management by Paramintara Yaoyuenyong

<p>(1) Problem ปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย 1-3 ปัญหาหลัก</p> <p>WHAT</p>	<p>(2) Solution แก้ปัญหาหลักของ ลูกค้าอย่างไร</p> <p>HOW TO</p>	<p>(4) Unique Value Proposition จุดเด่นของสินค้า/บริการที่คู่แข่งไม่มี หรือทำตามได้ยาก</p> <p>WHY</p>			<p>(1) Customer Segment กลุ่มเป้าหมาย</p> <p>WHO WHY HOW</p>
<p>(5) Product/Service Positioning เป้าหมายปลายทางของสินค้า/บริการ</p> <p>WHAT</p>	<p>(3) Customer Decision Making Keys ลูกค้าตัดสินใจซื้อด้วยเงื่อนไขใด</p> <p>WHAT WHY</p>	<p>(4) Unfair Advantage ข้อได้เปรียบที่เหนือคู่แข่ง</p> <p>What</p>	<p>(6) Channels การสื่อสาร และช่องทางการขาย</p> <p>Where How</p>	<p>1st Target Customer กลุ่มลูกค้าหลัก</p> <p>2nd Target Customer กลุ่มลูกค้ารอง</p>	
<p>(3) Existing Solution (Competitor) in Market คู่แข่ง หรือ ทางเลือกในการแก้ปัญหาเดียวกันที่พบในปัจจุบัน</p> <p>WHO</p>	<p>(7) Cost Structure ต้นทุน</p> <p>How much</p>	<p>(7) Revenue Streams ประมาณการรายได้ และ แหล่งที่มาของรายได้</p> <p>How much Where WHY</p>		<p>(7) ROI and Gain in ระยะคืนทุน และระยะกำไร</p> <p>When</p> <p>STEP OUT & STOP ระยะถอยคืน หรือ ระยะหยุด</p> <p>When</p>	

ENTREPRENUERIAL CANVAS – Part 2

Converted from BMC, LEAN Integrated with Marketing and Project Management by Paramintara Yaoyuenyong

Key Activity, Process and Lead Time กิจกรรมหลักในแต่ละช่วงกระบวนการและระยะเวลา	
Key Metrics การวัดผล	
Key Partner ภาคีหลัก	
Key Resources ทรัพยากรหลัก	
Risk and Control ความเสี่ยงกับการควบคุม	