

PITCHING TIPS



เสนอจุดต่าง สร้างจุดโต

“...คุณค่าอยู่ที่คนมองหา
ถึงจะมองเห็น...”

Q 00: Who is your audience?

Know your audience to pitch effectively

วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (audience) “เฝ้า” คือใคร? :: “รู้เฝ้า รู้เรา รอบรู้ครั้ง ชนรอบรู้ครั้ง” :: Value for Whom... “KNOW HOW” หรือจะรู้ “KNOW WHO” ::: คู่ค้า (partner) คู่แข่ง (competitor) คู่ใจ (promoter) ++ เข้าใจรูปแบบความสัมพันธ์ และเข้าถึงโครงข่ายความสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ ให้ได้ “ทำความเข้าใจ เพื่อจะได้รู้ใจ” ::

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), *adapted from Linda Plano*

Q 01: Why should I, the audience, care?

Market Size and Market Pain

ระบุขนาดตลาด “โอกาส” จากกระแสนิยม (trend) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง (transition) ทิศทางตลาดอุบัติใหม่ (emerging market) หรืออุปสงค์ซ่อนเร้น (latent demand) ::: สินค้าและบริการของเราช่วยแก้ไขปัญหาคือ (problem solution fit) กำจัด Pains ปิด Jobs(-to-be-done) ได้อย่างไร (how) ทำไมถึงต้องแก้ไขปัญหานี้ (why) สำคัญ จำเป็น มีคุณค่า และ มูลค่าหรืออย่างไร? ตรงความต้องการของตลาดหรือไม่ (Product Market Fit) :::

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), adapted from Linda Plano

Q 02: What do you do?

The Secret Sauce

สื่อสาร “สูตรเด็ด เคล็ดลับ” สร้าง “พรรคทอง” ของธุรกิจ คืออะไร ทำได้ดีกว่า ลอกเลียนแบบได้ยาก ทำในสิ่งที่คนอื่นไม่ทำ เช่น “เร็วทันใจ หรือ ล้ำนำสมัย” ใช้งานง่าย ไม่ต้องคิดมาก ควรเลือก “จุดแข็ง จุดขาย” นำเสนอคุณสมบัติที่ “ดี เด่น ดัง” ที่โดนใจลูกค้าที่สุด ไม่เพียงแค่นำเสนอจุดขาย (Unique Selling Point: USPs) แต่ต้องสร้างจุดจดจำที่ตราตรึงใจ เป็นสิ่งที่ต้องการให้ผู้ฟังพูดถึงไม่มีวันลืม (Unique Talking Points: UTPs) และ จุดเปลี่ยนแปลง กระตุ้นให้ผู้ฟังเปิดใจรับฟัง (Unique Inflection Points: UIPs)

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), adapted from Linda Plano

Q 03: Why will you win?

Competitive Advantage

สิ่งใดที่ทำให้เราอยู่ “เหนือคู่แข่ง (Competitive Advantage: CA) หรือเป็นผู้นำในตลาดของสินค้า / บริการนั้นๆ ควรบ่งชี้ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ตอบโจทย์การใช้งาน แก้ไขปัญหาได้ตรงจุด จาก คุณลักษณะอันโดดเด่น หรือ ระบุกรณีการใช้งาน (Use Cases) พร้อมยกตัวอย่างวิธีการใช้ ประโยชน์ให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน (Showcases)

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), *adapted from Linda Plano*

Q 04: How will you stay better?

IP Status and Strategy

ปัจจัยใดที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปอย่างมีกำไร หรือเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งคู่แข่ง “ชนิด ขาดลอย” หรือสิ่งที่คู่แข่ง “ไม่สามารถเอาชนะได้เลย (Unfair Advantage: UA) อาทิ กลยุทธ์ล้ำยุค (Winning Strategy), นวัตกรรมพลิกโลก (Disruptive Innovation), กริพย์สินทางปัญญา (สิทธิบัตร, อนุสิทธิบัตร, สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) เป็นต้น

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), adapted from Linda Plano

Q05: Does it work?

Tech Status and Strategy

นำเสนอคุณสมบัติพิเศษอันโดดเด่นของนวัตกรรมหลัก (Breakthrough Innovation) หรือ เทคโนโลยีสำคัญที่ช่วยสร้างคุณค่าใหม่ (Disruptive Technology) สอดคล้อง และ หนุนเสริมแนวทางกลยุทธ์ทำให้ธุรกิจเติบโตได้ตั้งแต่ก้าวแรก (Growth Driver) หรือ สามารถสร้างผลกำไรอย่างก้าวกระโดด (Exponential Growth) ฉะนั้นควรระบุ จุดต่าง สร้างจุดโต “ให้ชัด” และ จะทำให้ “รวยตั้งแต่วันแรก” ต้องทำอย่างไร

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), *adapted from Linda Plano*

Q06: How will you make money?

Business Model

อธิบายกลไกการทำงานของแบบจำลองสายธารรายได้ของธุรกิจ “Revenue Model Mechanism” โดยเฉพาะการกำหนดรูปแบบการสร้างรายได้ (Revenue Pattern) ทำไมเลือกวิธีการนี้ หรือ วิธีการเติบโตแบบนี้ จะช่วยสร้าง R.F.M. Metrics —> Recency (R) ช้อลัน : Frequency (ช้อซ้ำ) : Monetary (ช้อมาก) ได้อย่างไรในอนาคต

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), *adapted from Linda Plano*

Q07: How much will you make?

Financial Projections

เสนอข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ทางการเงิน บ่งชี้
ขีดความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ประเด็น
การวิเคราะห์อื่นๆ (ถ้ามี) อาทิ Break Even Point
(BEP), Cost Benefit Analysis (CBA), ฉายภาพ
ผลสำเร็จ หรือการคาดการณ์ / พยากรณ์รายได้
ในอนาคต นอกจากนั้นยังสามารถแสดงอัตราการ
ตอบสนองต่อโฆษณา หรือยอดผู้ใช้งานจริง
(Conversion Rate: CVR) เพื่อสร้างความเชื่อมั่น
ให้กับนักลงทุน / คู่ค้า / พันธมิตรทางธุรกิจ เป็นต้น

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), adapted from Linda Plano

Q08: Why you?

Team

คณะทำงาน / ผู้เชี่ยวชาญ หรือ โครงข่ายความร่วมมือ ควรสังเคราะห์ข้อมูลจาก Stakeholder Mapping และ/หรือ Value Network Analysis (VNA) โดยมุ่งเน้นมิติความสัมพันธ์เกี่ยวกับ audience ใน Q0 เป็นต้น

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), *adapted from Linda Plano*

Q09: What will you do?

Development Plan

แผนการพัฒนาสินค้าและบริการในอนาคต มองการณ์ไกล (foresee) มองอนาคต (foresight) มอง(เห็น)ก่อนใคร (forefront) = จะเป็นที่หนึ่งได้ก็จะต้องเปิด “พรมแดนแห่งความรู้ใหม่ (New Knowledge & New Boundaries)” ::: ฉายภาพอนาคตแห่งความสำเร็จ :::

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), *adapted from Linda Plano*

Q10: How much will it cost?

The Ask

มูลค่าการลงทุน / หน่วย ผลตอบแทน ระยะเวลา
การคืนทุน สิทธิพิเศษ สิทธิประโยชน์ หรือมาตร
วัดผลสำเร็จ (innovation metrics) อื่นๆ (ถ้ามี)
อาทิ Return On Investment (ROI), Return On
Asset (ROA), Return On Health (ROH),
Customer Lifetime Value (CLV) เป็นต้น ปิดท้าย
ด้วย “วรรคทอง (selling messages)” เร่งเร้าให้ผู้
ฟังเกิดความ “สนใจ ซื้อใช้ บอกต่อ”

QUESTION	ASSOCIATED BUSINESS ISSUES
0. Who is your audience?	Know your audience to pitch effectively
1. Why should I, the audience, care?	Market size and market pain
2. What do you do?	Secret sauce
3. Why will you win?	Competitive advantage
4. How will you stay better?	IP status and strategy
5. Does it work?	Tech status and strategy
6. How will you make money?	Business model
7. How much will you make?	Financial projections
8. Why you?	Team
9. What will you do?	Development plan
10. How much will it cost?	The ask

Source: ANUWAT CHURYEN (2018), *adapted from Linda Plano*



[COLAB]

powered by iGTC



[www.mjuigtc.com]

powered by iGTCx