

Interactive Workshop
CoLAB by iGTC

Contextual Analysis Walk- Through Workshop:

Taking Steps to Understand Existing Landscape and Emerging Opportunity

Key Points:

- *Business Landscape Scanning Method*
- *Contemporary Issues in Food Business*
- *Missing Demand Mapping*

 #MJUiGTC **LIVE**

 CONNECTING
COMMUNITIES



Anuwat Churyen

Director
International Gastronomy
Tourism Centre

Co-Founder
Service Innovation Academy
School of Tourism Development
Maejo University

www.mjuigtc.com





Interactive Workshop
CoLAB by iGTC

Customer Development Methodology:

A Closer Look on the Building Block of Customer Discovery Process with the Lean Approach

Key Points:

- *Customer Centricity Lexicon*
- *Customer Development Process*
- *iGTC Customer Discovery Practice*



Anuwat Churyen

Director
International Gastronomy
Tourism Centre

Co-Founder
Service Innovation Academy
School of Tourism Development
Maejo University



Tuesday,
10th June 2022

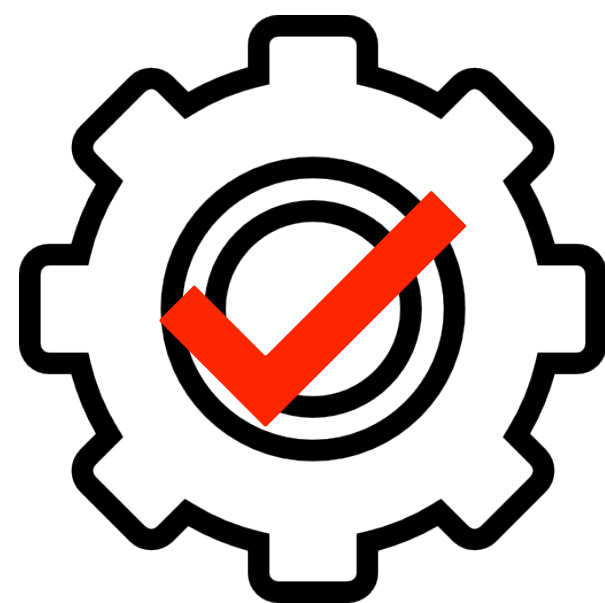
09:00 - 12:00 hrs
NU Sci Park, Naresuan University

In Collaboration With
Food Innopolis NSTDA x iGTC





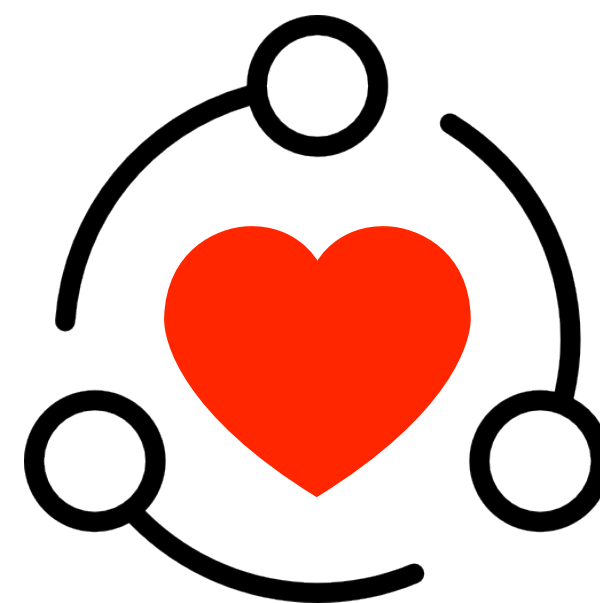
 @MJUiGTC



1

PRINCIPLE

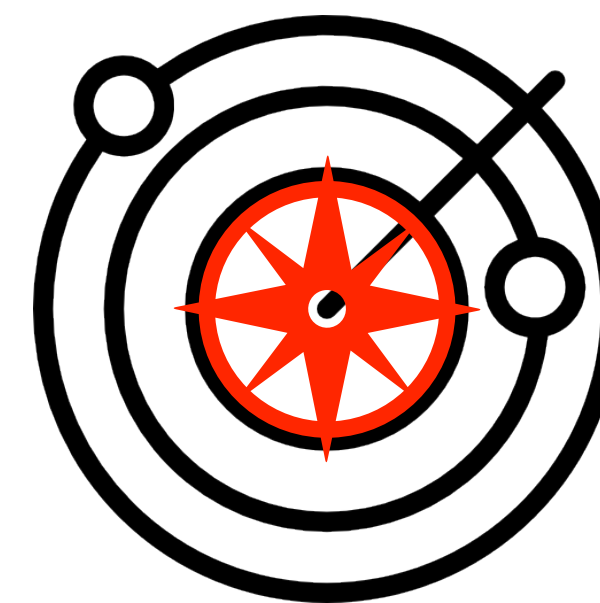
Customer Centricity
Mindset
Toolset
Skillset



2

PROCESS

Customer Development
Steps
Stages
Strategies



3

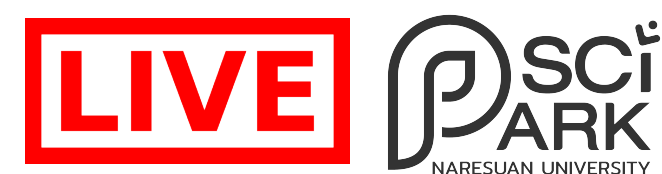
PRACTICE

Customer Discovery
iGTC Playbook
User Research Methods
How-Tos

Anuwat Churyen

Director
International Gastronomy
Tourism Centre

Co-Founder
Service Innovation Academy
School of Tourism Development
Maejo University



Tuesday,
10th June 2022

09:00 - 12:00 hrs
NU Sci Park, Naresuan University

In Collaboration With
Food Innopolis NSTDA x iGTC





1

PROLOGUE

Customer Discovery

[...]

“...เน้นการทำความเข้าใจ Customer Development
ie “perception & MOTIVATION” incl insights, painpoints, etc

มากกว่า Business Development
eg Product/Service Prototype, Product/Service Story...”

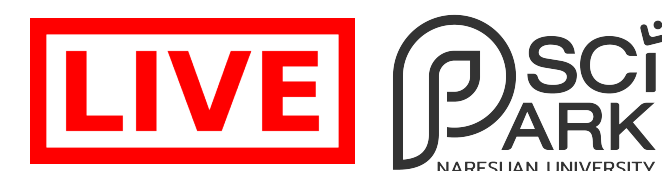
รู้จัก รู้ใจ เข้าใกล้ “ลูกค้า (ผู้ใช้)” มากกว่าที่ “เคยเป็น”

eg Early Adopter, Conscious Consumer, Mindful Farmer, Social Mover, etc

Anuwat Churyen

Director
International Gastronomy
Tourism Centre

Co-Founder
Service Innovation Academy
School of Tourism Development
Maejo University



Tuesday,
10th June 2022

09:00 - 12:00 hrs
NU Sci Park, Naresuan University

In Collaboration With
Food Innopolis NSTDA x iGTC





f @MJUiGTC

Anuwat Churyen

Director
International Gastronomy
Tourism Centre

Co-Founder
Service Innovation Academy
School of Tourism Development
Maejo University

2

PROLOGUE

Ethnographic Research

[...]

“...นำเสนอเนื้อหาด้วยการเล่าเรื่อง (storytelling) ผ่านเรื่องเล่า (narrative) ซึ่งผู้นำเสนอรวบรวมมุมมอง “คนใน (insider)” ที่มีฐานความรู้เสมอกัน (Peer-to-Peer)

ฉายภาพกระบวนการศึกษาวิจัยผู้ใช้งานในฐานะ “นักปฏิบัติ (practitioner)”

เรียบเรียงเนื้อหาด้วยการประกอบชุดความรู้จากชุดข้อมูลฐานราก (grounded knowledge) โดยการศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา (ethnography) ของกลุ่มนักออกแบบ หรือผู้เชี่ยวชาญการพัฒนาผลงานนวัตกรรมสร้างสรรค์...”

LIVE  **sci**
PARK
NARESUAN UNIVERSITY

Tuesday,
10th June 2022

09:00 - 12:00 hrs
NU Sci Park, Naresuan University

In Collaboration With
Food Innopolis NSTDA x iGTC



f @MJUiGTC

Anuwat Churyen

Director
International Gastronomy
Tourism Centre

Co-Founder
Service Innovation Academy
School of Tourism Development
Maejo University

3

PROLOGUE

Hybrid Methods

[...]

“...ประมวลภาพสะท้อนเชิงมโนทัศน์ (concept) ที่มีต่อการศึกษาวิจัยผู้ใช้งานในฐานะ
“คนนอก (outsider)” ในลักษณะองค์รวม (holistic)

มุ่งอธิบายปรากฏการณ์ด้วยพหุวิทยาการ “ข้ามศาสตร์ความรู้” อาทิ มนุษยวิทยา,
สังคมวิทยา, จิตวิทยา และหรือ สาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบที่ให้ความ
สำคัญกับผู้ใช้งาน และ “เข้าใจความเป็นมนุษย์” (Human-Centred Design: HCD)
เป็นแกนสารของกรอบหลักในการนำเสนอ...”

LIVE  **sci**
PARK
NARESUAN UNIVERSITY

Tuesday,
10th June 2022

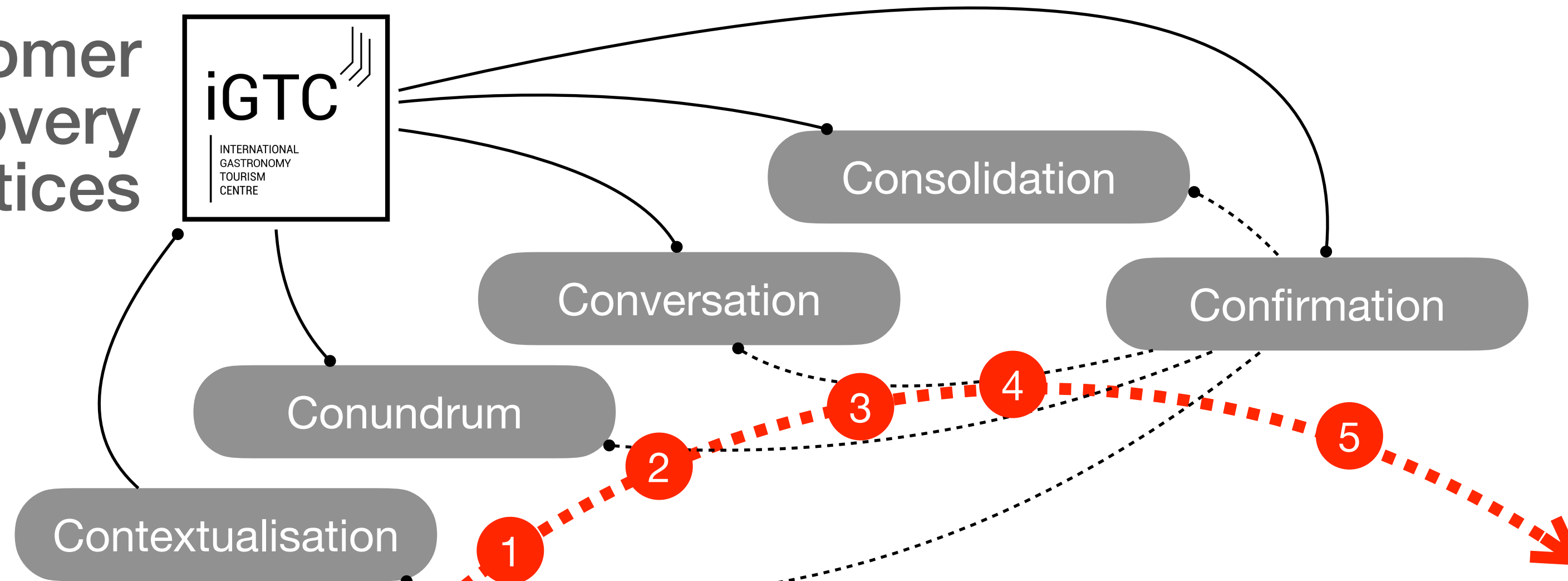
09:00 - 12:00 hrs
NU Sci Park, Naresuan University

In Collaboration With
Food Innopolis NSTDA x iGTC

iGTC Customer Discovery Practices



Exploration is based on *ethnographic research* techniques. The goal of exploration is to *collect a lot of data on potential problem sets* within a given industry or customer type, and to collect detailed stories about customer behavior.

- Trevor Owens

Customer Discovery

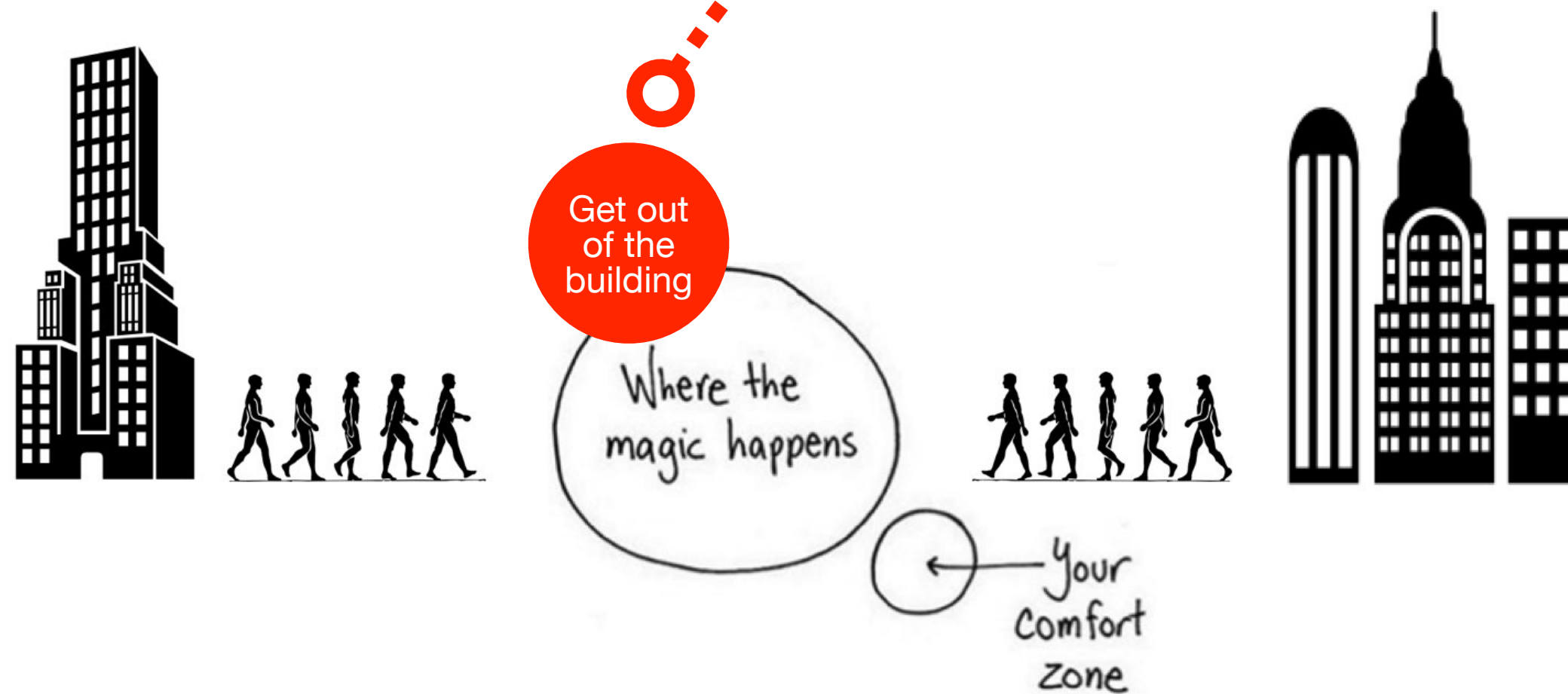
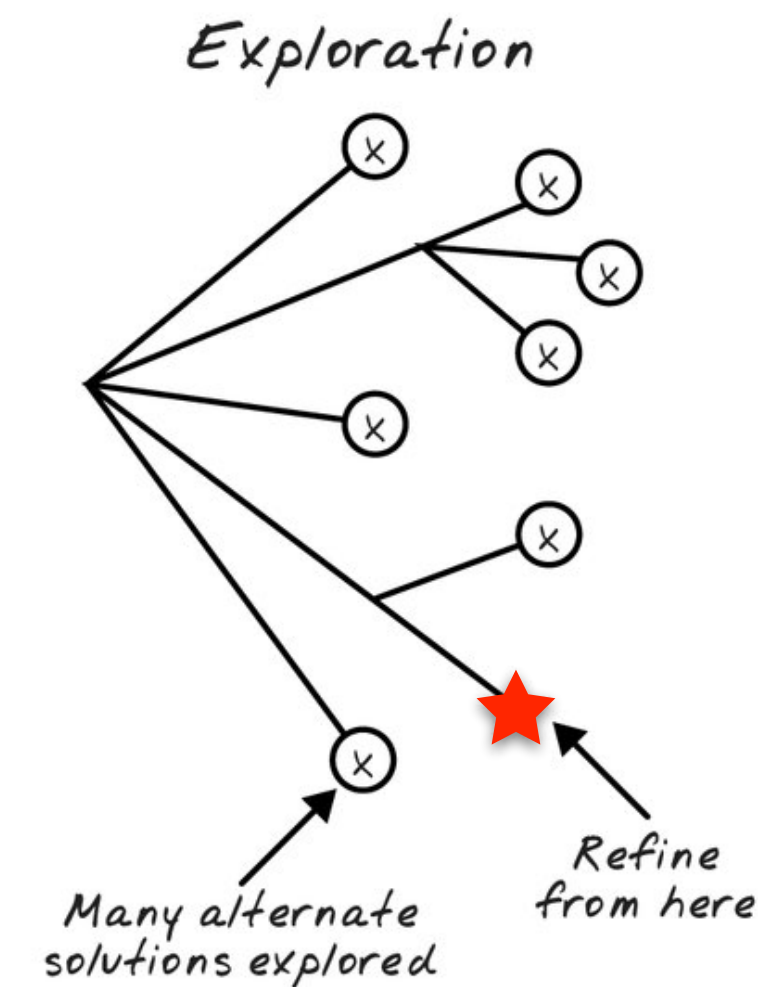
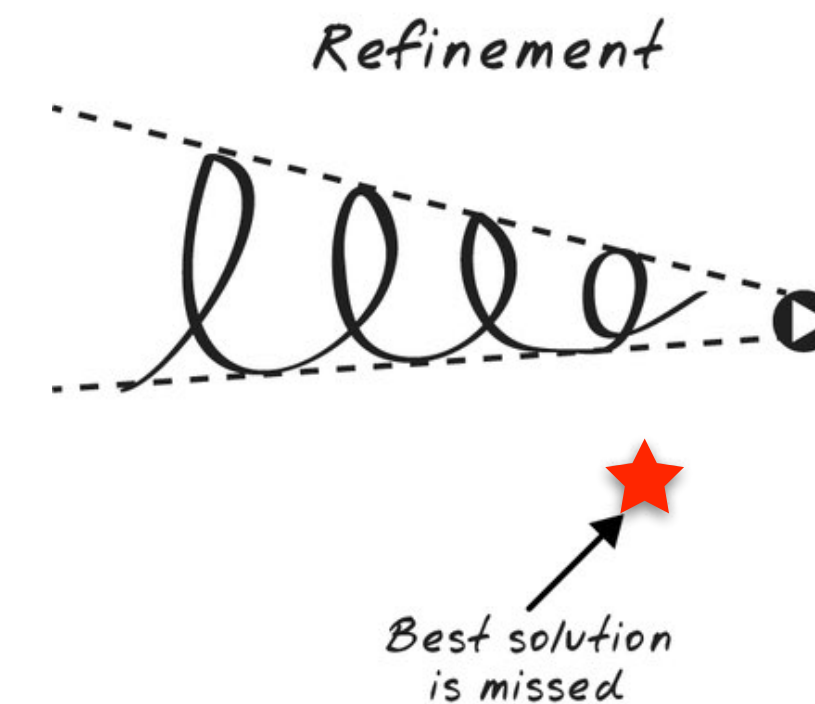


Image credit: Alexej Jordanov



○ Inductive — Adductive — Deductive ○
specific ○ generic ○ specific

Image credit: Trevor Owens

User Experience Research Methods:

A Closer Look on the Building Block of User Research Methods Landscape with the Lean Approach

LIVE



Google Meet



Anuwat Churyen
Director
International Gastronomy
Tourism Centre
Co-Founder
Service Innovation Academy
School of Tourism Development
Maejo University

Special Talk
@CoETR Naresuan University

Customer Development Methodology:

A Closer Look on the Building Block of Customer Discovery Process with the Lean Approach

Key Points:

- Customer Centricity Lexicon
- Customer Development Process
- iGTC Customer Discovery Practice

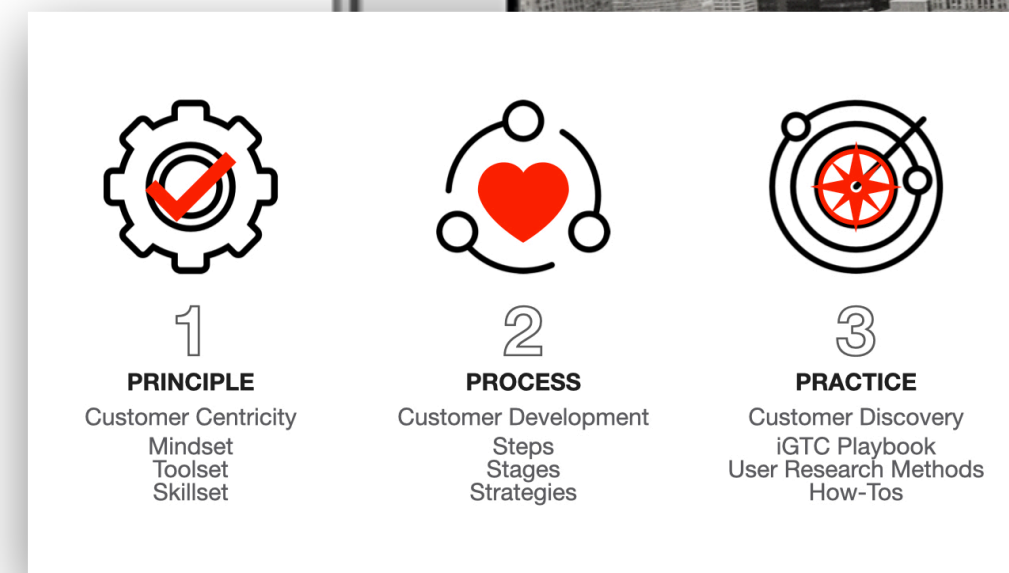
LIVE zoom

Thursday,
16th December 2021

11:00 - 16:30 hrs
Online Webinar via Zoom

In Collaboration With
iGTC x CoETR Naresuan University







International Gastronomy Tourism Centre

HOME ABOUT BLOG TEXTS **TRAINING** CONTACT

Search ...

Customer Development Methodology:

A Closer Look on the Building Block of Customer Discovery Process with the Lean Approach

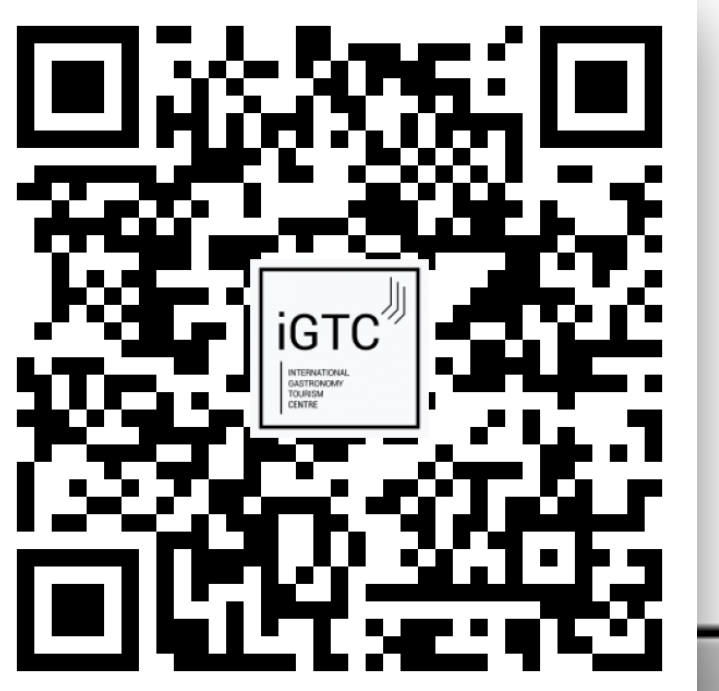
LIVE zoom

Thursday,
16th December 2021

11:00 - 16:30 hrs
Online Webinar via Zoom

In Collaboration With
iGTC x CoETR Naresuan University





Downloads:

- iGTC Contextual Research Tools
- iGTC User Research Tools

 **#MJUiGTC**

www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB



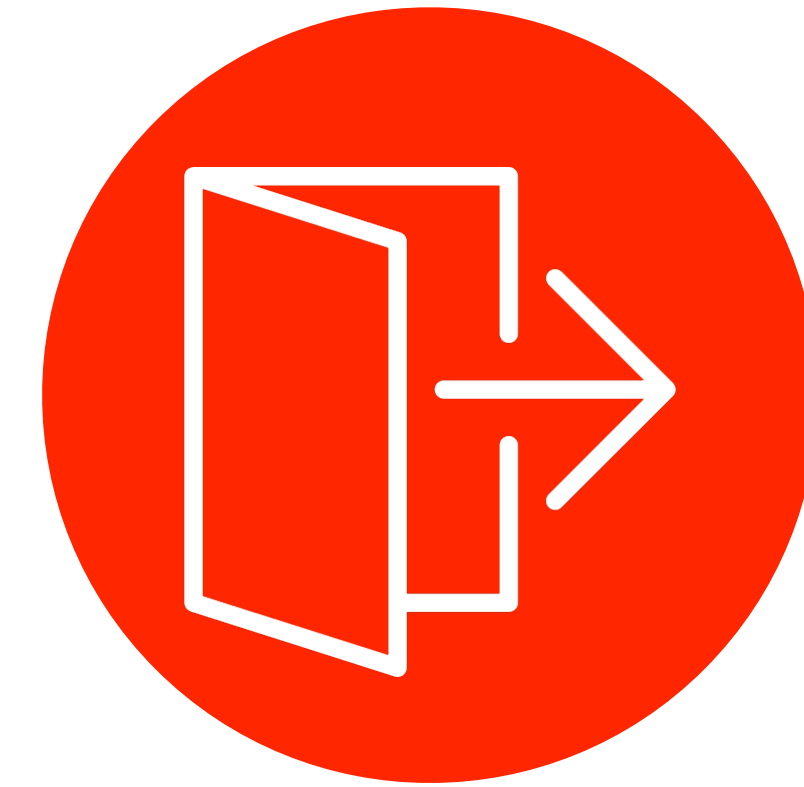
Service Design Boot Camp

มุ่งศึกษาสำรวจ (Exploration)
ปัญหาของลูกค้า เสาะแสวง
โอกาสในการพัฒนานวัตกรรม
บริการ และพัฒนาแนวคิดการ
แก้ไขปัญหาด้วยการกำหนด
ฉากทัศน์การบริการ
(Service Scenario)



Service Design Lab

เน้นกระบวนการพิสูจน์ทราบ
(Validation) สมมุติฐานที่มีต่อ
โอกาสในการสร้างสรรค์
นวัตกรรมบริการ ผสมผสาน
กระบวนการให้คำปรึกษาและ
กำหนดโจทย์วิจัย (Research
Syndicate Group) ร่วมกับผู้
เชี่ยวชาญจากสหสาขาวิชาชีพ



Service Execution Programme

พัฒนาแผนปฏิบัติการมุ่งเป้า
หมาย (Execution) เพื่อกำกับ
ติดตามผลผลิตด้วยพิมพ์เขียว
การบริการ (Service
Blueprint) ตลอดจนศึกษา
ทดสอบต้นแบบบริการเพื่อนำไป
ปรับปรุงแก้ไขต้นแบบ



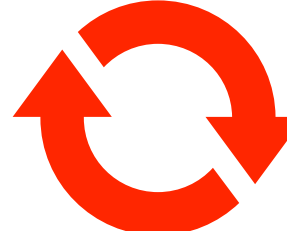
Service Design Boot Camp

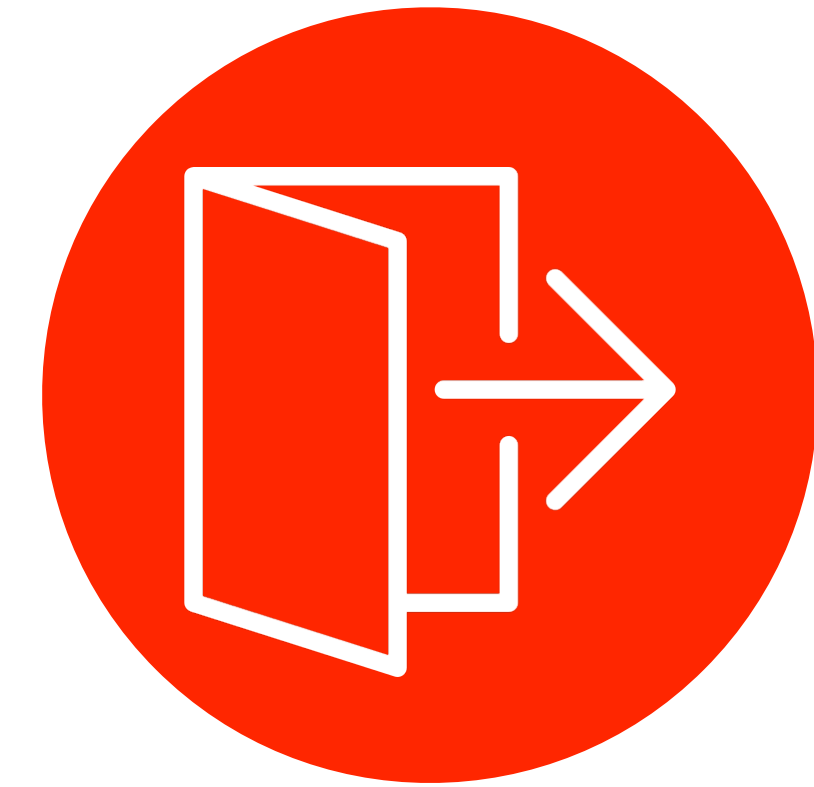
“กวาด กรอง เก็บ”
Scan Screen Store
Find Your

WHY

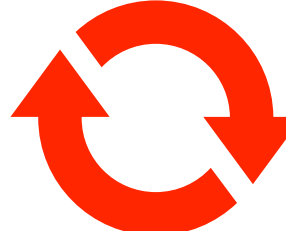


Service Design Lab

“คิดแล้วทำ”
Thinking & Doing Series
Ideation  Validation



Service Execution Programme

“ทำแล้วทวน”
Doing & Testing Series
Execution  Iteration

PRINCIPLE

PROCESS

PRACTICE

Training Modules

The 4 Foundations of Core Courses on Service Innovation Design are aligned with four types of “Thinking Skills” including Convergent Thinking, Divergent Thinking, Critical Thinking and Creative Thinking.

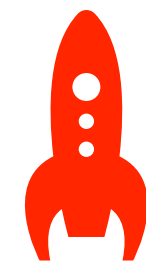
Underline the changing business landscape for building innovative ideas and solutions

Contextual Analysis



Unfold the prospect of systematic study of possible, probable and preferable futures

Scenario Analysis



Understand the needs of potential customers and create value proposition for products / services

User Analysis

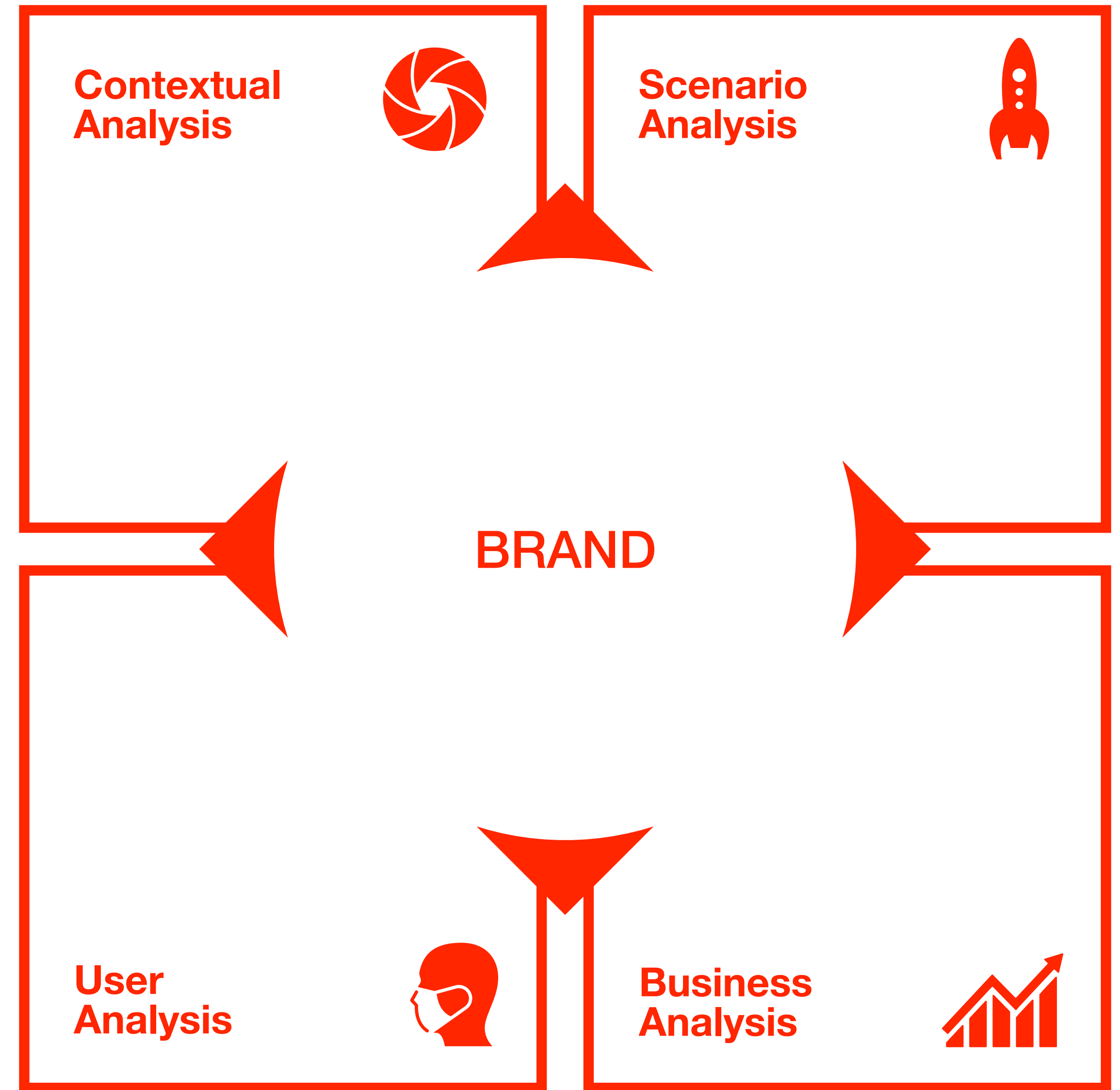


Uncover the new business model ideas and discover Product-Market-Fit metrics

Business Analysis



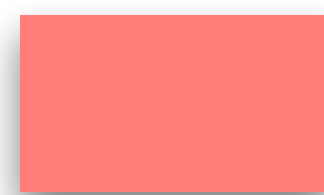
An Integrated Framework of Strategic Service Design



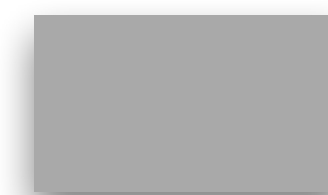
Core Content



Principles



Process



Practices



@mjuigtc

www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB

Core Content



Core Content



Core Content



Core Content

Training Modules

The 4 Foundations of Core Courses on Service Innovation Design are aligned with four types of "Thinking Skills" including Convergent Thinking, Divergent Thinking, Critical Thinking and Creative Thinking.

- Contextual Analysis**: Underline the changing business landscape for building innovative ideas and solutions
- Scenario Analysis**: Unfold the prospect of systematic study of possible, probable and preferable futures
- User Analysis**: Understand the needs of potential customers and create value proposition for products / services
- Business Analysis**: Uncover the new business model ideas and discover Product-Market-Fit metrics

#SDF2021

User Experience Research Methods:

A Closer Look on the Building Block of User Research Methods Landscape with the Lean Approach

ONLINE live streaming, ONSITE field coaching, ON-DEMAND self-paced learning, ON-HANDS experiential project

#SDF2021

Learning Modes

These 4 Study Schemes are designed to ensure that learners in this incubating programme equipped with useful resources aims to meet course learning outcomes.

ONLINE live streaming, ONSITE field coaching, ON-DEMAND self-paced learning, ON-HANDS experiential project

#SDF2021

Service Innovation Design Pathway

เริ่มต้น start, ออกแบบ DESIGN, ทดสอบ TEST, เสร็จสิ้น stop

#MJUIGTC

แนวคิดการออกแบบที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human Centred Design)

1. ความต้องการของลูกค้า (Customer Desirability)
2. ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี (Technology Feasibility)
3. ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ (Business Viability)

#MJUIGTC

DESIGNING THE RIGHT THING vs DESIGNING THINGS RIGHT

Activity Phase: Research, Synthesis, Develop, Deliver

Don't know / Could be / Do know / Should be

#MJUIGTC

CUSTOMER DEVELOPMENT

Customer Discovery, Customer Validation, Customer Creation, Company Building

#MJUIGTC

IGTC Customer Discovery Practices

Contextualisation, Conversation, Consolidation, Confirmation

#SDF2021

Designing THE PRODUCT vs Designing THE EXPERIENCE

UI, UX

#SDF2021

A Landscape of User Research Methods

Qualitative (Direct), Quantitative (Indirect)

#SDF2021

INSPIRATION, IDEATION, IMPLEMENTATION

Stakeholder Map [D1], Personas Map [D2], Empathy Map [D3], User Journey Map [D4]

Value Proposition Canvas [D5], Prioritisation Matrix [D6]

Business Model Canvas [D4], Service Blueprint [D4]

#MJUIGTC

The Progression of Economic Value

For Lovers, Traditional Italian Coffee Products

The Quality of the True Espresso Culture

#MJUIGTC

SERVICE QUALITY DASHBOARD

PERSONA, CUSTOMER JOURNEY MAP, SERVICE BLUEPRINT

Q = P - E

5 dimensions, 22 statements, 7 gaps

#MJUIGTC

Service Blueprints: Definition

Service Blueprints visualise organisational processes

Expected Service Quality (Q) = Performance (P) - Expectation (E)

Q = P - E

#MJUIGTC

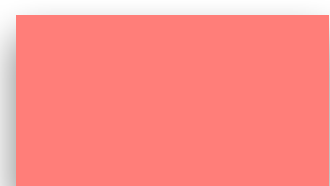
SERVICE BLUEPRINTS: DEFINITION

Service Blueprints visualise organisational processes

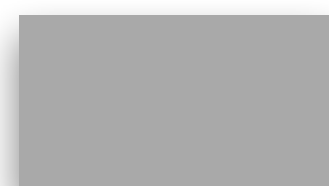
#MJUIGTC



Principles

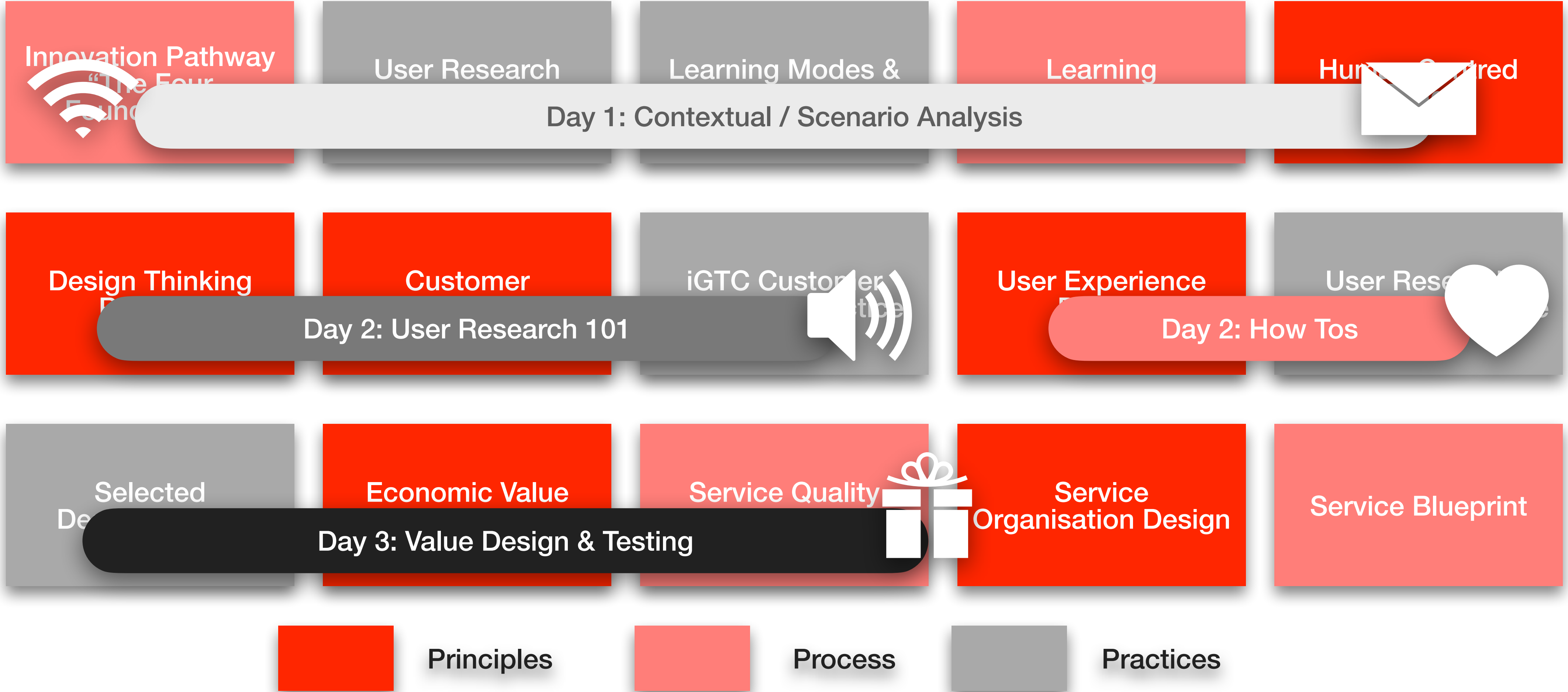


Process

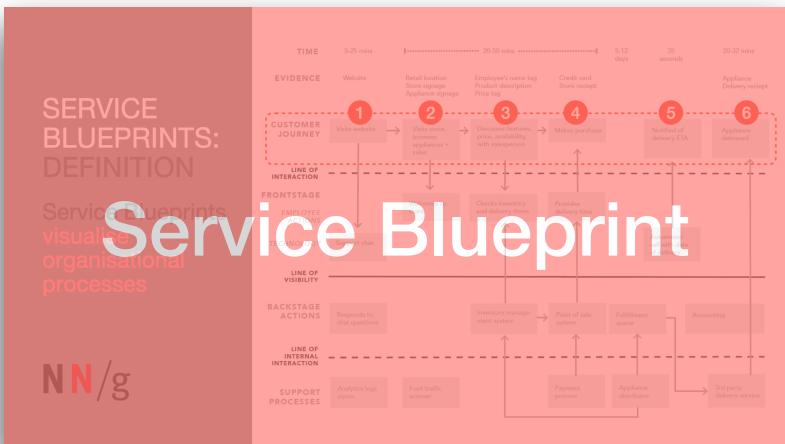
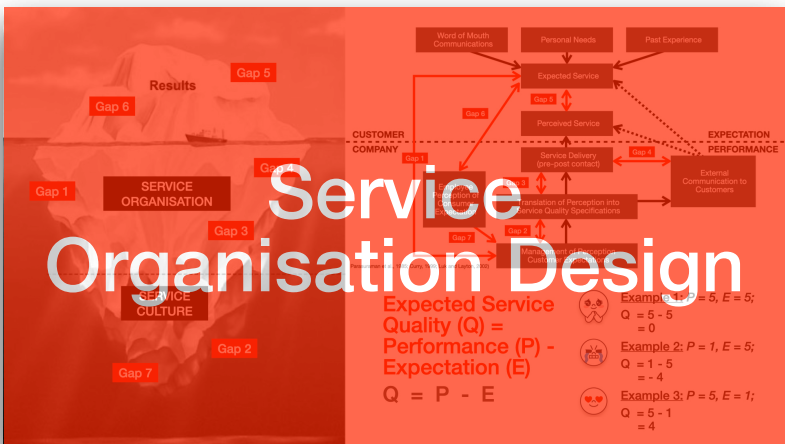
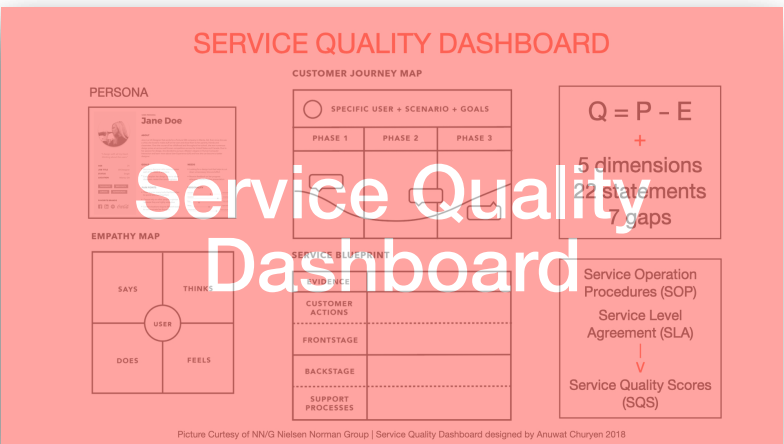
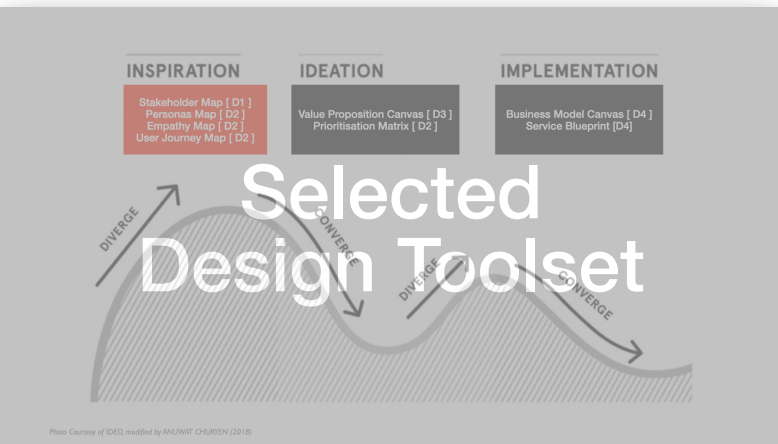
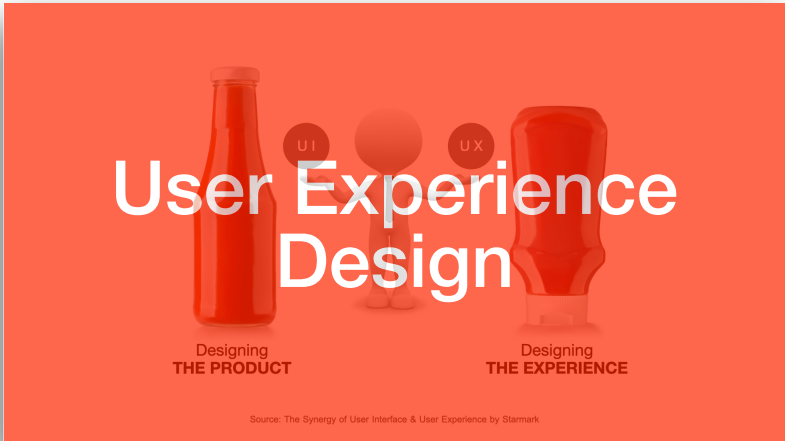
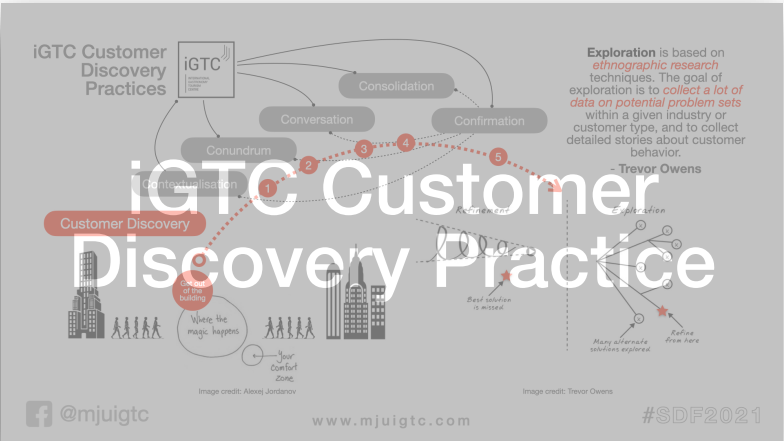
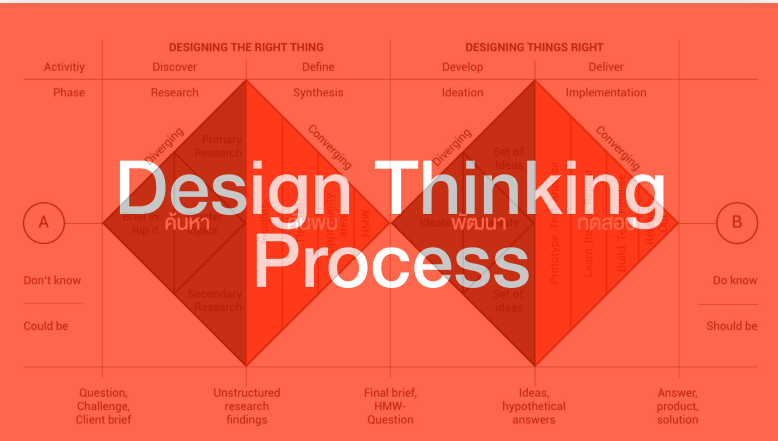
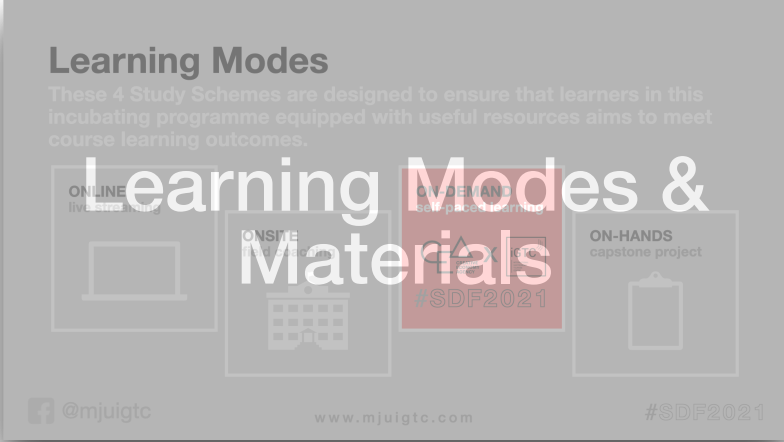
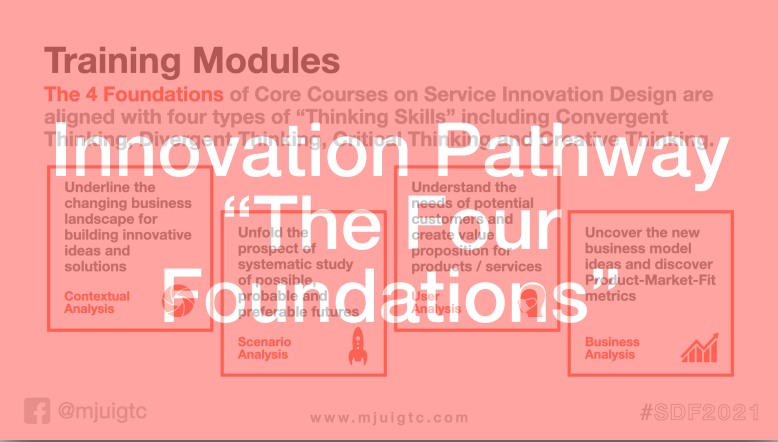


Practices

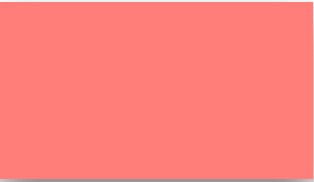
Core Content



Core Content



Principles



Process



Practices

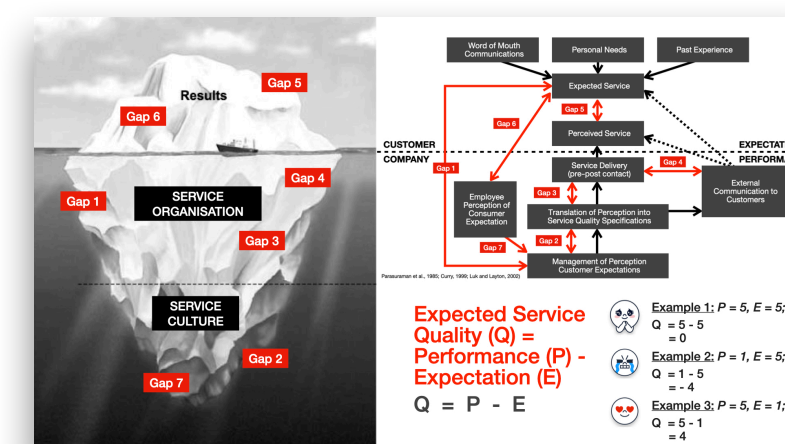
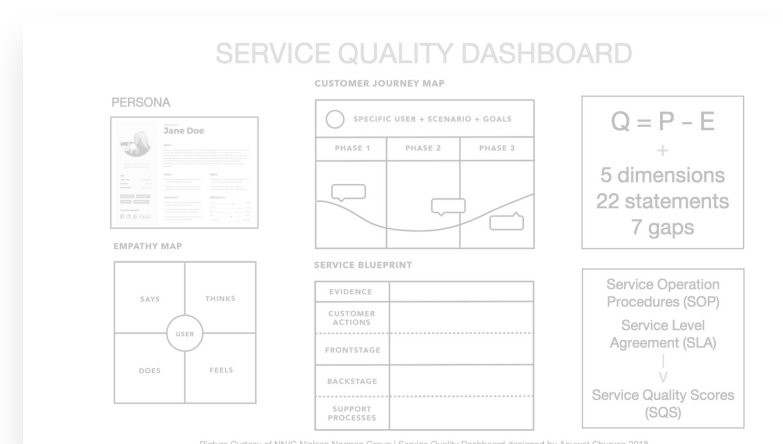
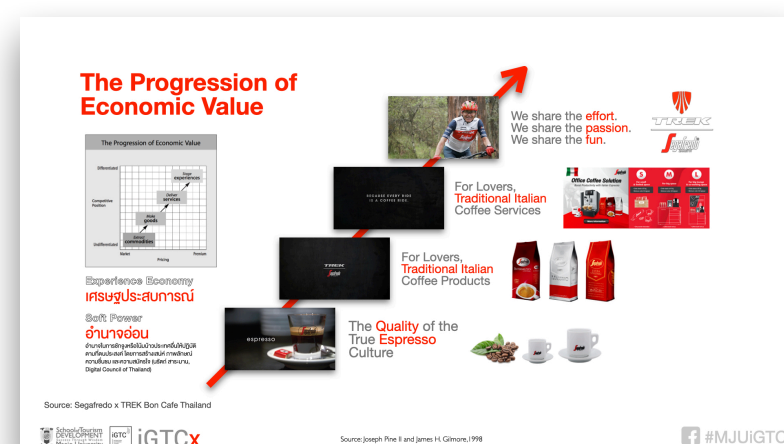
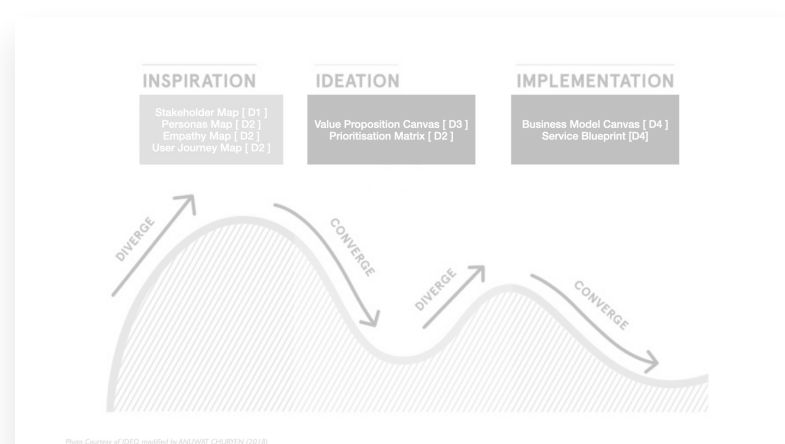
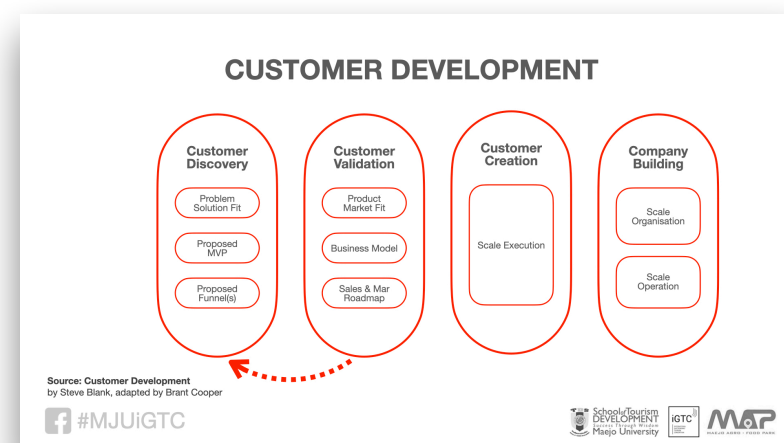
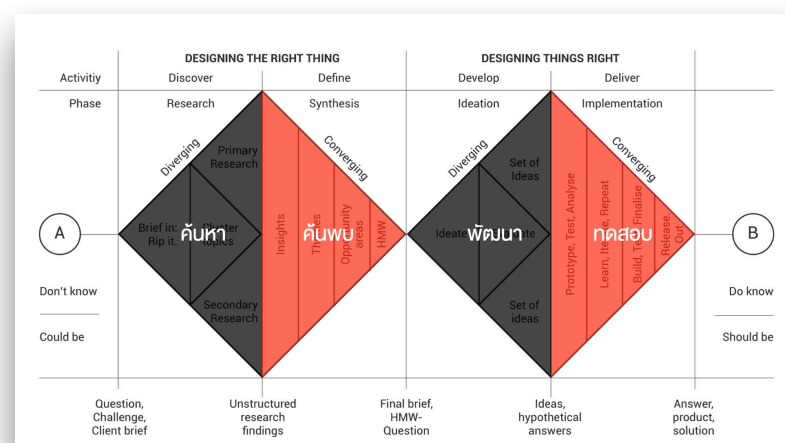
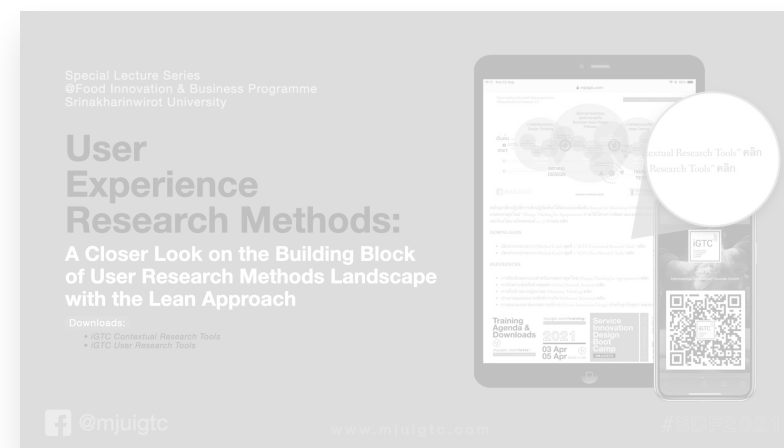
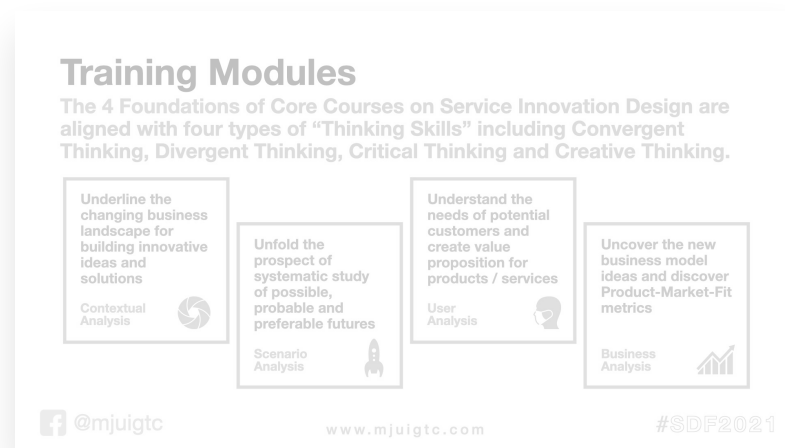


@mjuigtc

www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB

Core Content



Principles

Process

Practices



@mjuigtc

www.mjuitc.com

#iGTCCoLAB

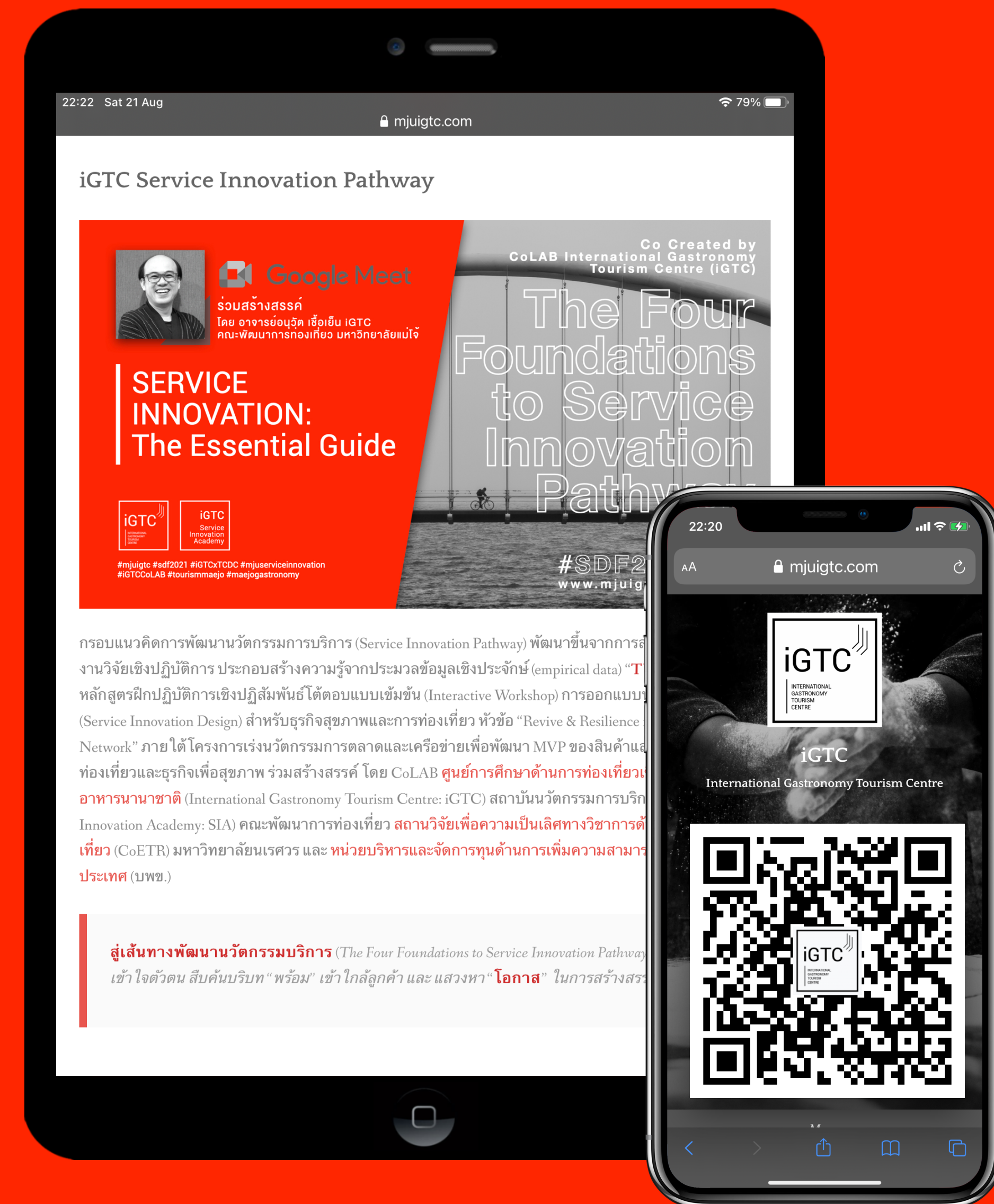
FREE RESOURCES
co-designed by CoLAB iGTC
School of Tourism Development, Maejo University

iGTC Service Innovation Pathway:

The Essential Framework for Building Breakthrough Business of Adaptive Organisation

mjuigtc.com/texts/

iGTC Service Innovation Pathway

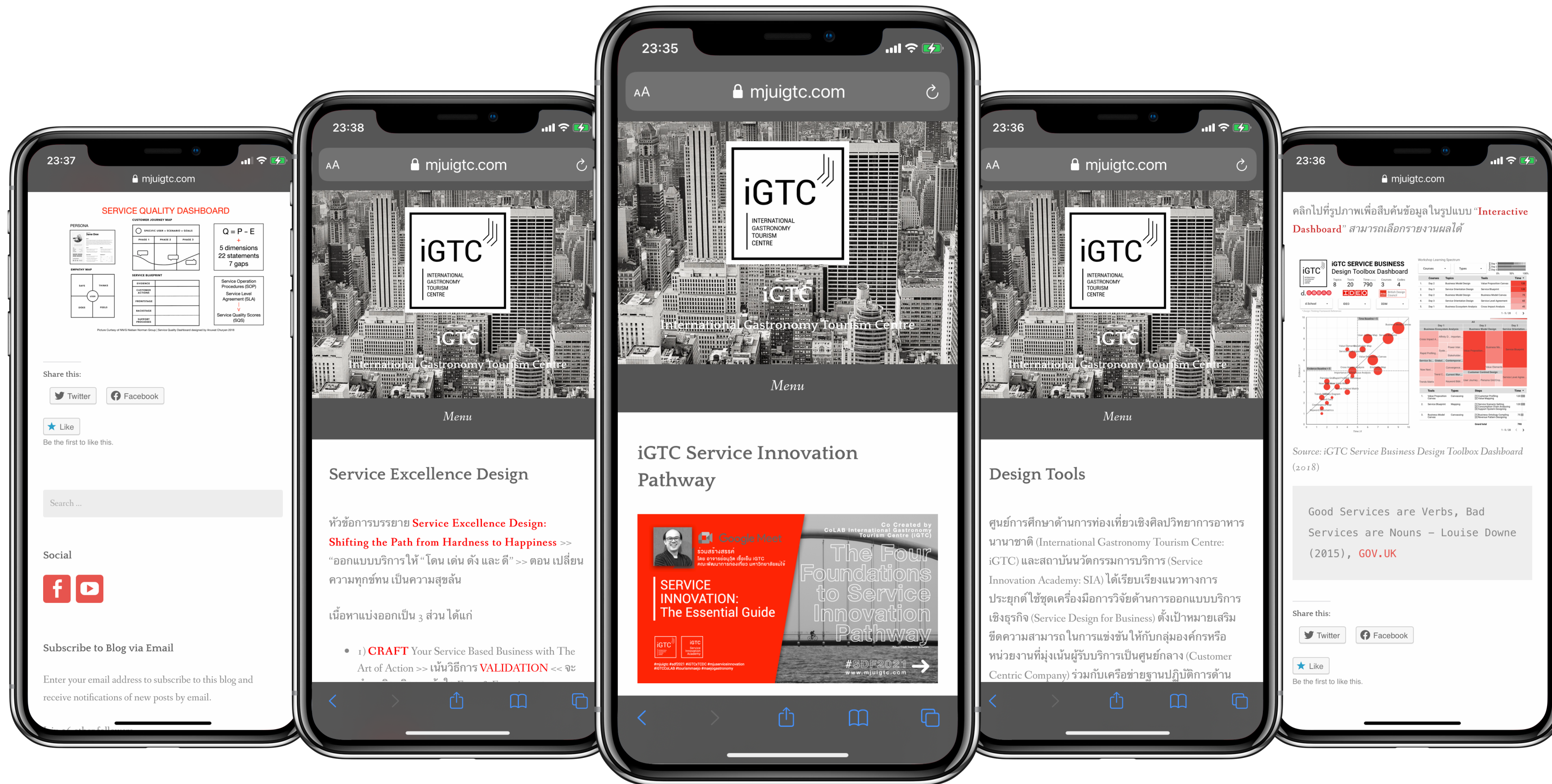


www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB



iGTC Design Resources



@mjuigtc

www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB

iGTC Design Resources

Service Innovation Pathway

Service Excellence



Design Toolbox



Core Content

Innovation Pathway "The Four Foundations"

User Research Methods

Learning Modes & Materials

Learning Journey

Design Thinking Process

Customer Development

iGTC Customer Discovery Practices

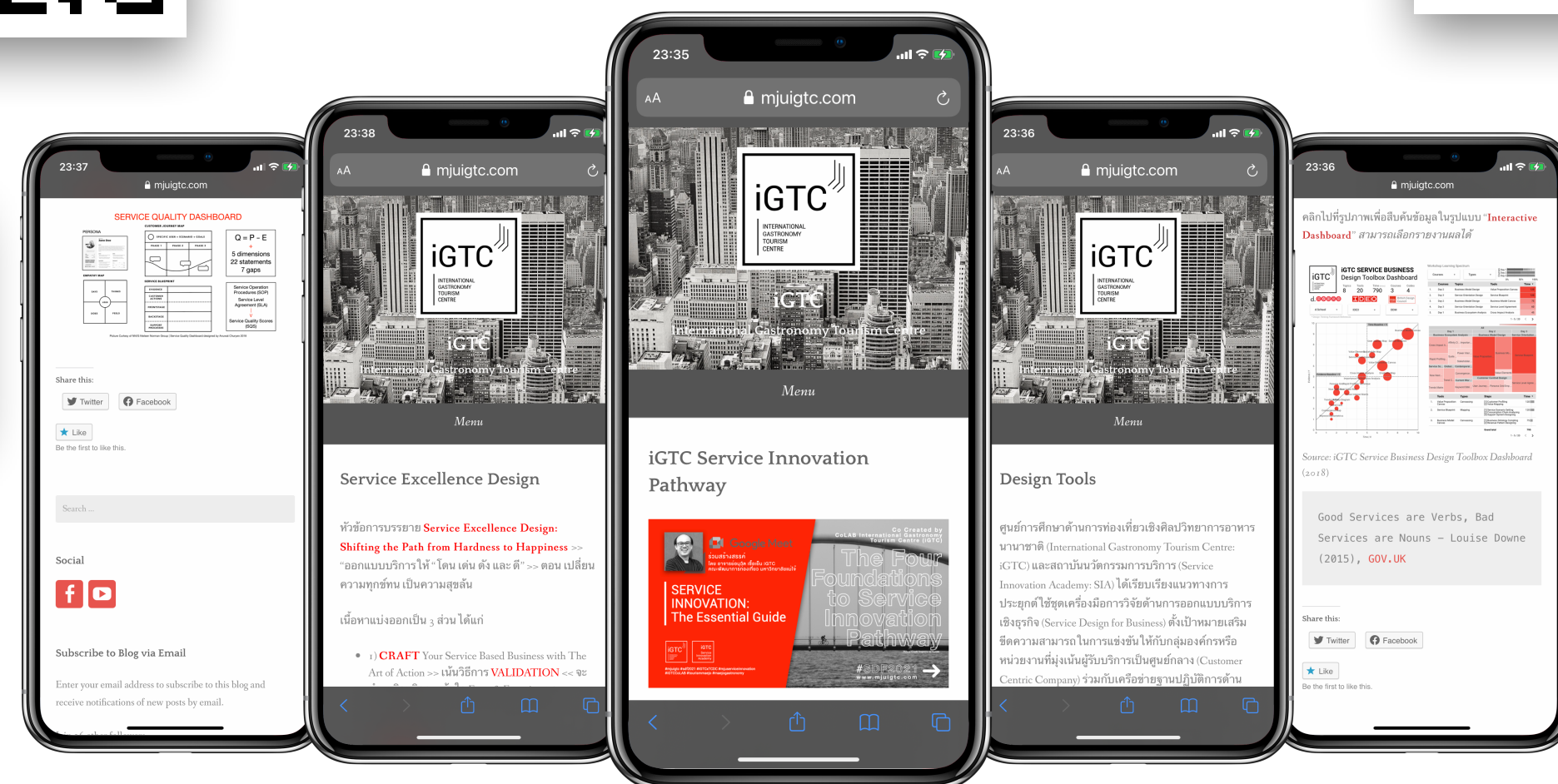
User Experience Design

User Research Methods Landscape

iGTC Customer Discovery Practices

iGTC Playbook Field Work 3: Narrative Inquiry

A Closer Look on the Building Block of User Research Methods Landscape with the Lean Approach



iGTC Design Toolbox Dashboard

iGTC SERVICE BUSINESS Design Toolbox Dashboard

Workshop Learning Spectrum

discover

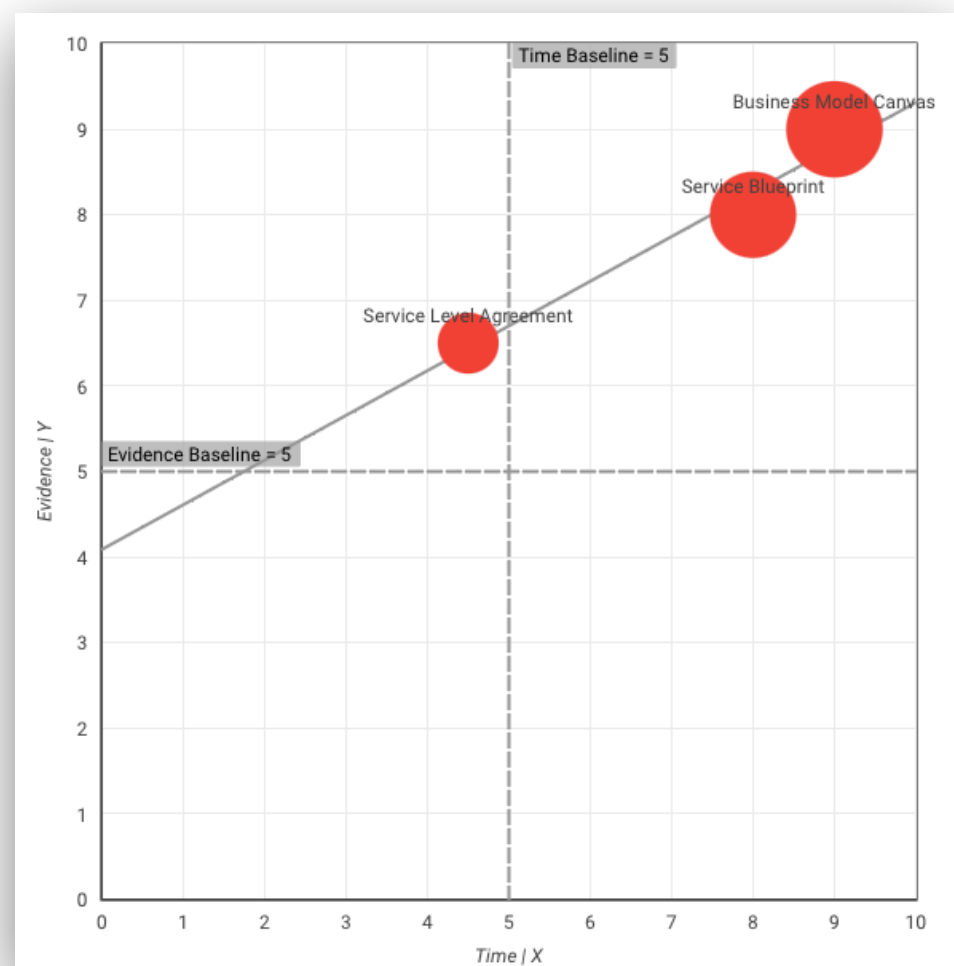
define

Service Business Design Toolbox

ศูนย์การศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการอาหารนานาชาติ (International Gastronomy Tourism Centre: iGTC) และสถาบันนวัตกรรมบริการ (Service Innovation Academy: SIA) ได้เรียบเรียงแนวทางการประยุกต์ใช้ชุดเครื่องมือการวิจัยด้านการออกแบบบริการเชิงธุรกิจ (Service Design for Business) ตั้งเป้าหมายเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับกลุ่มองค์กรหรือหน่วยงานที่มุ่งเน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric Company) ร่วมกับเครือข่ายฐานปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการอาหาร (Gastronomy Tourism) คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยพัฒนาตารางสรุปข้อมูลชุดเครื่องมือเบื้องต้นที่สามารถประมวลผลแบบโต้ตอบได้ (Interactive Dashboard)



iGTC Design Tools



Source:

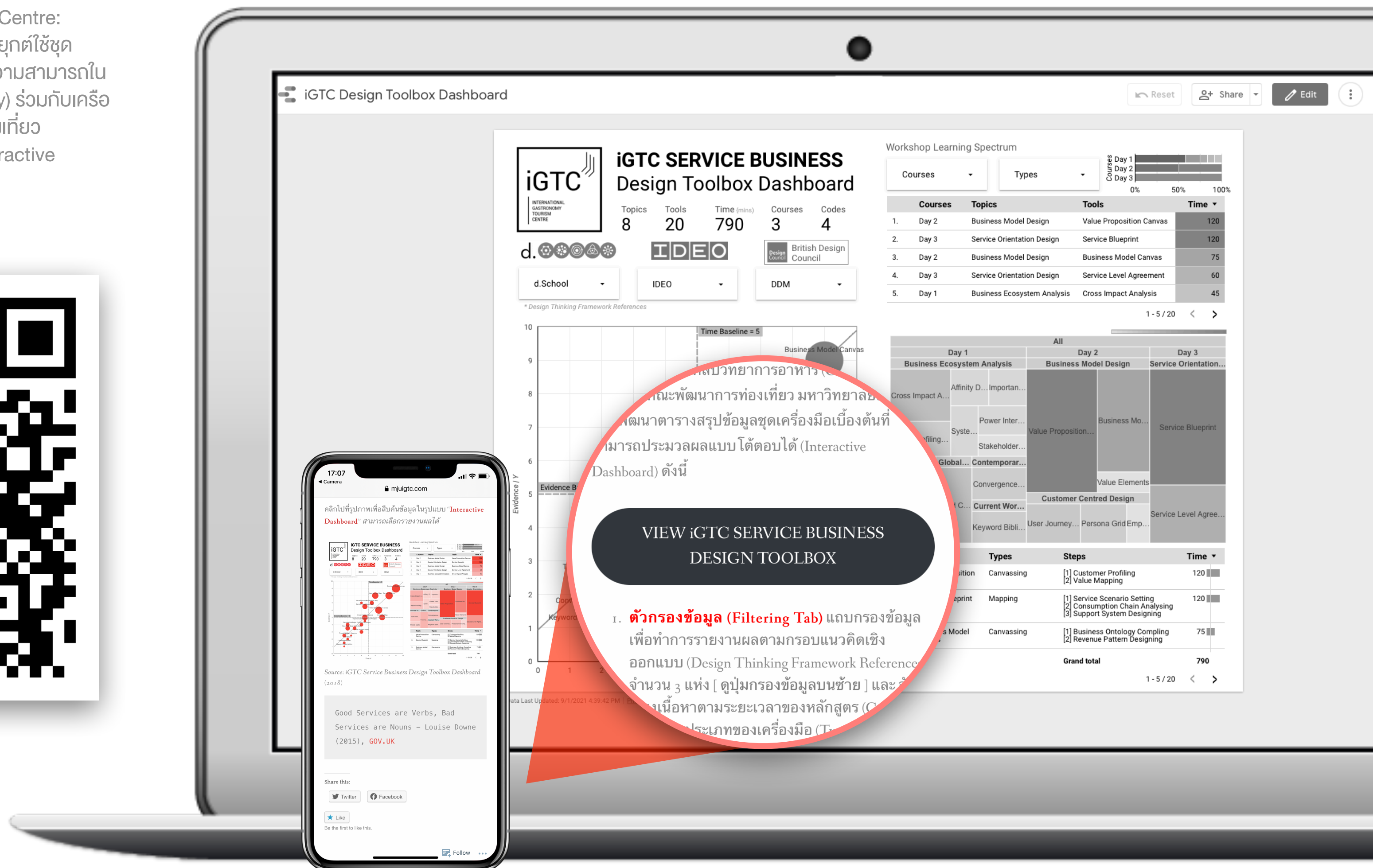
- iGTC Service Business Design Toolbox (2018)



#MJUiGTC

www.mjuigtc.com

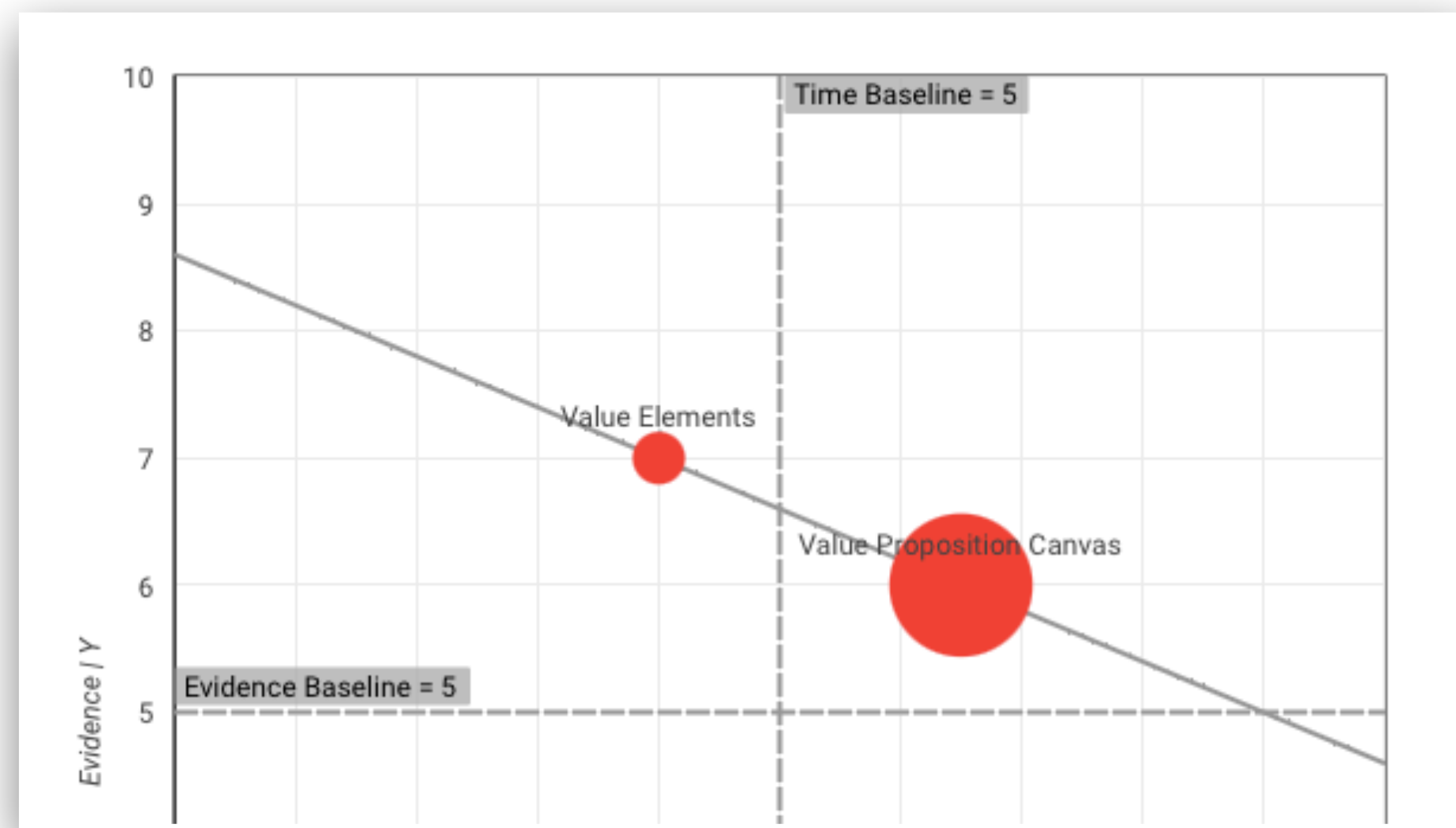
#iGTCCoLAB



Service Business Design Toolbox

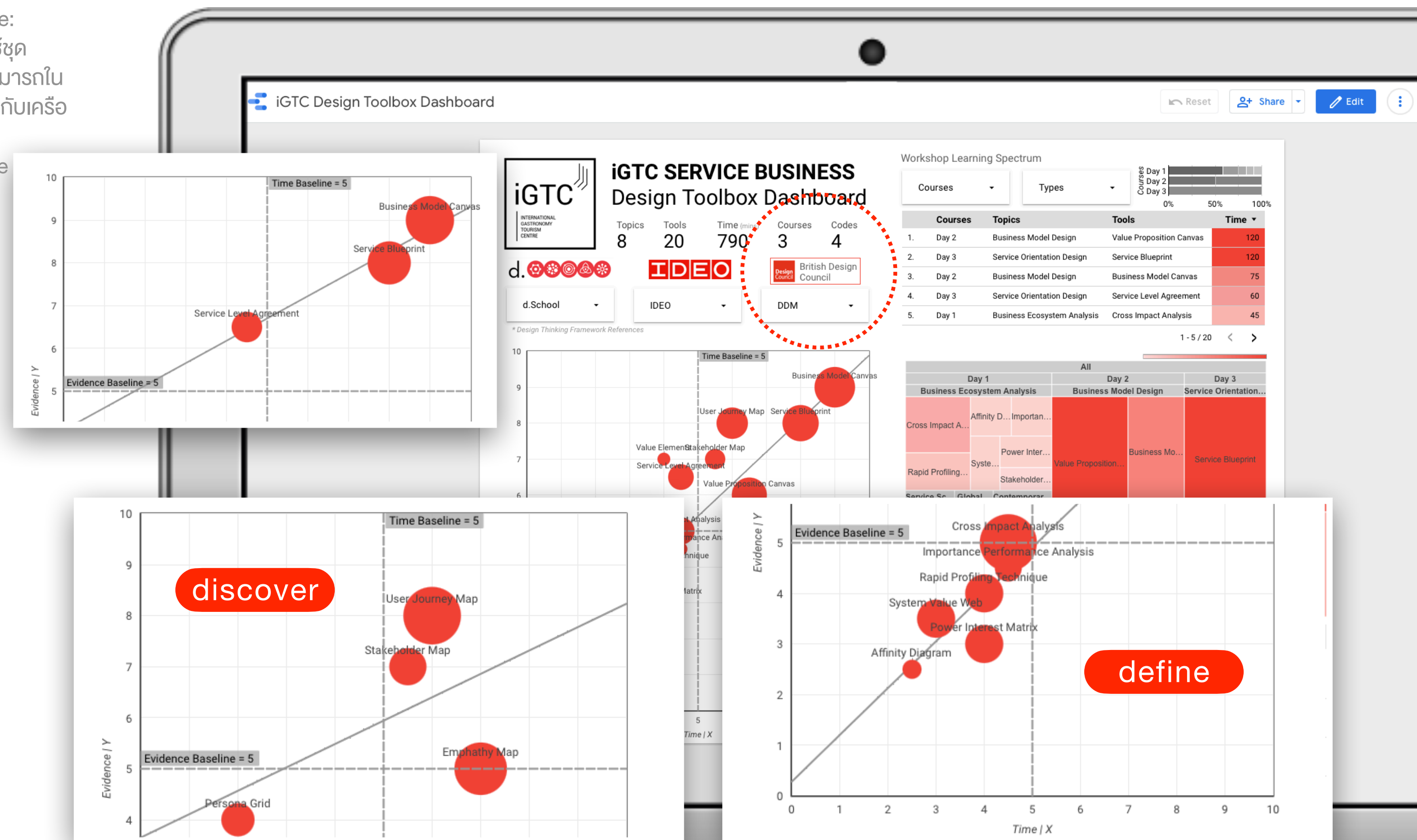
ศูนย์การศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการอาหารนานาชาติ (International Gastronomy Tourism Centre: iGTC) และสถาบันนวัตกรรมบริการ (Service Innovation Academy: SIA) ได้เรียบเรียงแนวทางการประยุกต์ใช้ชุดเครื่องมือการวิจัยด้านการออกแบบบริการเชิงธุรกิจ (Service Design for Business) ตั้งเป้าหมายเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับกลุ่มองค์กรหรือหน่วยงานที่มุ่งเน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric Company) ร่วมกับเครือข่ายฐานปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการอาหาร (Gastronomy Tourism) คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยพัฒนาตารางสรุปข้อมูลชุดเครื่องมือเบื้องต้นที่สามารถประมวลผลแบบโต้ตอบได้ (Interactive Dashboard)

iGTC Design Tools



Source:

- iGTC Service Business Design Toolbox (2018)





iGTC SERVICE BUSINESS Design Toolbox Dashboard

Topics 3 Tools 8 Time (mins) 470 Courses 2 Codes 0

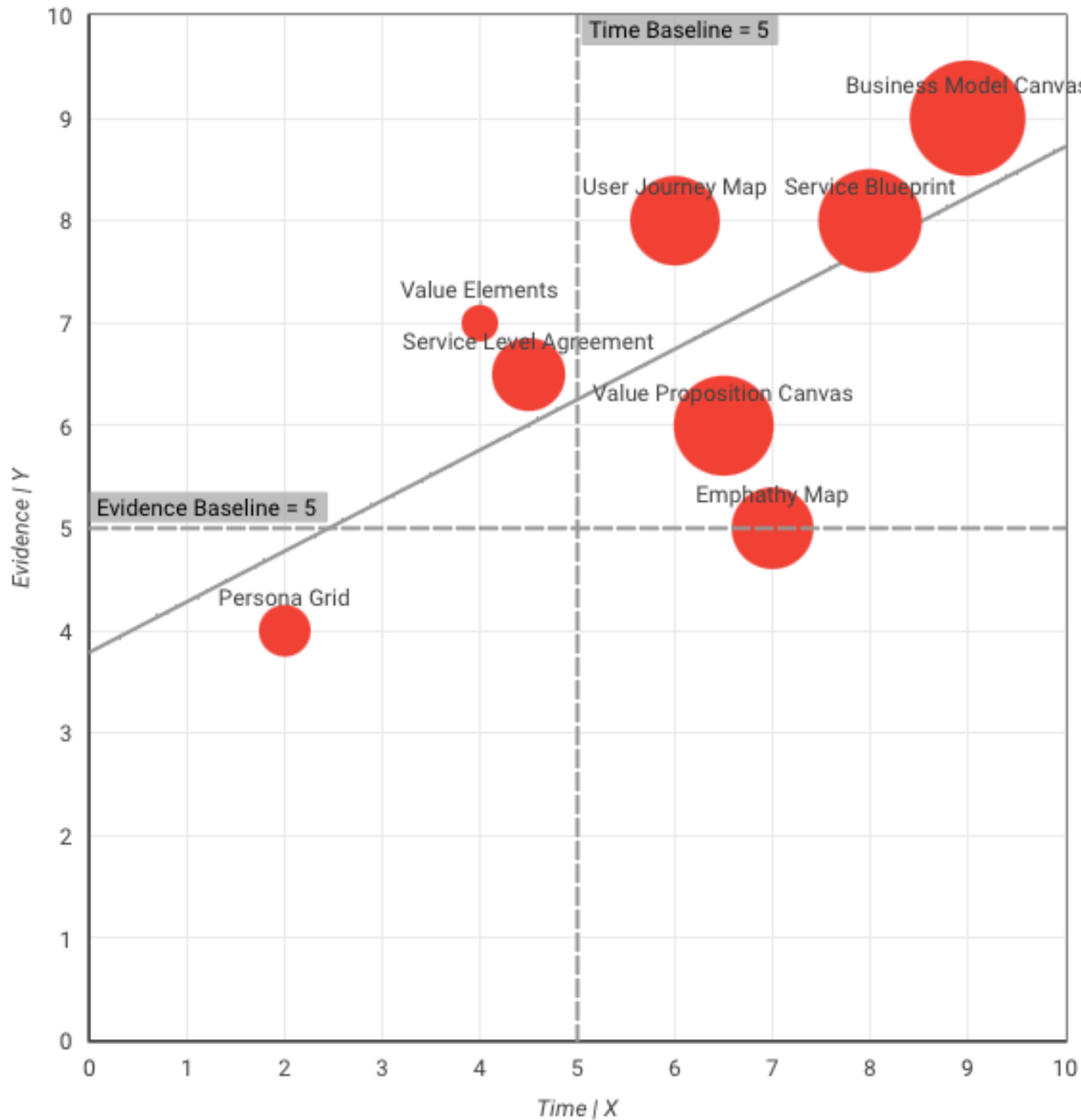


d.School

IDEO

DDM

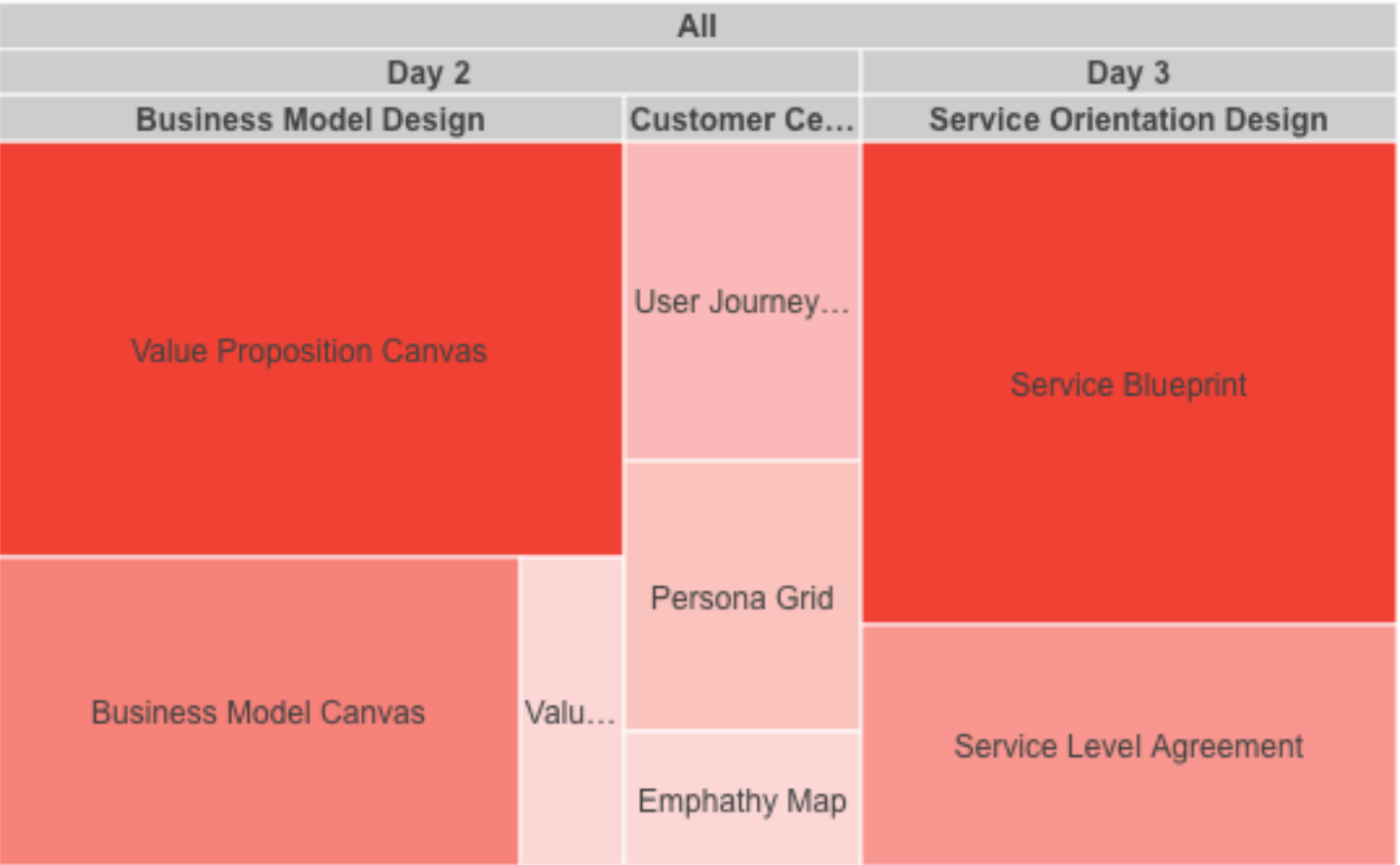
* Design Thinking Framework References



Workshop Learning Spectrum

Courses: ... (1)		Types		Courses		Time	
Courses	Topics	Tools	Time				
1. Day 3	Service Orientation Design	Service Blueprint	120				
2. Day 2	Business Model Design	Value Proposition Canvas	120				
3. Day 2	Business Model Design	Business Model Canvas	75				
4. Day 3	Service Orientation Design	Service Level Agreement	60				
5. Day 2	Customer Centred Design	User Journey Map	35				

1 - 5 / 8



Tools	Types	Steps	Time
1. Service Blueprint	Mapping	[1] Service Scenario Setting [2] Consumption Chain Analysing [3] Support System Designing	120
2. Value Proposition Canvas	Canvassing	[1] Customer Profiling [2] Value Mapping	120
3. Business Model Canvas	Canvassing	[1] Business Ontology Complping [2] Revenue Pattern Designing	75

Grand total 470

1 - 5 / 8



iGTC SERVICE BUSINESS Design Toolbox Dashboard

Topics: 1, Tools: 3, Time (mins): 80, Courses: 1, Codes: 0

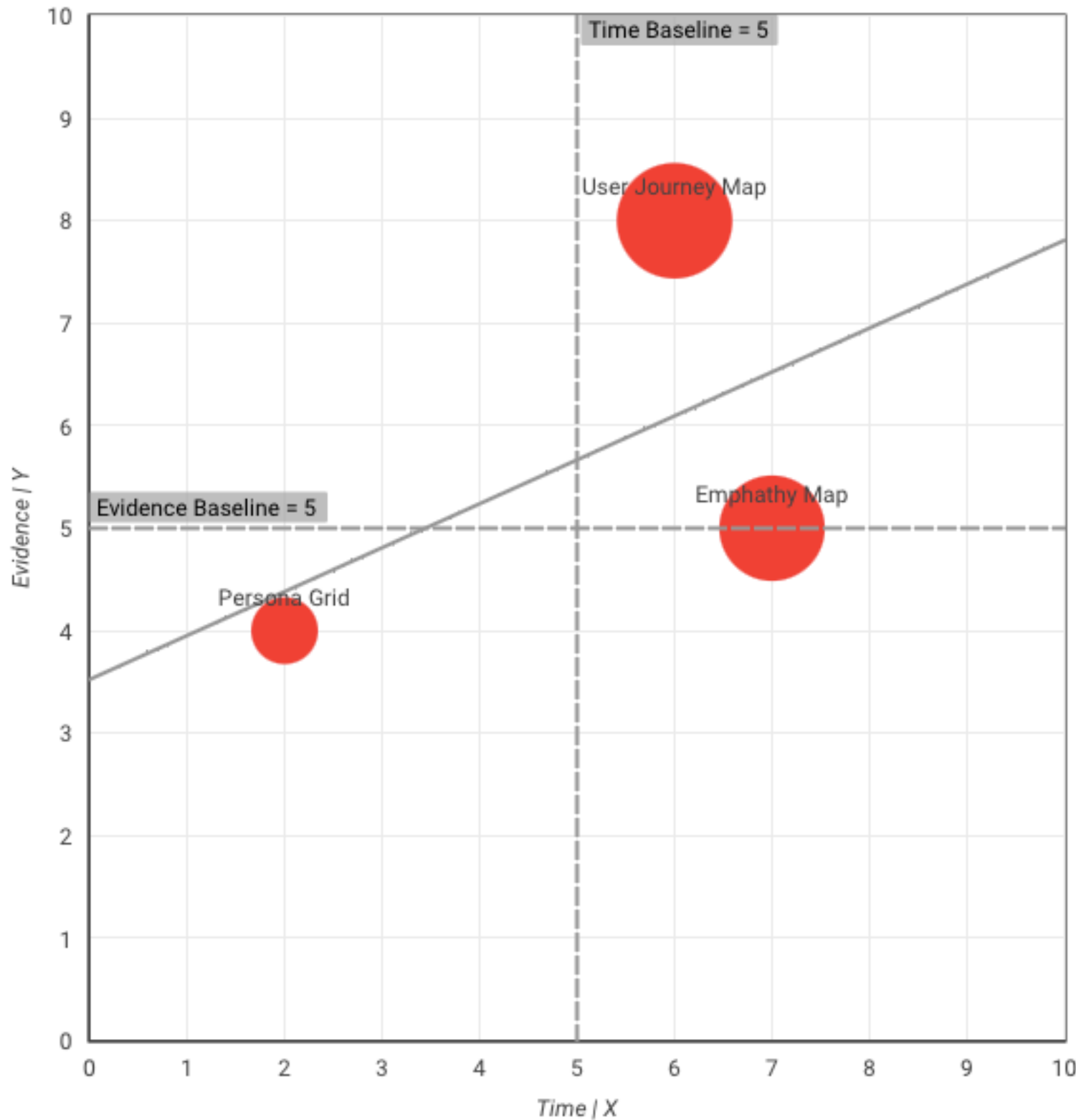


d.School

IDEO

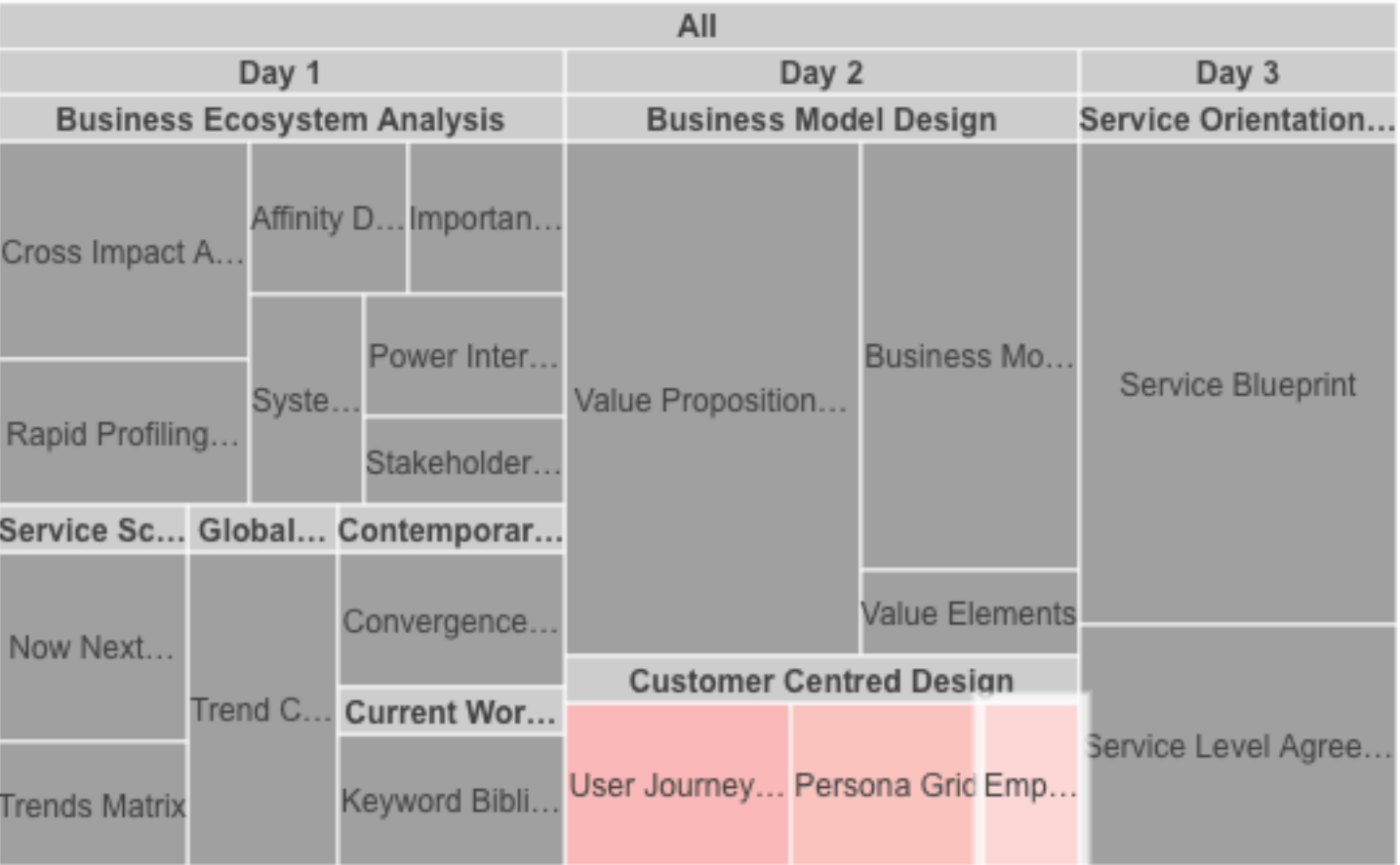
DDM

* Design Thinking Framework References



Workshop Learning Spectrum

Courses		Types		Tools		Time
1.	Day 2	Customer Centred Design	User Journey Map			35
2.	Day 2	Customer Centred Design	Persona Grid			30
3.	Day 2	Customer Centred Design	Empathy Map			15



Tools	Types	Steps	Time
1. User Journey Map	Mapping	[1] "Service Safari" Researching [2] Mental Model Diagramming [3] Touchpoint Creating [4] ZMOTs Identifying	35
2. Persona Grid	Mapping	[1] Sampling [2] Representing [3] Meaning	30
3. Empathy Map	Mapping	[1] Attribute Investigating	15
Grand total			80



iGTC SERVICE BUSINESS Design Toolbox Dashboard

Topics 1 Tools 2 Time (mins) 180 Courses 1 Codes 0

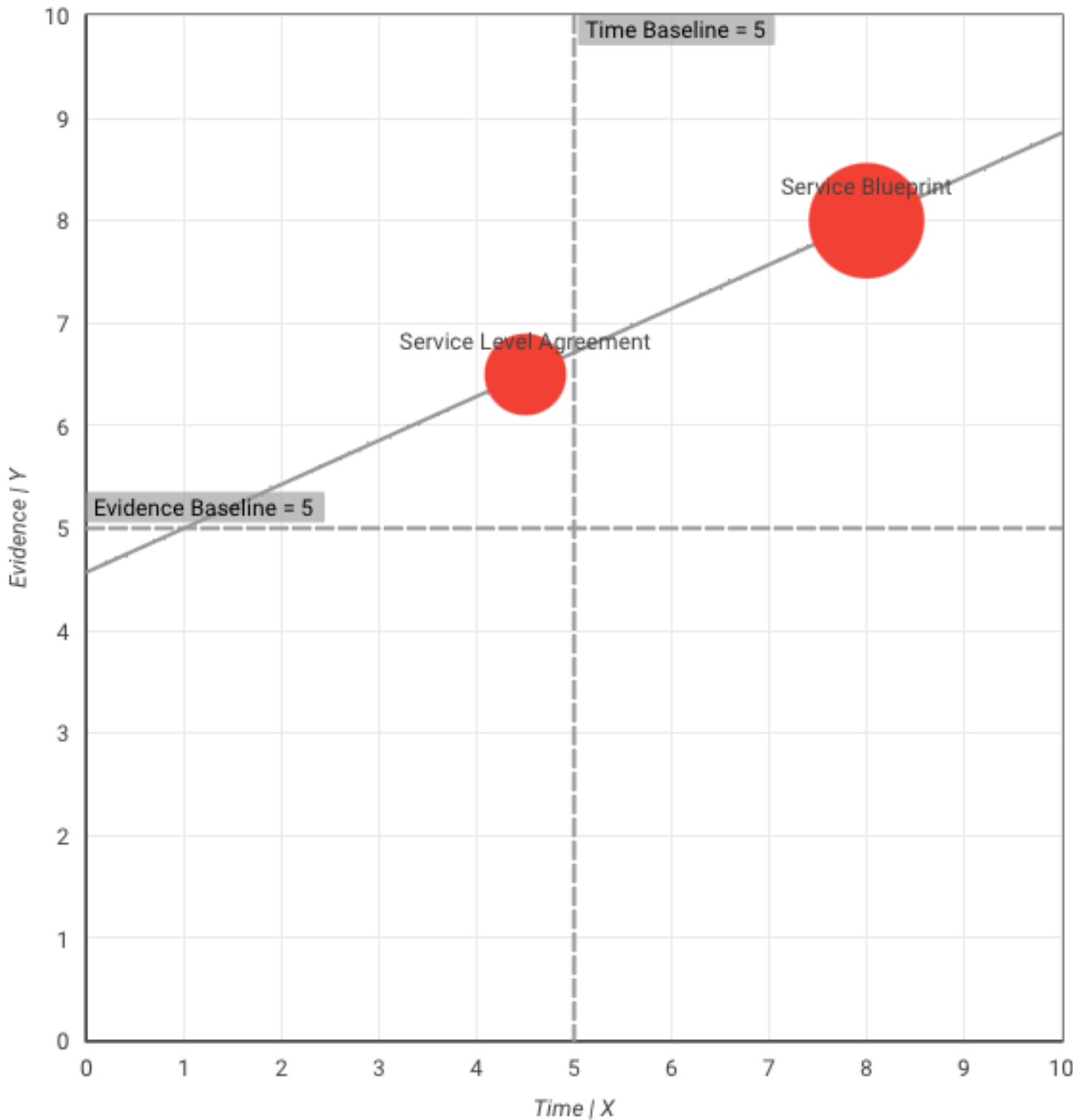


d.School

IDEO

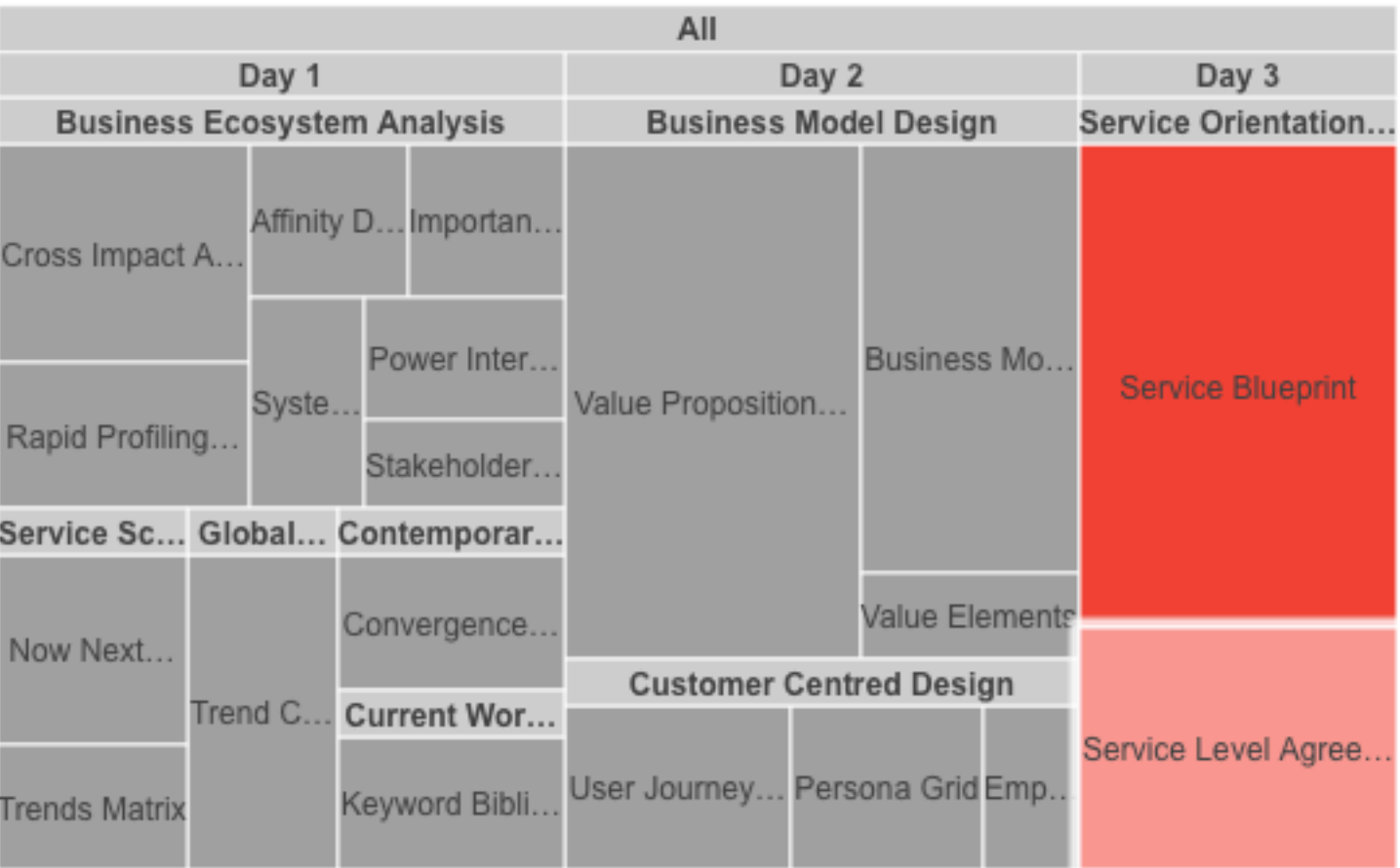
DDM

* Design Thinking Framework References



Workshop Learning Spectrum

Courses		Types		Tools		Time
1.	Day 3	Service Orientation Design		Service Blueprint		120
2.	Day 3	Service Orientation Design		Service Level Agreement		60



Tools	Types	Steps	Time
1. Service Blueprint	Mapping	[1] Service Scenario Setting [2] Consumption Chain Analysing [3] Support System Designing	120
2. Service Level Agreement	Prioritising	[1] Service Specification Assessing [2] Service Quality Evaluating [3] Service Cascading	60

Grand total 180



iGTC SERVICE BUSINESS Design Toolbox Dashboard

Topics 5 Tools 12 Time (mins) 320 Courses 1 Codes 4

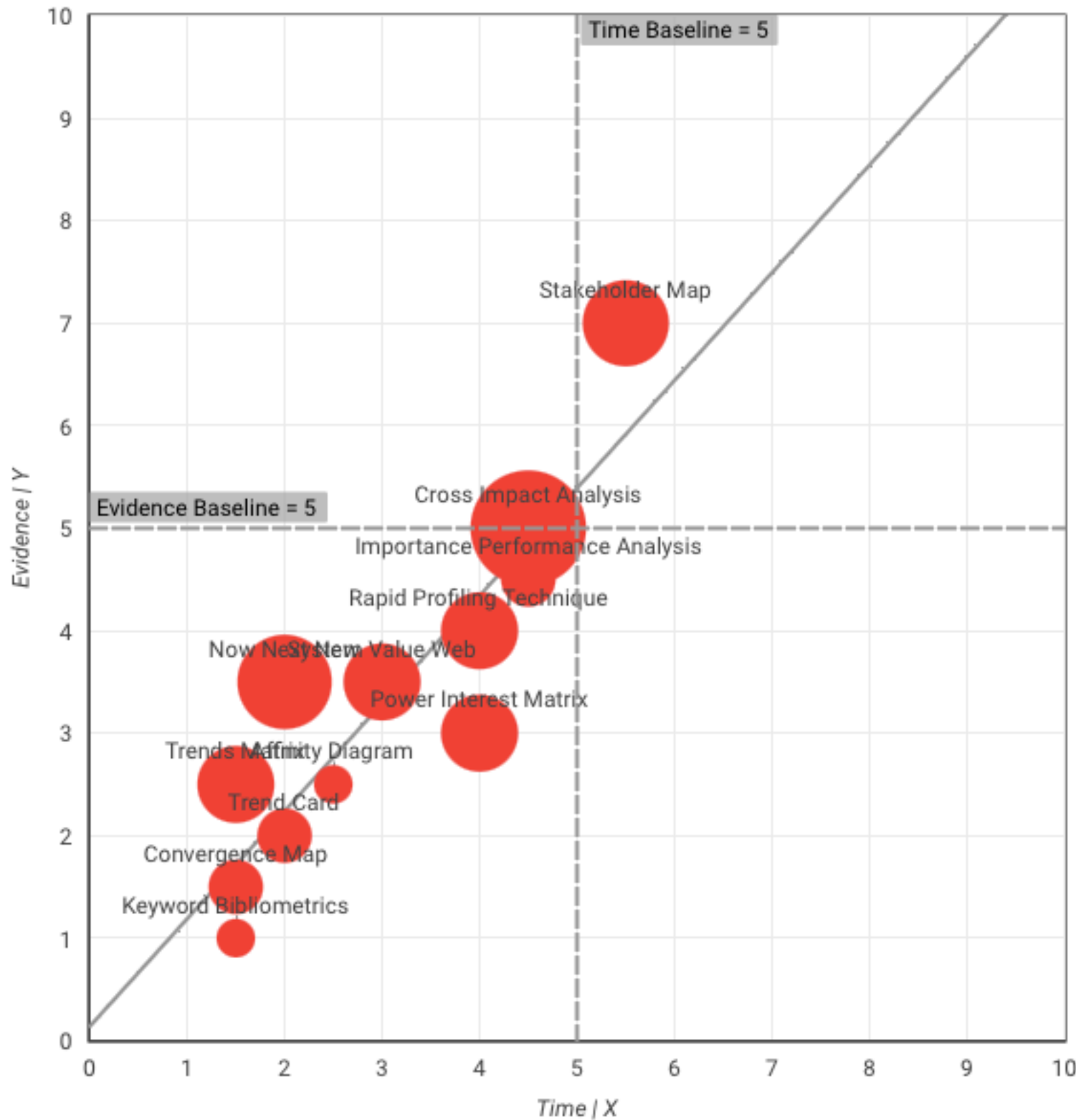


d.School

IDEO

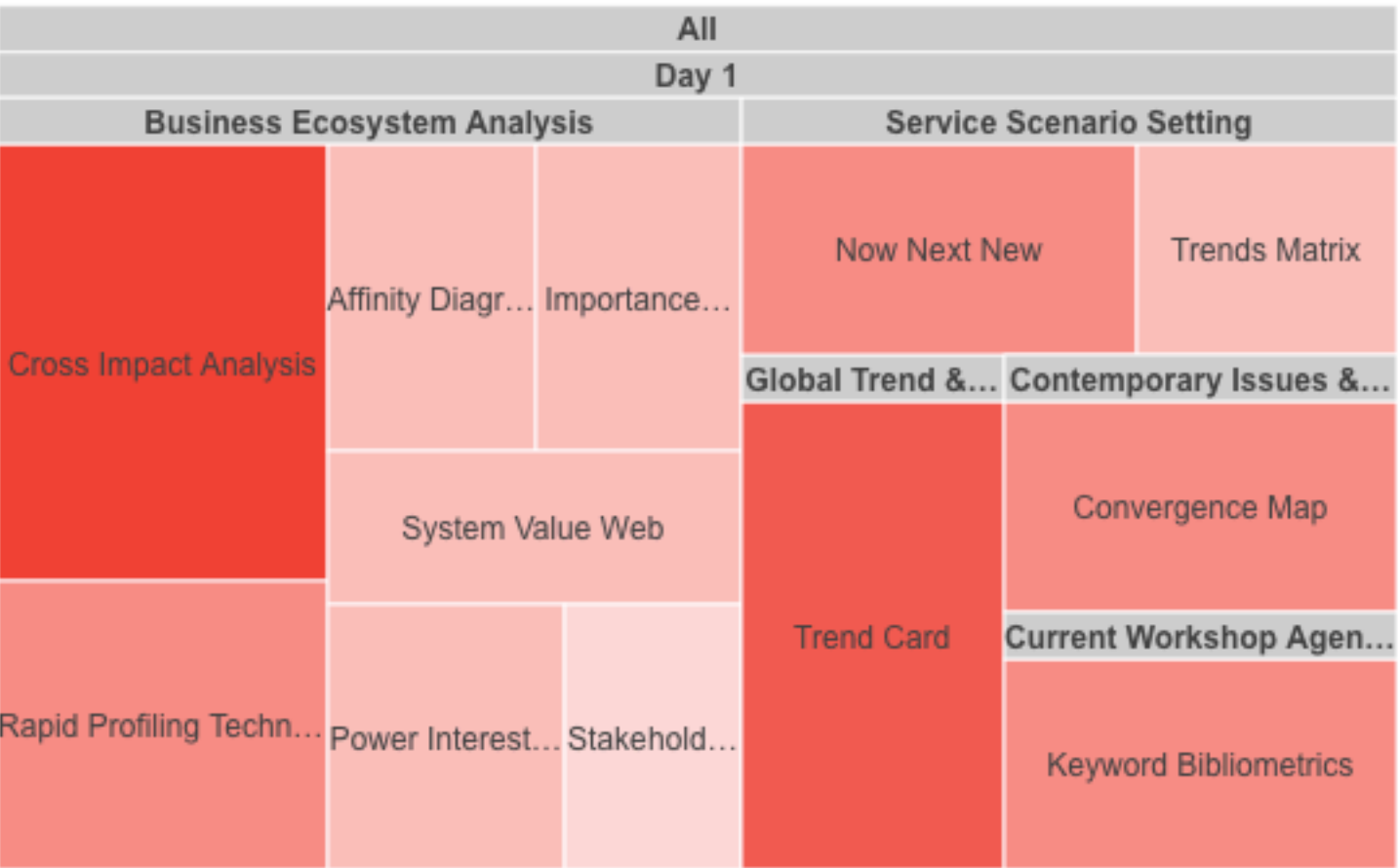
DDM

* Design Thinking Framework References



Workshop Learning Spectrum

Courses: ... (1)		Types	Courses Day 1	
			0%	100%
Courses	Topics	Tools	Time	
1. Day 1	Business Ecosystem Analysis	Cross Impact Analysis	45	
2. Day 1	Global Trend & Transition	Trend Card	40	
3. Day 1	Business Ecosystem Analysis	Rapid Profiling Technique	30	
4. Day 1	Service Scenario Setting	Now Next New	30	
5. Day 1	Contemporary Issues & Challenges	Convergence Map	30	



Tools	Types	Steps	Time
1. Cross Impact Analysis	Prioritising	[1] Attribute Investigating [2] Data Clustering [3] Concept Mapping	45
2. Trend Card	Sorting	[1] Horizontal Scanning [2] Data Validating [3] Data Confirming	40
3. Rapid Profiling Technique	Brainstroming	[1] Attribute Investigating [2] Data Clustering	30
Grand total			320

Co Created by iGTC CoLAB x Service Innovation Academy
School of Tourism Development, Maejo University

iGTC Playbook Field Work 3: Narrative Inquiry

**A Closer Look on the Building Block of
User Research Methods Landscape
with the Lean Approach**

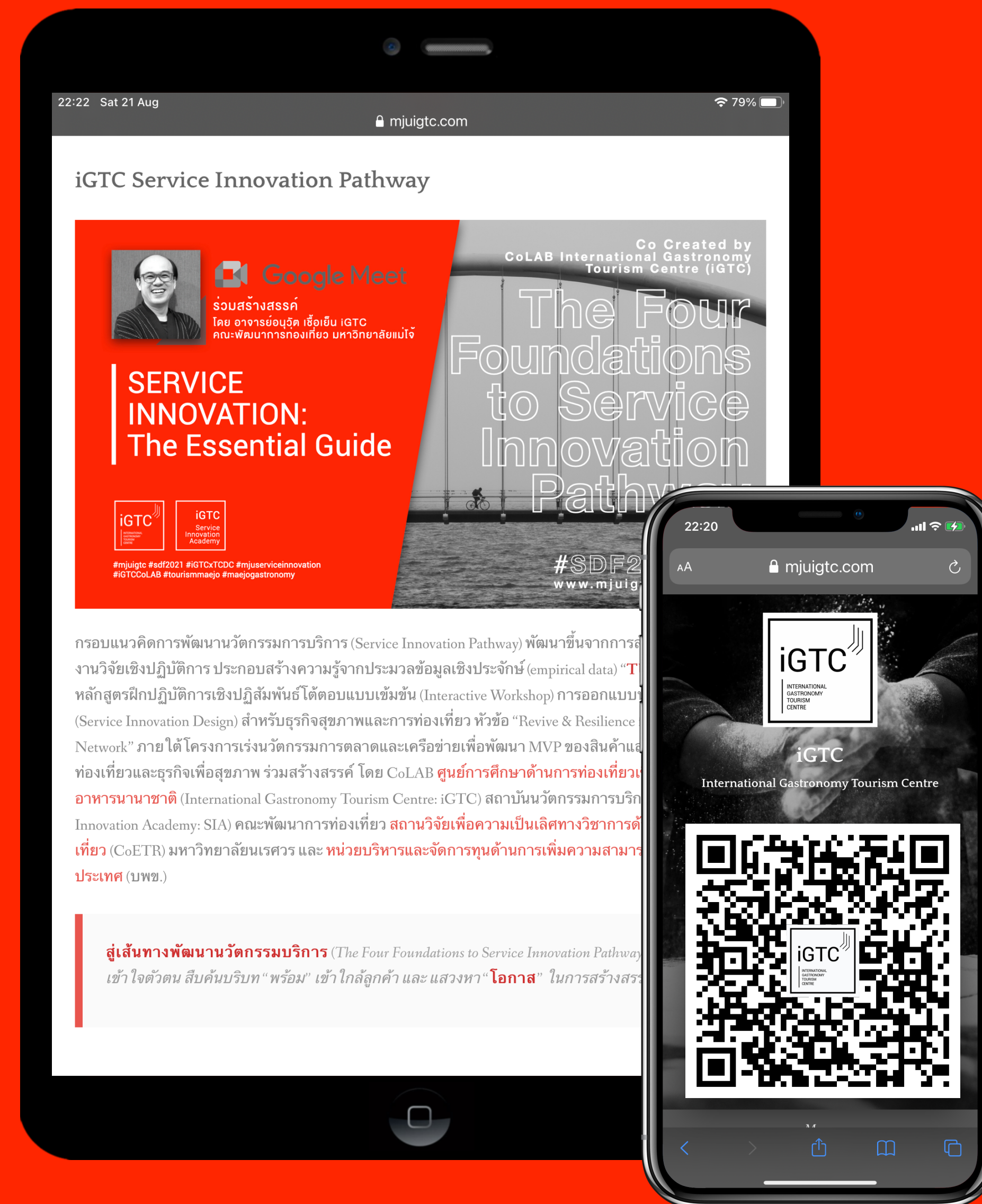
mjuigtc.com/texts/

iGTC Service Innovation Pathway



www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB



User Experience Research Methods:

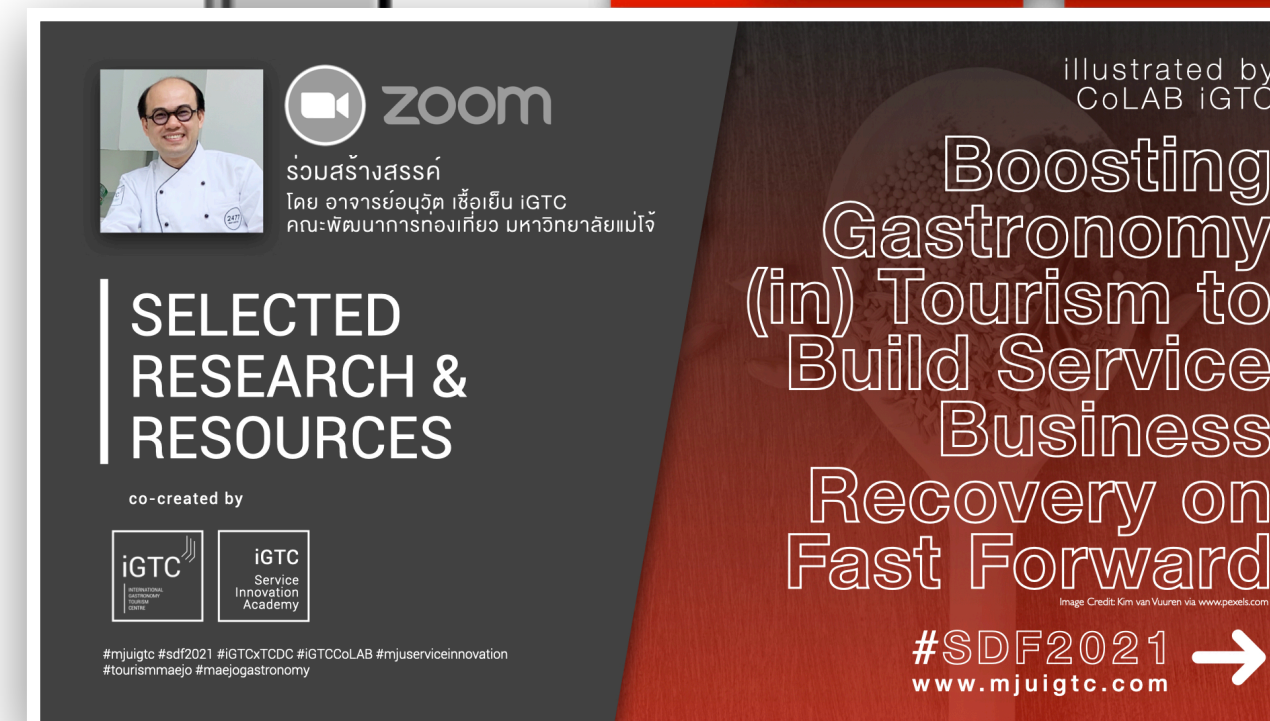
A Closer Look on the Building Block of User Research Methods Landscape with the Lean Approach

LIVE



Google Meet

Core Content



Co Created by iGTC CoLAB x Service Innovation Academy
School of Tourism Development, Maejo University

iGTC Playbook Field Work 3: Narrative Inquiry

A Closer Look on the Building Block of
User Research Methods Landscape
with the Lean Approach



@mjuigtc

www.mjuigtc.com



Downloads:

- iGTC Contextual Research Tools
- iGTC User Research Tools

#MJUiGTC

www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB

CRM

Customer
Relationship
Management

CDP

Customer
Data
Platform

DMP

Data
Management
Platform

Predictive Marketing Automation

The Future of Marketing is Here

ปรับเปลี่ยนทิศธุรกิจ
เปลี่ยนวิธีคิด
สู่สมดุลใหม่

ANUWAT CHURYEN

Director of International Gastronomy Tourism Centre
and Co-Founder of Service Innovation Academy

School of Tourism Development, Maejo University



Learning Modes

These 4 Study Schemes are designed to ensure that learners in this incubating programme equipped with useful resources aims to meet course learning outcomes.

ONLINE
live streaming



ONSITE
field coaching



ON-DEMAND
self-paced learning



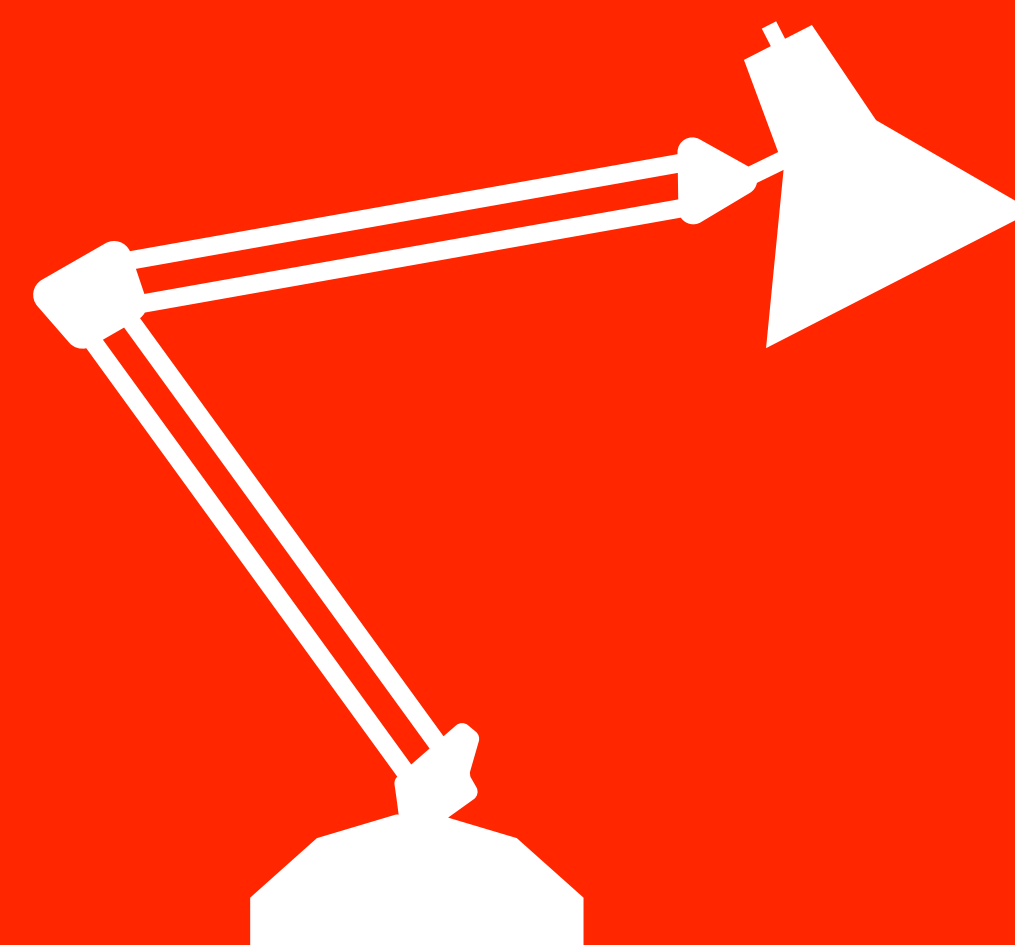
ON-HANDS
capstone project



TEACH LESS



LEARN MORE



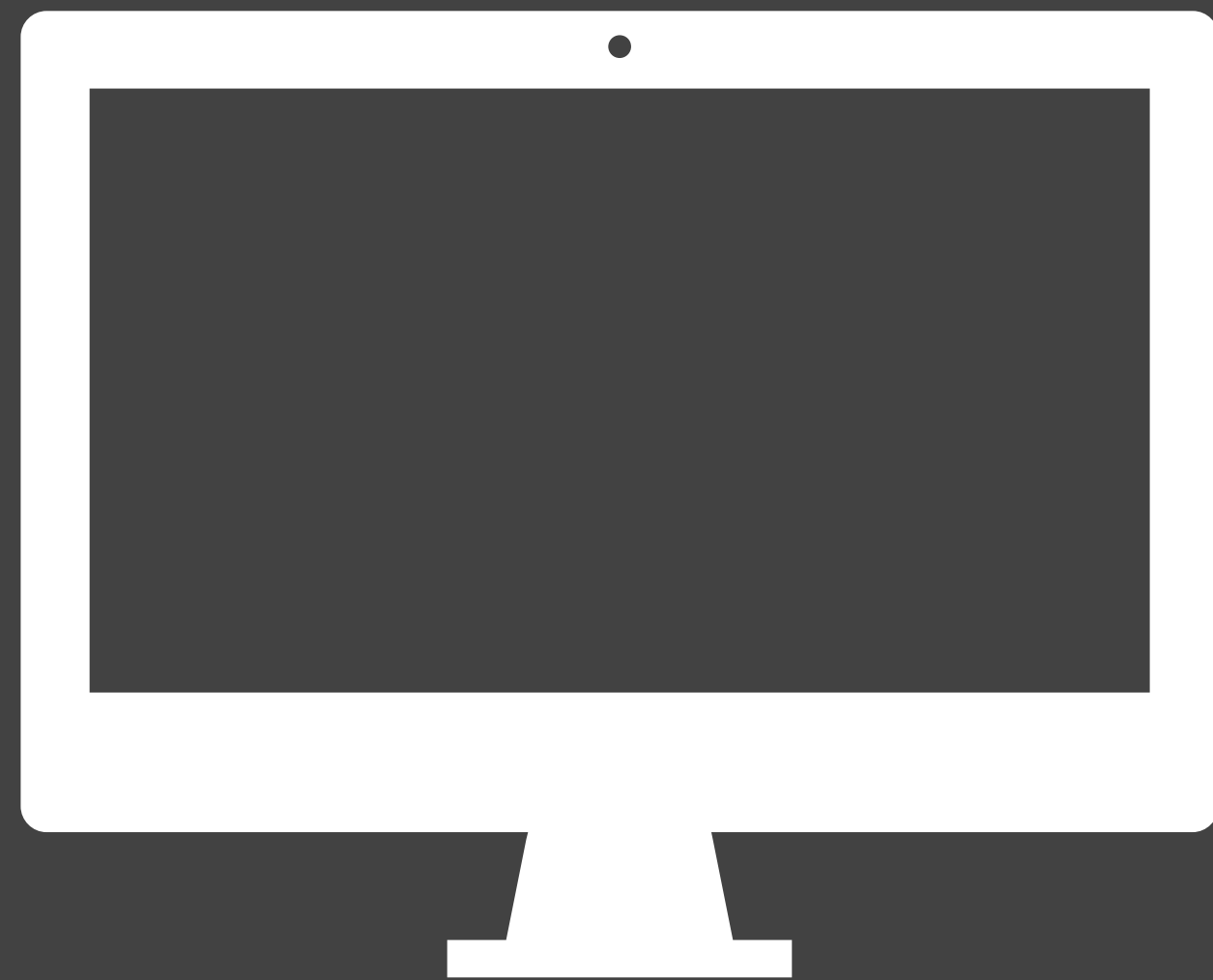
TEACHING



COACHING

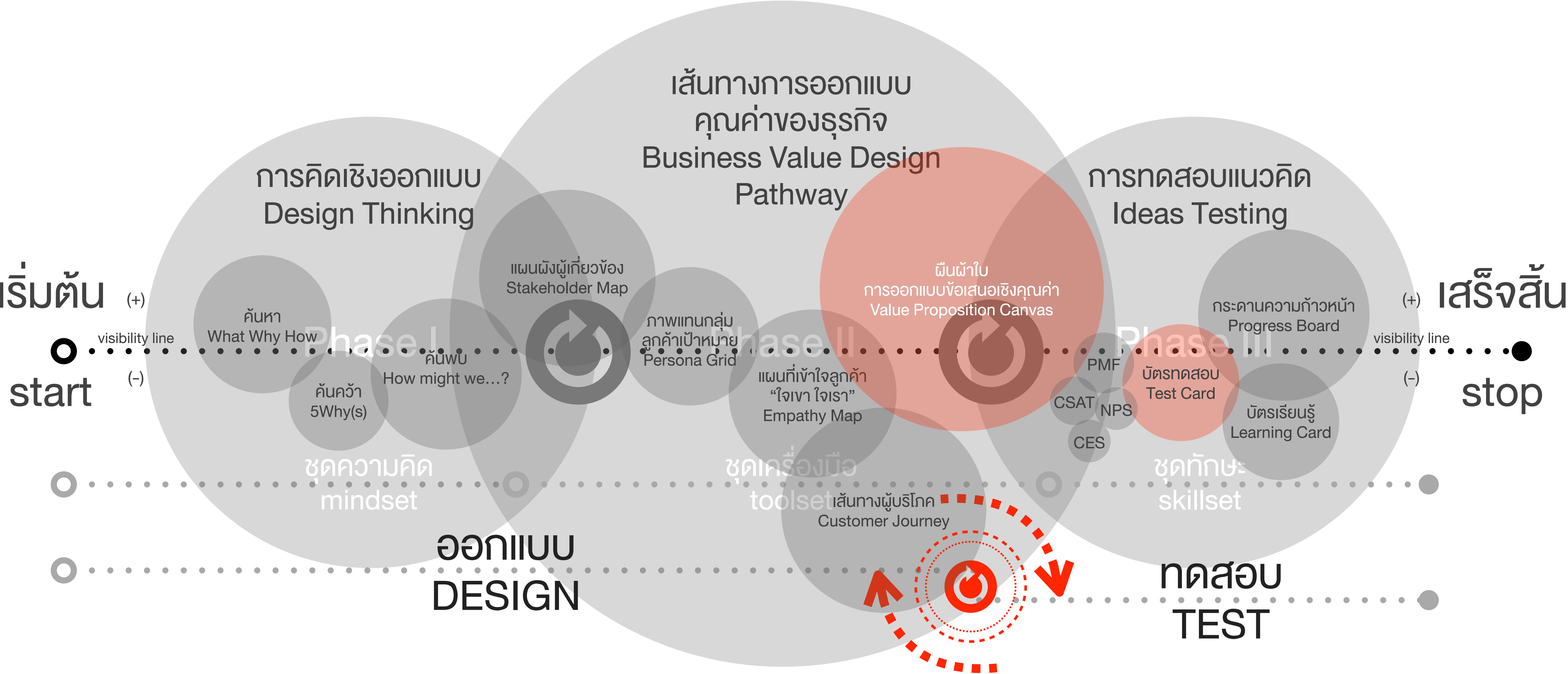


REAL TIME



REAL WORLD





Learning Modes

These 4 Study Schemes are designed to ensure that learners in this incubating programme equipped with useful resources aims to meet course learning outcomes.

ONLINE
live streaming



ONSITE
field coaching



ON-DEMAND
self-paced learning



#SDF2021

ON-HANDS
capstone project



SERVICE DESIGN FOR FOOD

ร่วมสร้างสรรค์

โดย CEA เชียงใหม่ ร่วมกับ CoLAB ศูนย์การศึกษาด้านการท่องเที่ยว
เชิงศิลปวิทยาการอาหารนานาชาติ (iGTC) คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และเครือข่ายพันธมิตร ภายใต้โครงการริเริ่ม
ด้านการออกแบบบริการ (Service Design Initiative)



x



#SDF2021



2021
Apr-Jun

Service Business
Incubation
Programme
for Post
Pandemic
Recovery

iGTCx CoLAB:
The Future is
collaborative



www.mjuigtc.com



co-created by



iGTCx



School of Tourism
DEVELOPMENT
Success Through Wisdom
Maejo University



FdInnopolis
Thailand Most Influential
Food Innovation Platform



KUSCR
Kasetsart University
Sensory and Consumer Research Center



Slow Food
CHIANG MAI

#SDF2021



#MJUiGTC

#SDF2021
Apr-Jun 2021

organised by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)

2021

17-21 May

ร่วมสร้างสรรค์

โดย CEA เชียงใหม่ ร่วมกับ CoLAB ศูนย์การศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการอาหารนานาชาติ (iGTC) คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และเครือข่ายพันธมิตร ภายใต้โครงการริเริ่มด้านการออกแบบบริการ (Service Design Initiative)



Service Design Lab

online WEBINAR

LIVE Google Meet

SERVICE DESIGN LAB (SDL)

WHAT's NEXT?

17-21 May 2021

slido

#SDF2021

#MJUIGTC

www.mjuigtc.com

WELCOME MESSAGE

ยินดีต้อนรับผู้ประกอบการ โครงการ SDF₂₀₂₁ เข้าสู่ #SDF₂₀₂₁SDL ห้องปฏิบัติการทางสังคมบริการ (Service Design Lab หรือ SDL) แผนปฏิบัติงานกิจกรรม “SERVICE CHECK-UP Program Design Lab Vol.01-02 #iGTCDesignLab // Service Design **CASCADING** Workshop” ภายใต้ Design for Food #SDF₂₀₂₁ ด้วยการแพร่ภาพสดผ่านระบบออนไลน์ [1] (Google Meet) ความร่วมใจเพื่อช่วยคิด...ฟื้นฟูเศรษฐกิจด้วย Service Design for Food

สัปดาห์แห่งการเสริมศักยภาพและบ่มเพาะผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจบริการอาหาร // คิด... วิฤติ พิชิตใจลูกค้า...มองหาโอกาสใหม่ด้วยการออกแบบบริการ **Service Business Incubation Programme for Post Pandemic Recovery** ภายใต้แนวคิด *Service Design for Food: Redefining Opportunity in the New Reality*

ตั้งเป้าหมายสร้างผลลัพธ์ด้วยวิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านการสอนงาน (Online Coaching Program) กระบวนการพิสูจน์ทราบ (Validation) สมมุติฐานที่มีต่อโอกาสในการสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการ กระบวนการให้คำปรึกษาและกำหนดโจทย์วิจัย (Research Syndicate Group) ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ

10:02

LINE

mjuigtc.com

iGTC INTERNATIONAL GASTRONOMY TOURISM CENTRE

Menu

Service Design Lab

online WEBINAR

LIVE Google Meet

SERVICE DESIGN LAB (SDL)

WHAT's NEXT?

17-21 May 2021

slido

#SDF2021

#MJUIGTC

www.mjuigtc.com

#SDF2021

WELCOME MESSAGE

ยินดีต้อนรับผู้ประกอบการ โครงการ SDF₂₀₂₁ เข้าสู่ #SDF₂₀₂₁SDL ห้องปฏิบัติการทางสังคมด้านการ

Follow

10:02

LINE

mjuigtc.com

17.05.2021 09:00-10:30

SDF2021 EXPERT TALK

purpose built sensory design doing

delightful service design doing

18.05.2021 09:00-10:30

adaptable learning platform doing

service innovation landscape exploring

19.05.2021 09:00-10:30

SDF2021 EXPERT TALK

strategic service business aligning

20.05.2021 09:00-10:30

revenue model strategy building

21.05.2021 09:00-10:30

service business model shifting

[17.05.2564 เวลา 09.00-10.30 น.] คิด... ล้าอย่างผู้นำ... ทำอย่างนักออกแบบ // Unlocking Growth with Service Design Doing ร่วมสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ โดย อาจารย์ขวัญ พงษ์หาญยุทธ นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบริการ*

Watch The Replay | Expert Talk 1

10:02

LINE

mjuigtc.com

Watch The Replay | Expert Talk 1

[17.05.2564 เวลา 10.30-12.00 น.] คิด... สร้างฝั่งละสิ่งเราที่เข้าใจลูกค้า ออกแบบพัฒนาอย่างไรให้ใช้ได้จริง // Cascading Purpose Built Sensory Design ร่วมสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ โดย ผศ.ดร.อุศมา สุนทรนฤงค์ หน่ววิจัยคุณภาพทางประสาทสัมผัสและผู้บริ โภคแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Kasetsart University Sensory & Consumer Research: KUSCR) ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Watch The Replay | Expert Talk 2

[18.05.2564 เวลา 09.00-10.30 น.] คิด... สร้างสรรค์บริการที่ตรงใจในยุคเศรษฐกิจไทยไร้สัมผัส // Creating Delightful Service in Contactless Economy ร่วมสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ โดย อ.ดร.จาวรรณ แดงบุปผา ผู้อำนวยความสะดวกสถานวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการด้านการจัดการท่องเที่ยว (CoETR) มหาวิทยาลัยนเรศวร

Watch The Replay | Expert Talk 3

[18.05.2564 เวลา 13.00-14.30 น.] คิด... ปิดช่องว่างมองทางเลือกใหม่ในธุรกิจอาหาร // Bridging The Innovation Gap in Food Business ร่วมสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ โดย ผศ.ดร.ปิยาภรณ์ เชื้อมชัยตระกูล

Follow

10:02

LINE

mjuigtc.com

Watch The Replay | Expert Talk 3

[18.05.2564 เวลา 13.00-14.30 น.] คิด... ปิดช่องว่างมองทางเลือกใหม่ในธุรกิจอาหาร // Bridging The Innovation Gap in Food Business ร่วมสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ โดย ผศ.ดร.ปิยาภรณ์ เชื้อมชัยตระกูล หัวหน้าสถาบันชาและกาแฟ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

Watch The Replay | Expert Talk 4

[19.05.2564 เวลา 09.00-10.30 น.] คิด... ข้ามพรมแดนความรู้ มุ่งสู่ภูมิทัศน์นวัตกรรมบริการในอนาคต Unveiling The Future of Service Innovation Landscape ร่วมสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ โดย อ.ดร.จาวรรณ แดงบุปผา ผู้อำนวยความสะดวกสถานวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการด้านการจัดการท่องเที่ยว (CoETR) มหาวิทยาลัยนเรศวร

Watch The Replay | Expert Talk 5

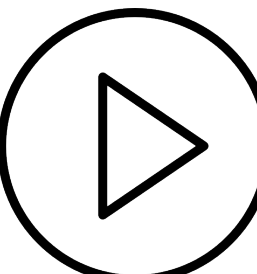
[19.05.2564 เวลา 10.30-12.00 น.] คิด... เชิงกลยุทธ์สู่จุดสูงสุดขององค์กรบริการ Aligning Strategic Service Business & Organisation ร่วมสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ อาจารย์อโนวัต เชื้อเย็น ผู้อำนวยความสะดวกศูนย์การศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการอาหารนานาชาติ (iGTC)

Follow

interactive workshop

EXPERT TALK

REPLAY  Google Meet

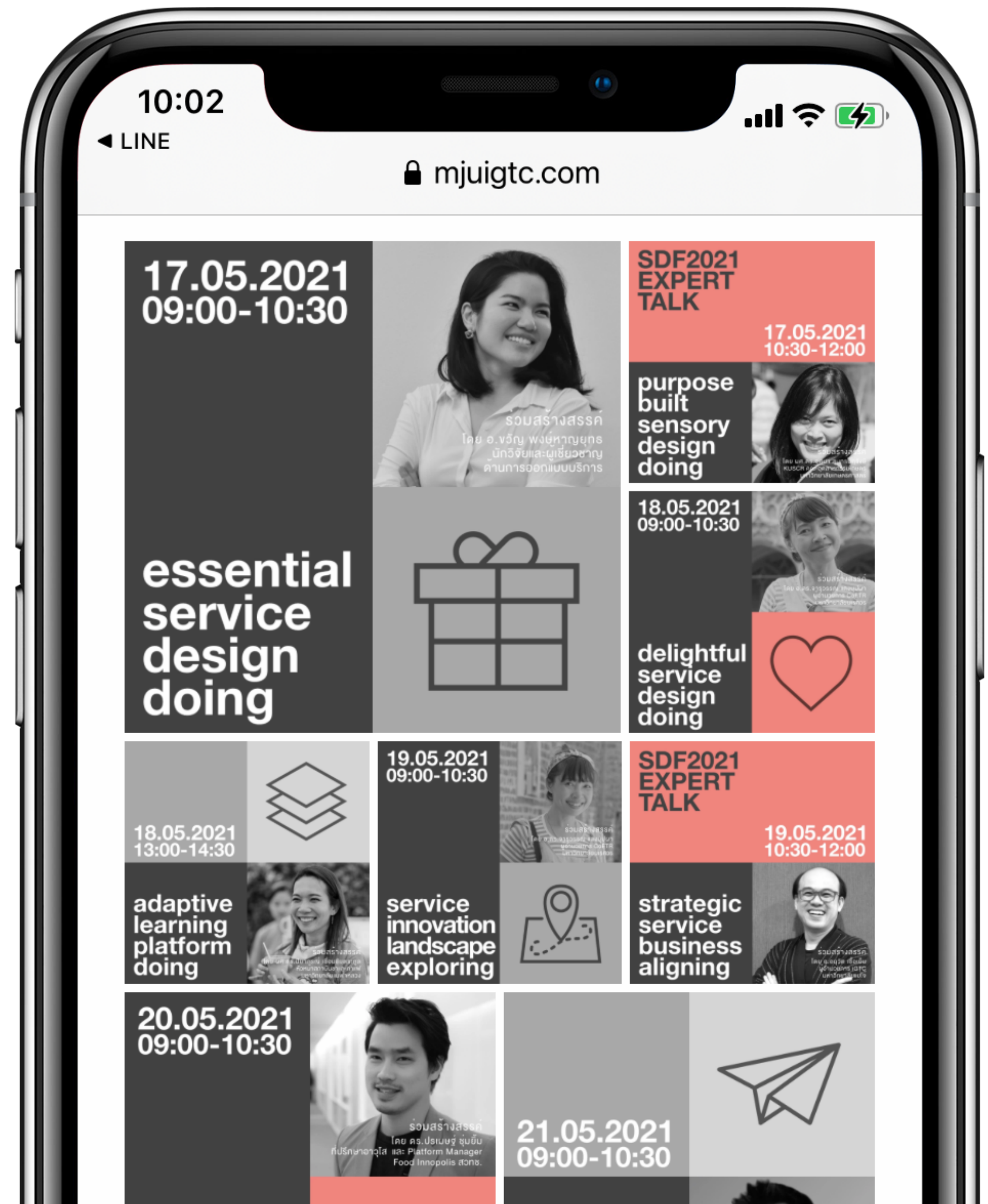
 2021
17-21
May



x



 #MJUiGTC



interactive workshop

EXPERT TALK

REPLAY



Google Meet

2021
17-21
May



x



#MJUiGTC

10:02

LINE

mjuigtc.com

Watch The Replay | Expert Talk 1

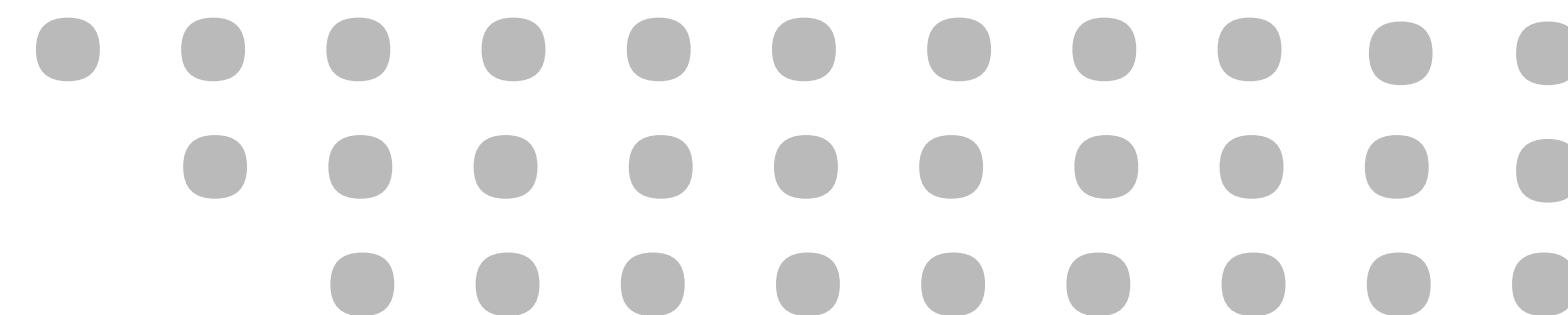
[17.05.2564 เวลา 10.30-12.00 น.] คิด...สร้างผัสสะสิ่ง
เร้าที่เข้าใจลูกค้า ออกแบบพัฒนาอย่างไรให้ใช้ได้จริง //
Cascading Purpose Built Sensory Design ร่วมสร้างสรรค์
และอำนวยการเรียนรู้ โดย ผศ.ดร.อุศมา สุนทรนฤรังษี
หน่วยวิจัยคุณภาพทางประสาทสัมผัสและผู้บริโภคแห่ง
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Kasertsart University Sensory
& Consumer Research: KUSCR) ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์
คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Watch The Replay | Expert Talk 2

[18.05.2564 เวลา 09.00-10.30 น.] คิด...สร้างสรรค์
บริการที่ตราตรึงใจในยุคเศรษฐกิจไทยไร้สัมผัส // Creating
Delightful Service in Contactless Economy ร่วมสร้างสรรค์

โครงการพัฒนาและผลิตกำลังคนของประเทศ
เพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

หลักสูตรฝึกปฏิบัติการเชิงปฏิสัมพันธ์โต้ตอบแบบเข้มข้น (Interactive Workshop)
การคิดเชิงออกแบบสำหรับเกษตรกรยุคใหม่ (Design Thinking for Agripreneurs)



“คิด
agripreneur
especially designed for

เชิงออกแบบ
design
thinking”

...// in times of turbulence

ปรับเปลี่ยนทัศนกิจ
เปลี่ยนวิธีคิด
สู่อนาคต

New Rules
New Realities
The Next New Things

co-created by
International Gastronomy Tourism Centre and
Service Innovation Academy, School of Tourism development
Maejo Agro Food Park, Maejo University

 #MJUiGTC

 School of Tourism
DEVELOPMENT
Success Through Wisdom
Maejo University

 iGTC
INTERNATIONAL
GASTRONOMIC
TOURISM
CONSORTIUM

 MAEJO AGRO - FOOD PARK

interactive workshop

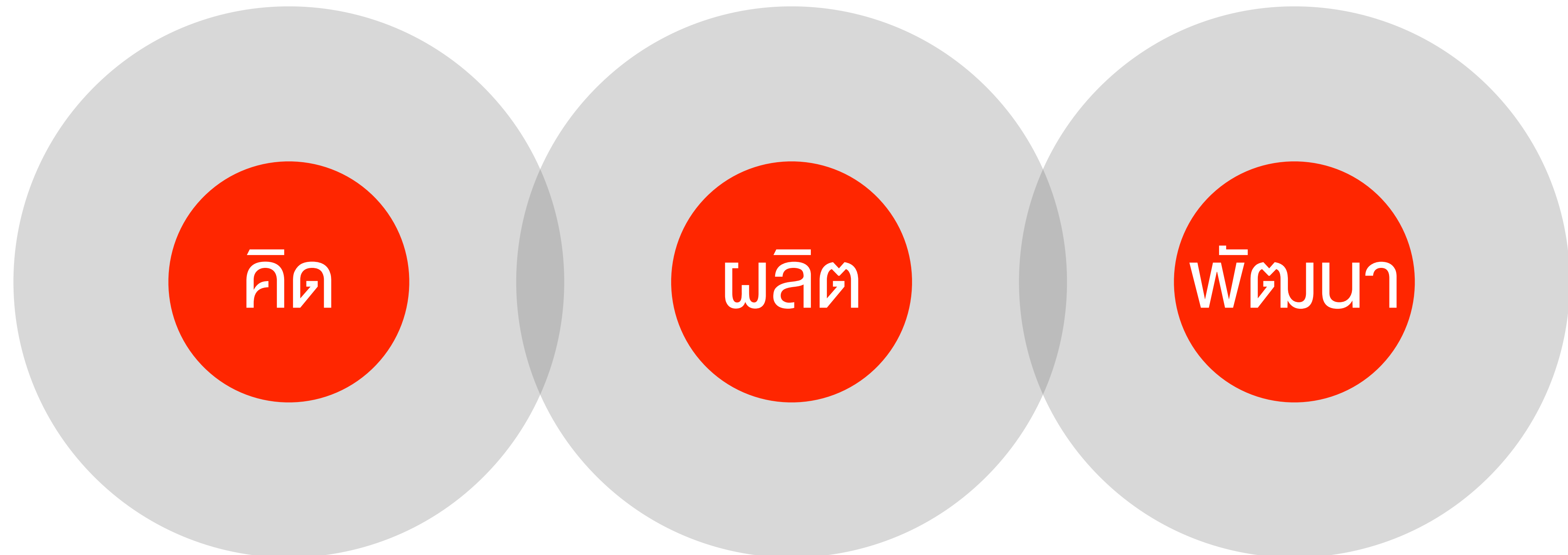
WORKSHOP RESOURCE CENTRE

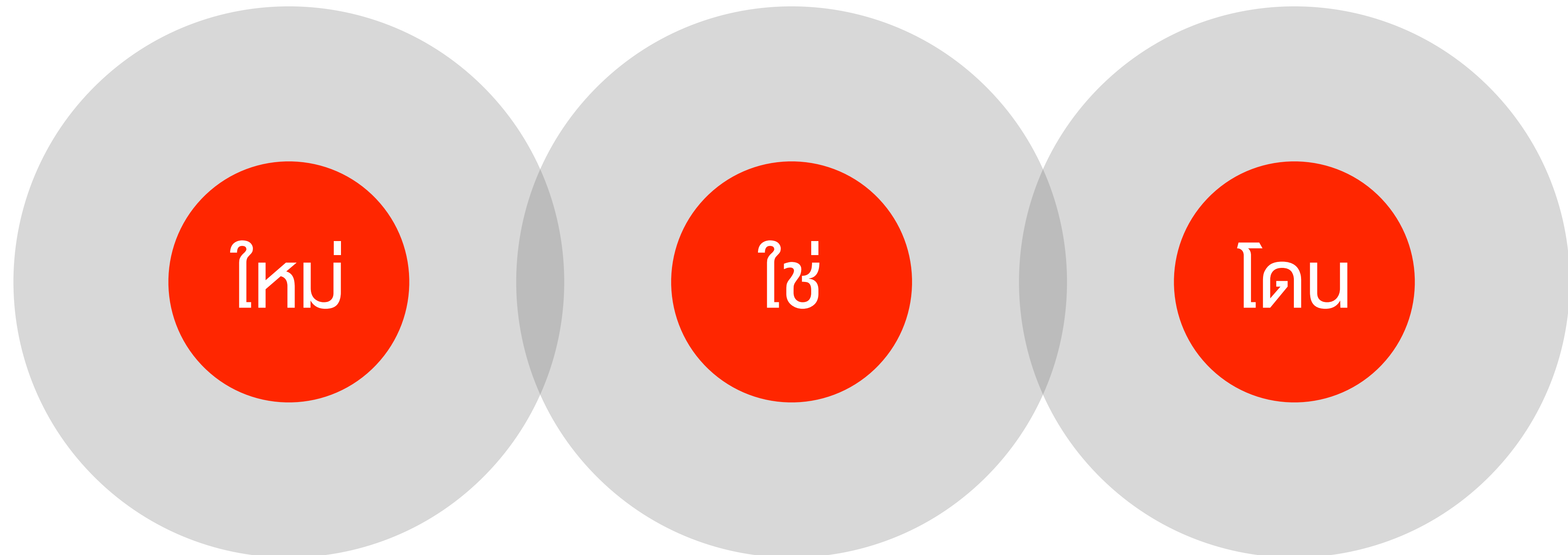


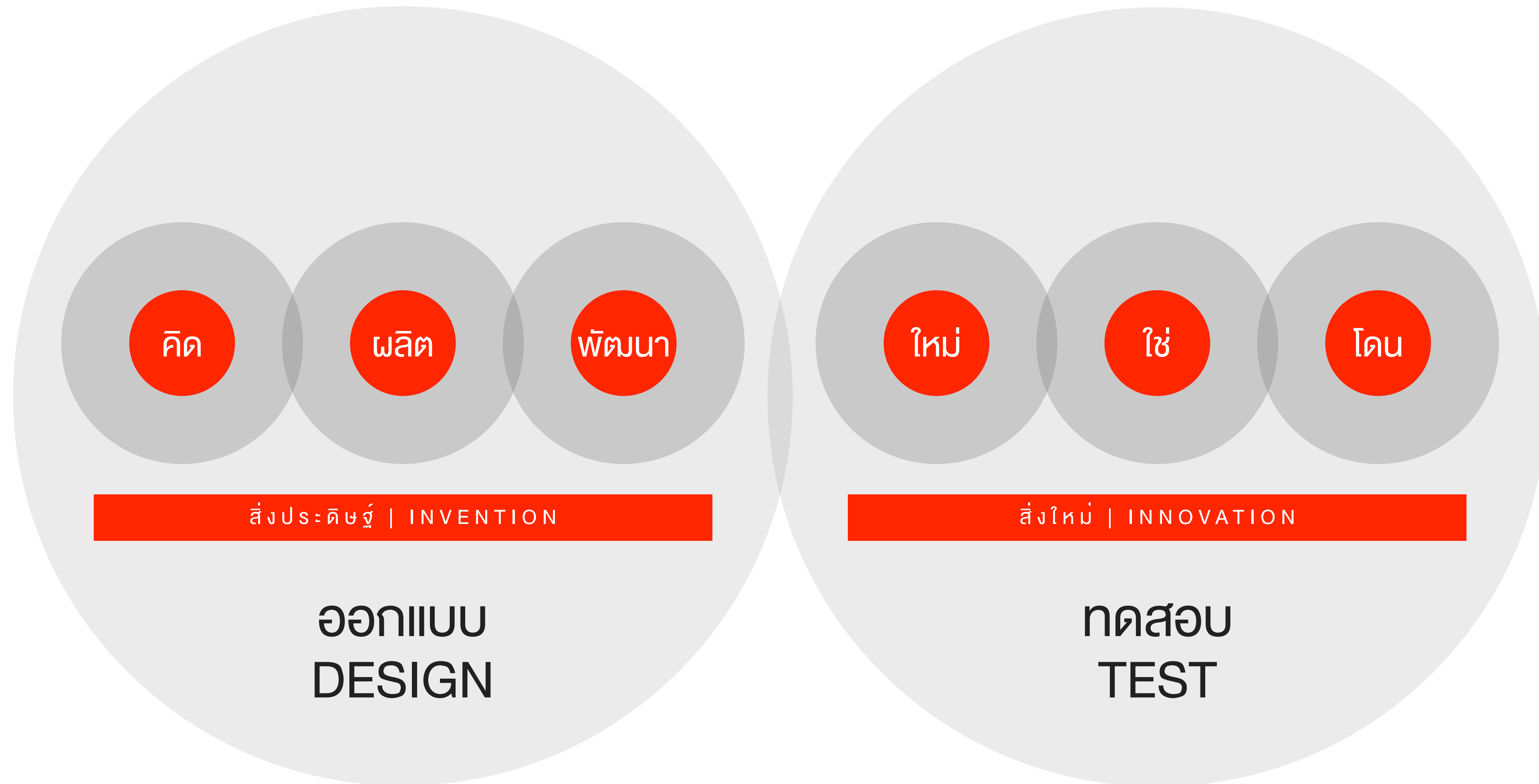
#MJUiGTC

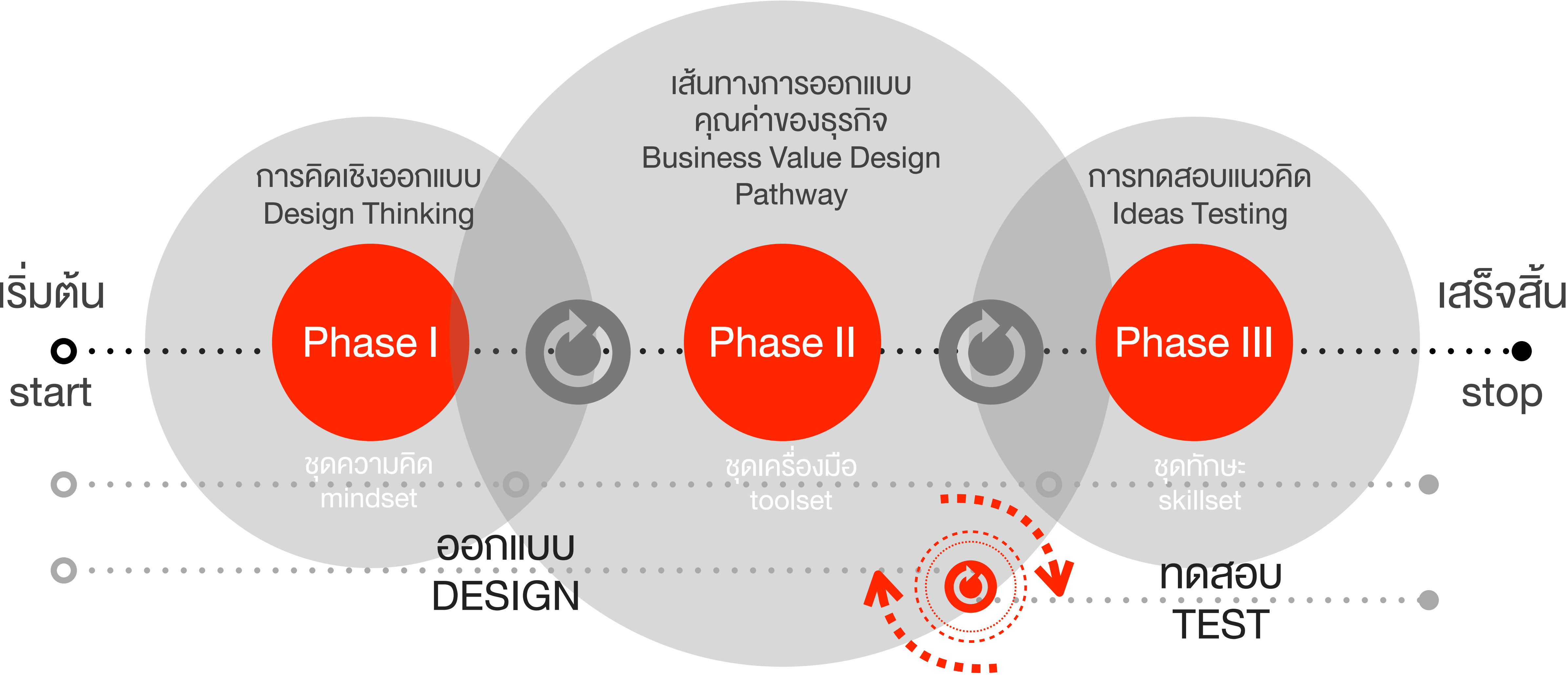


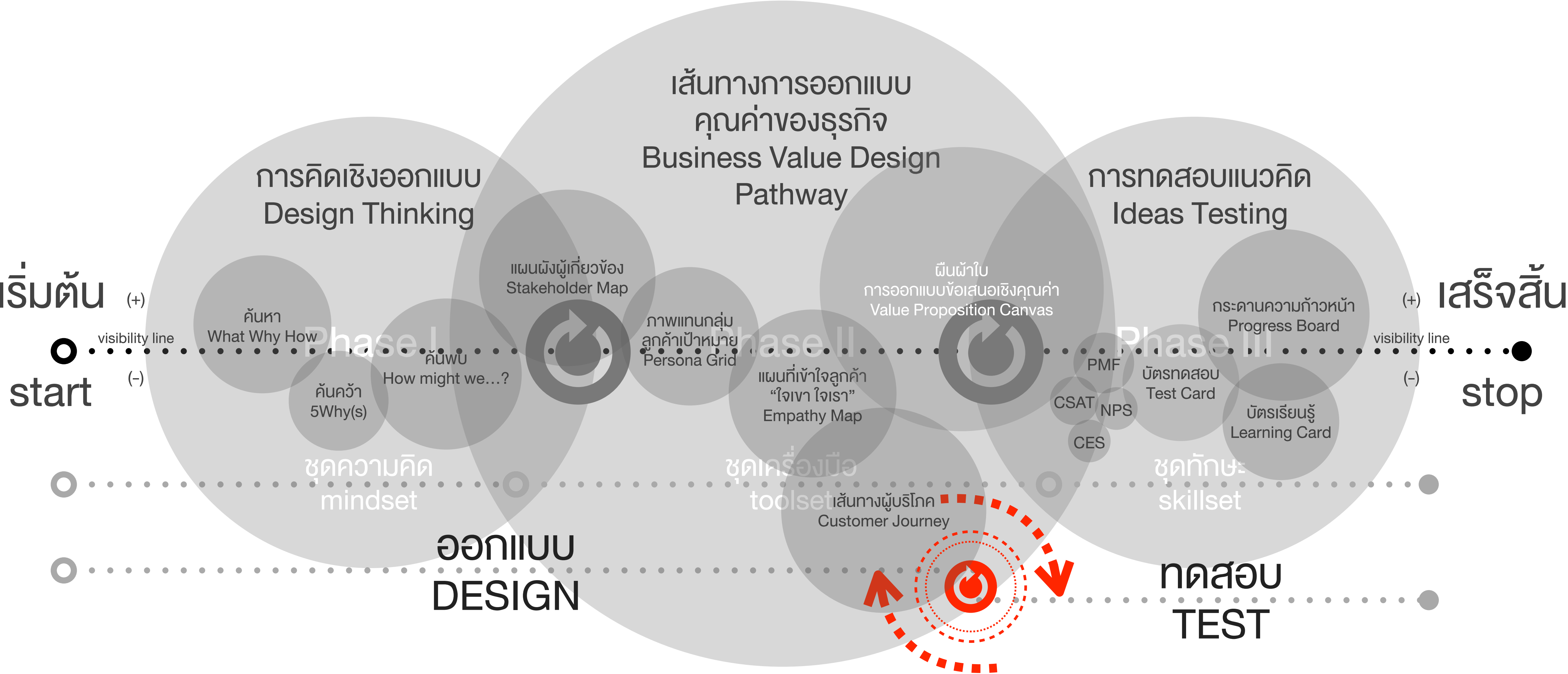
* กิจกรรมร่วมสร้างสรรค์ โดย iGTCx ศูนย์การ
ศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการอาหาร

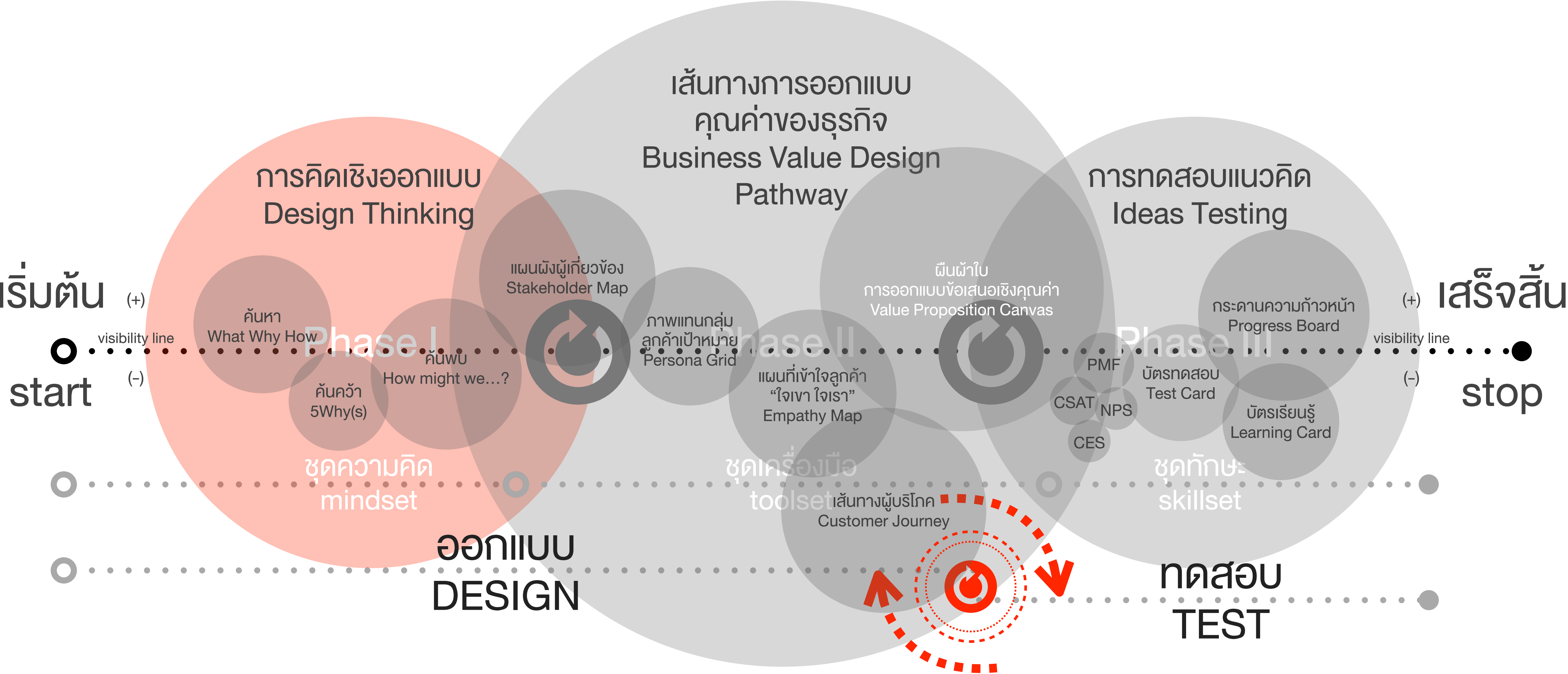


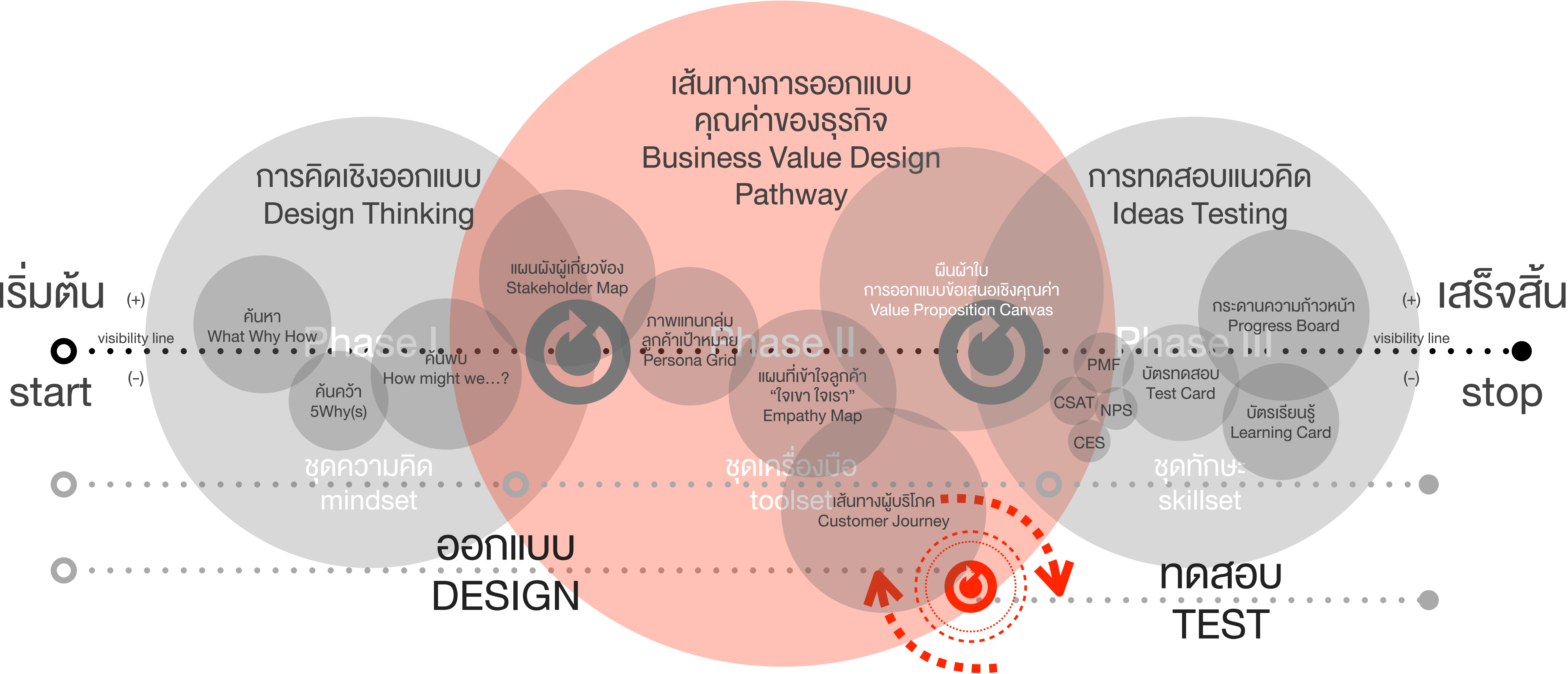


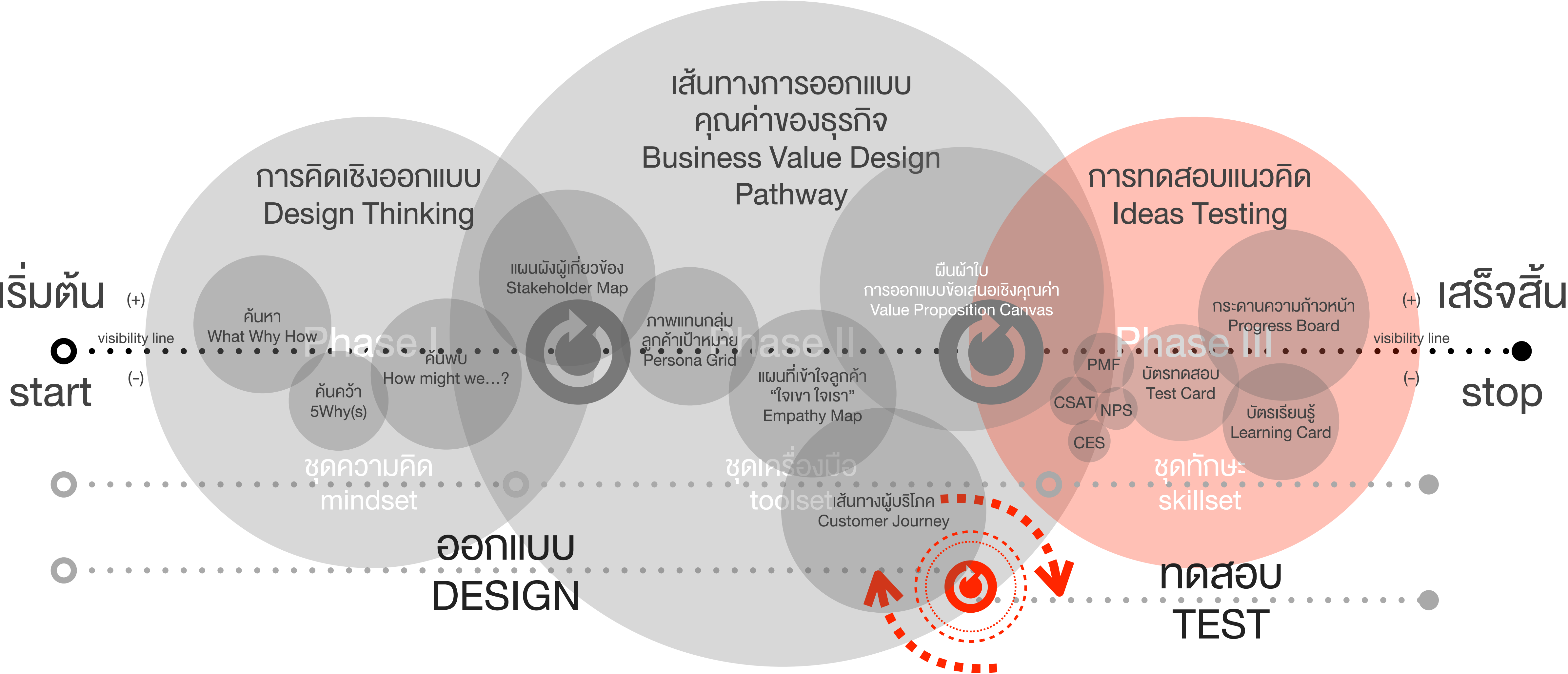


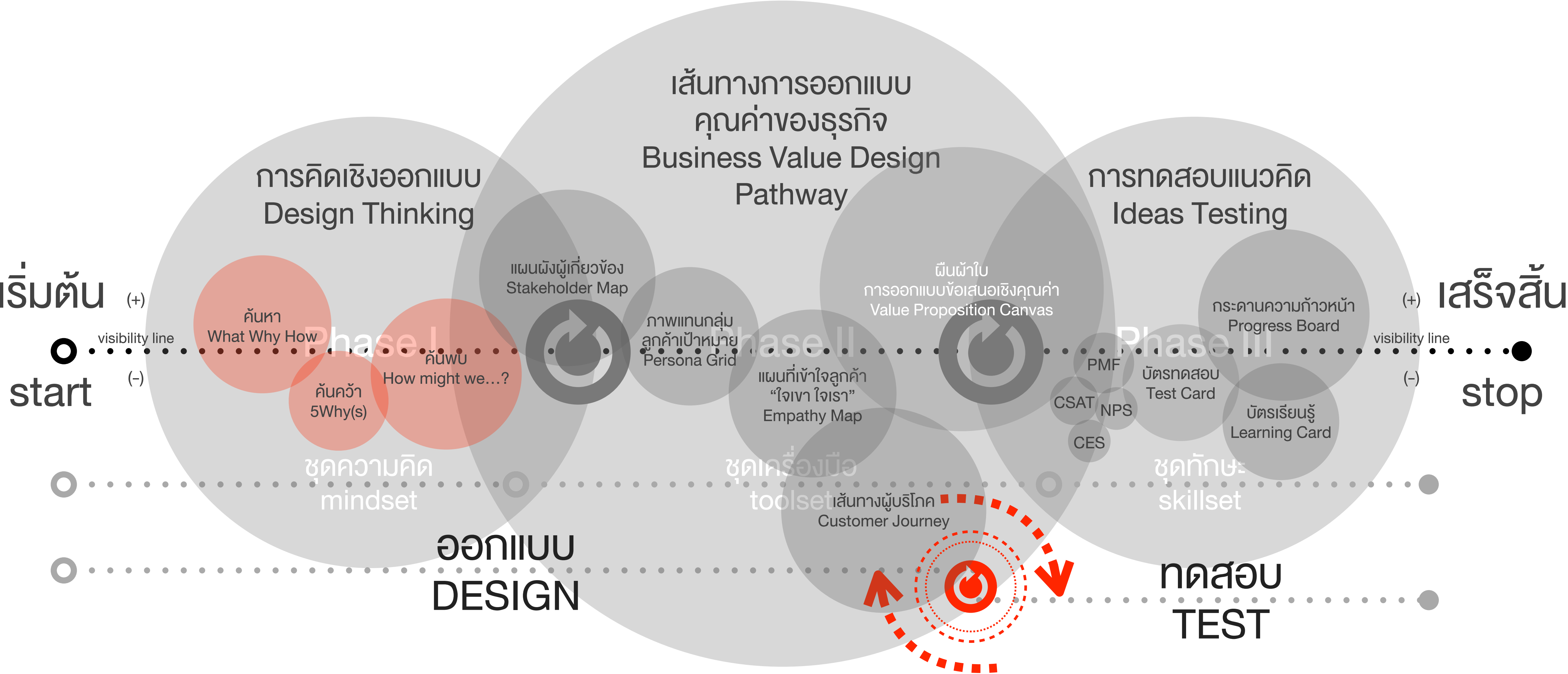


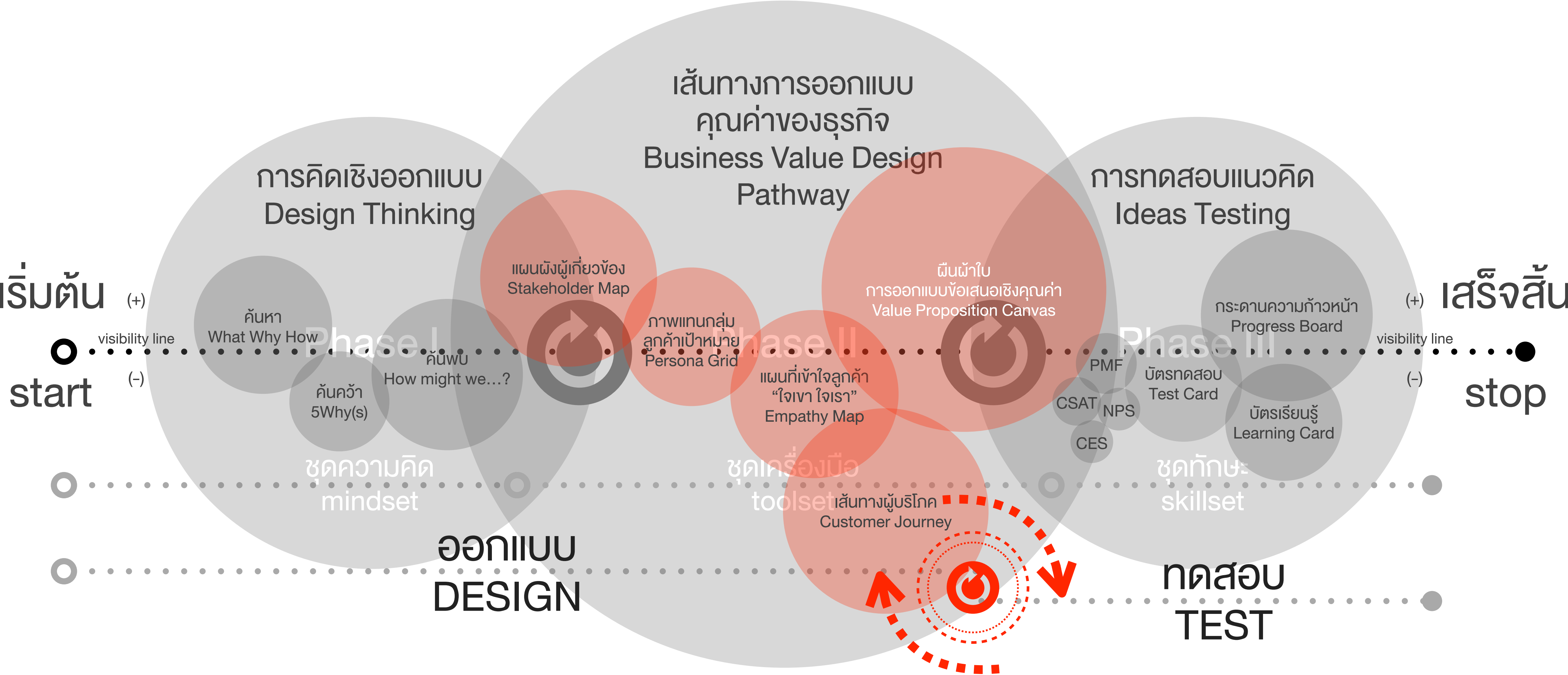


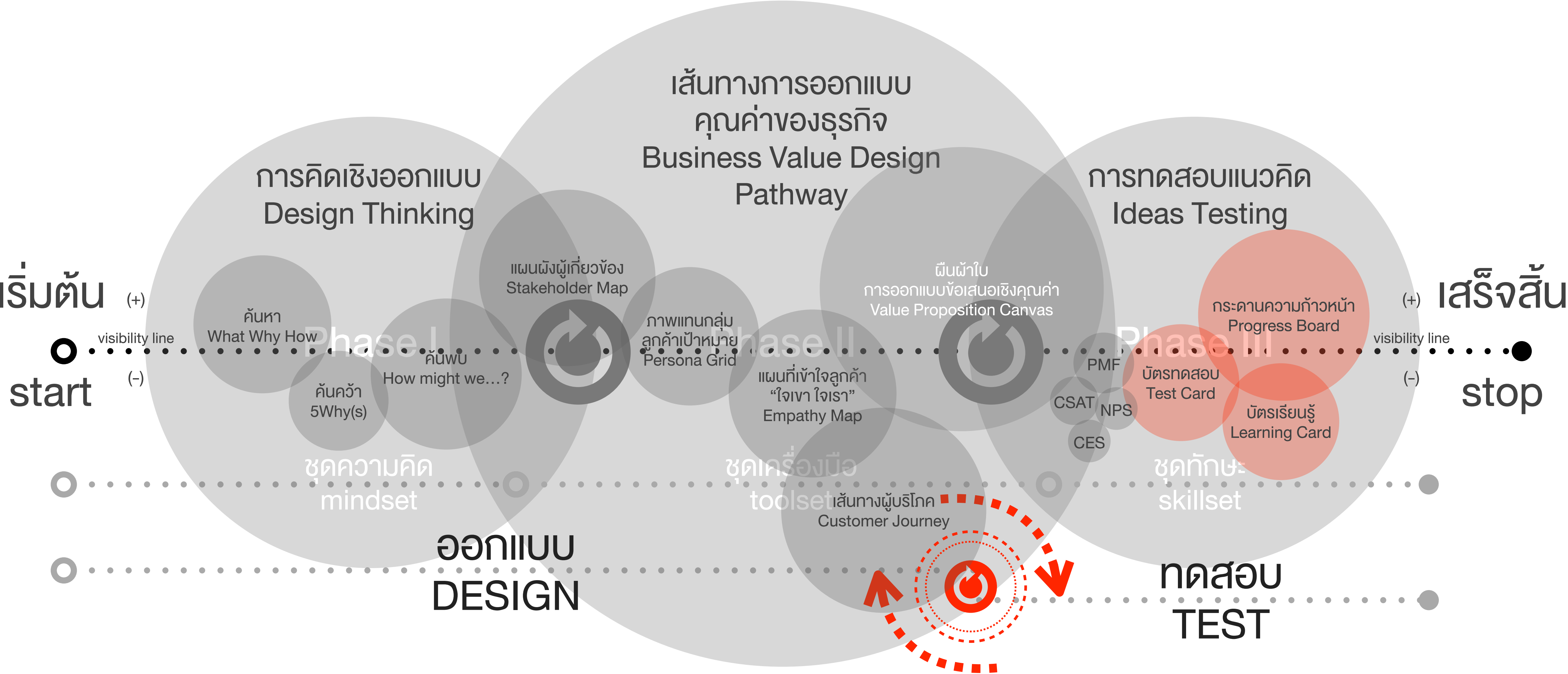


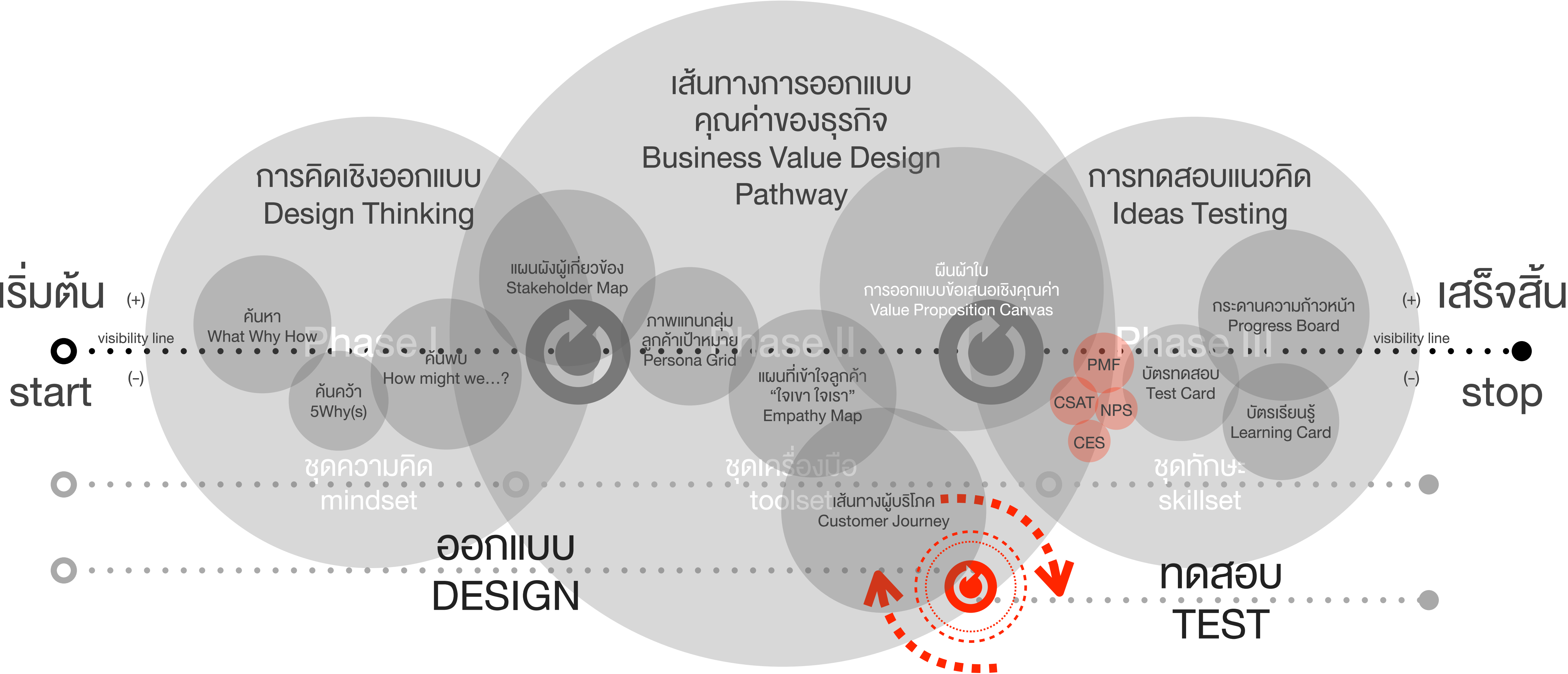


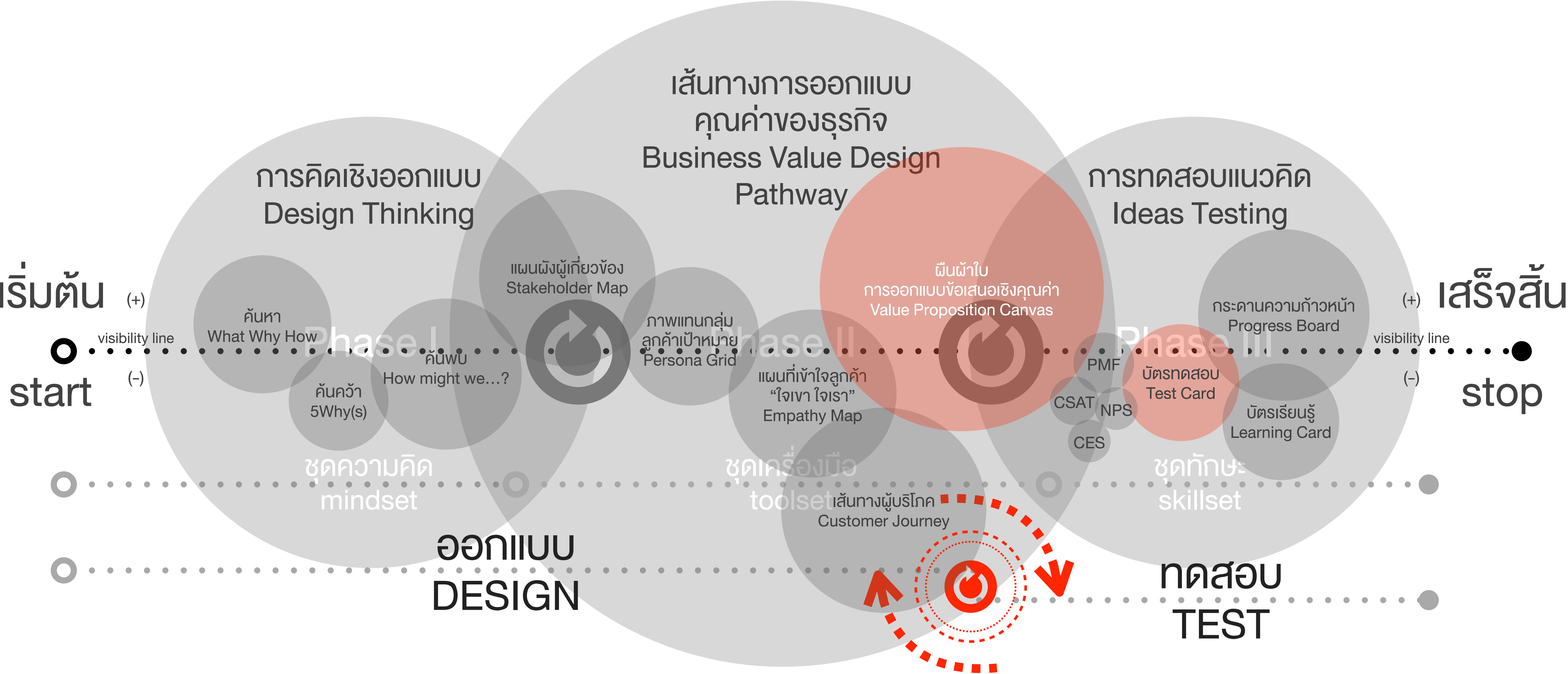


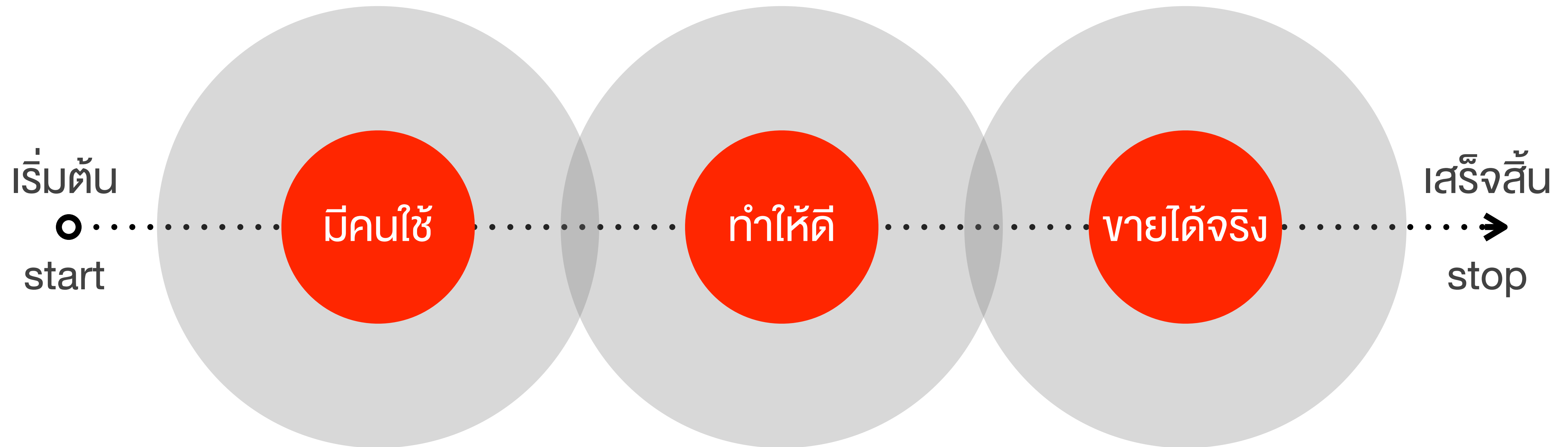




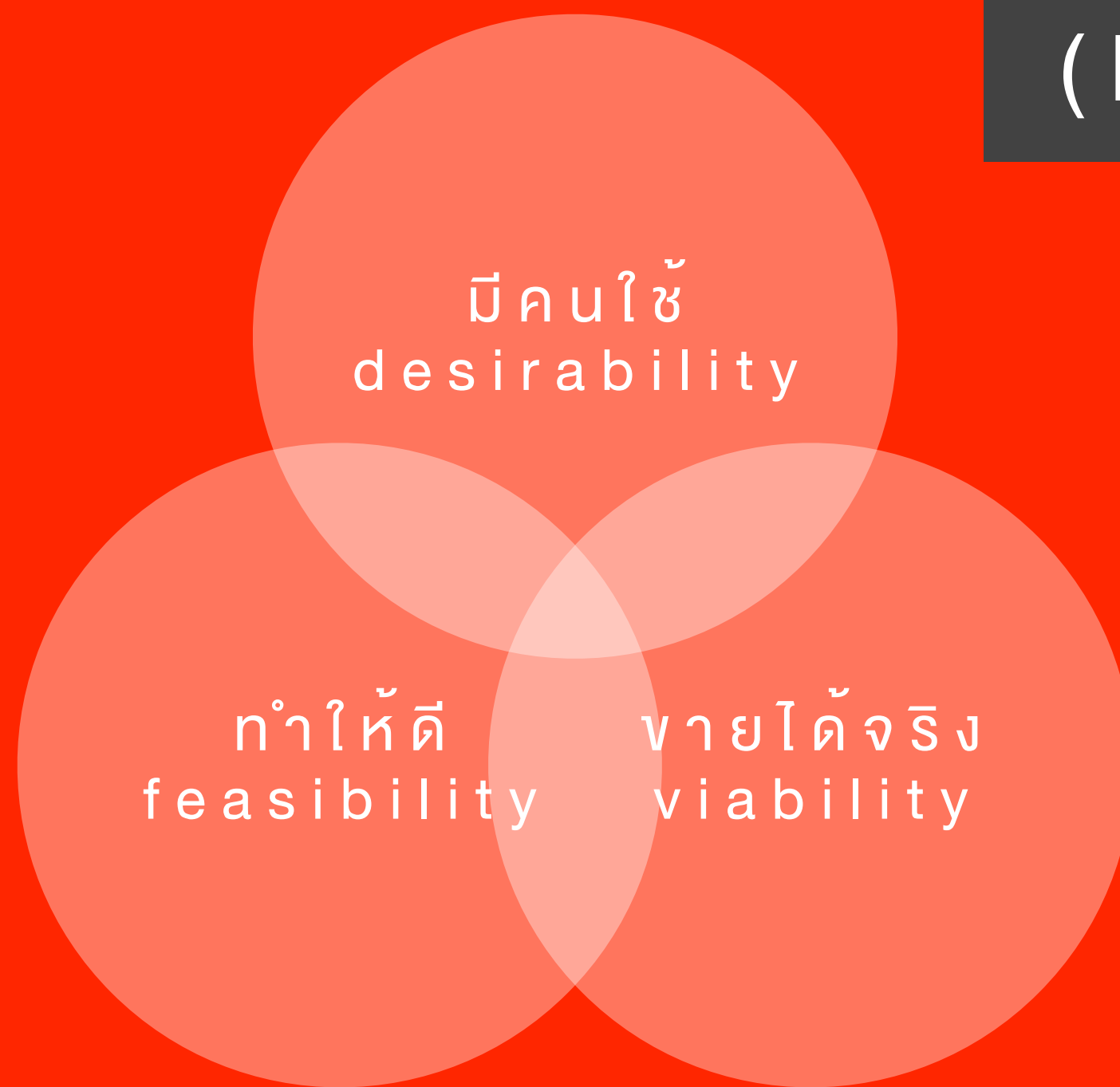






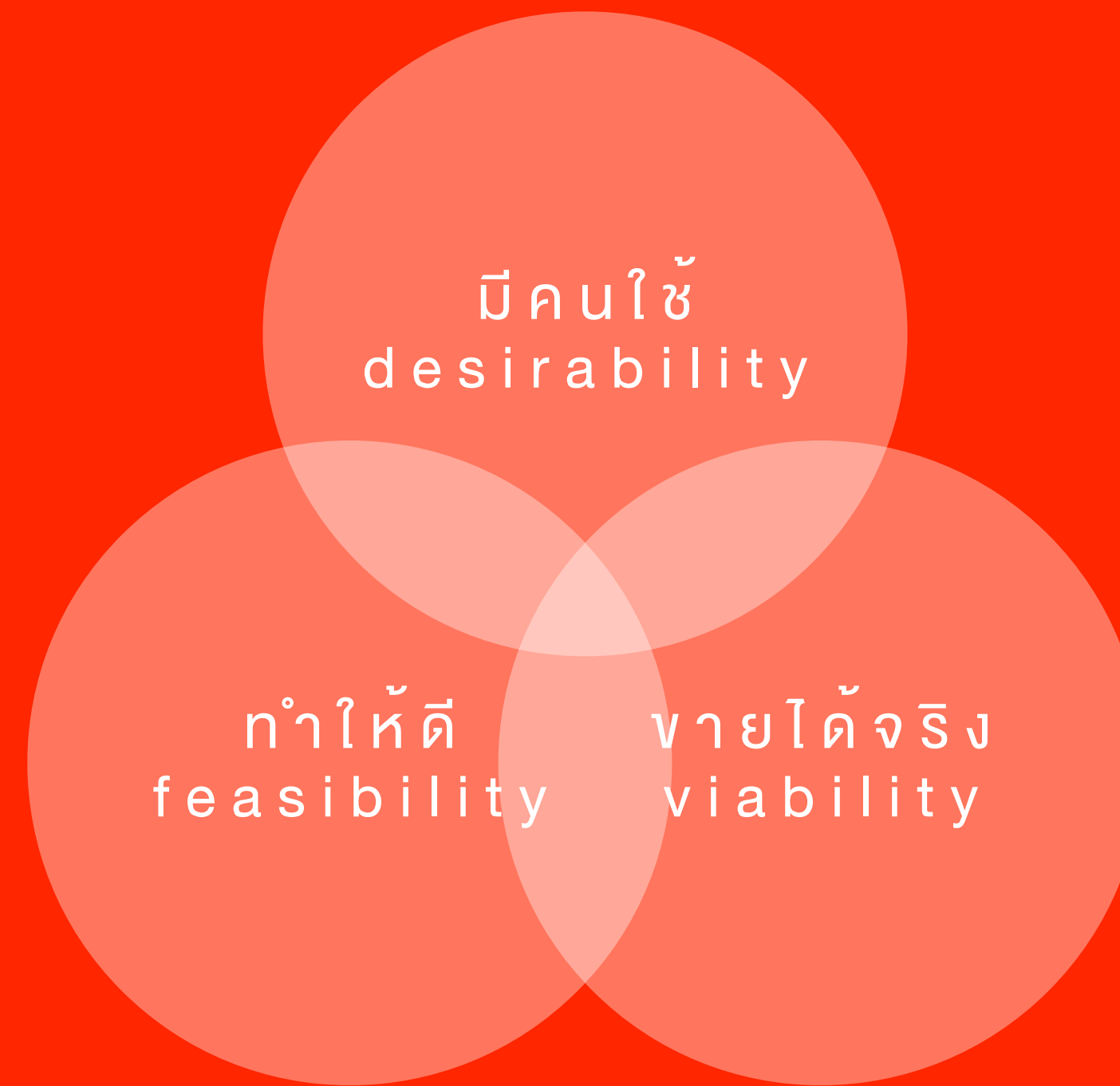


แนวคิดการออกแบบที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human Centred Design)



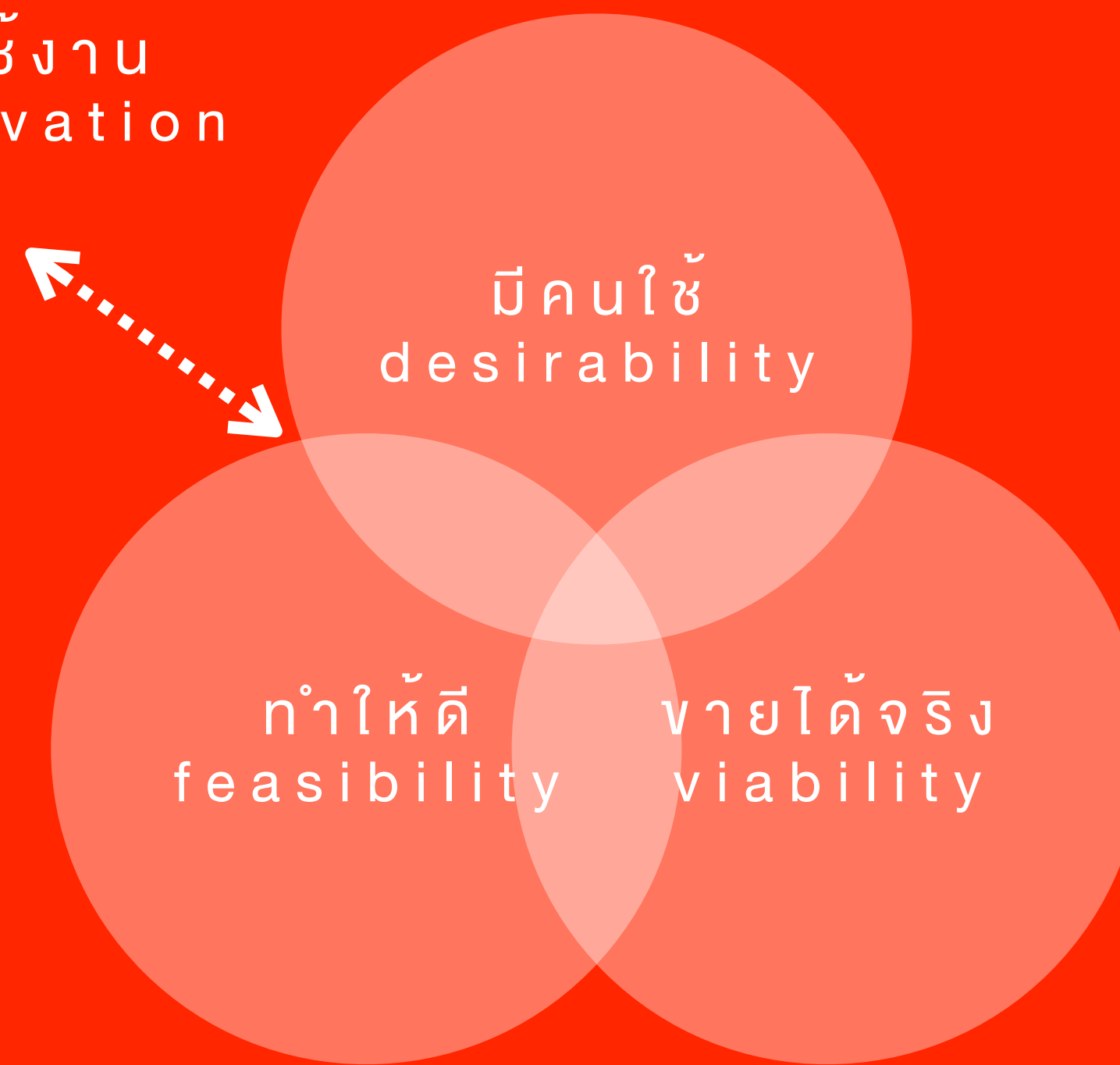
ที่มา: Human Centered Design Toolkit, IDEO

1. ความต้องการของลูกค้า
(Customer Desirability)
2. ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี
(Technology Feasibility)
3. ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ
(Business Viability)

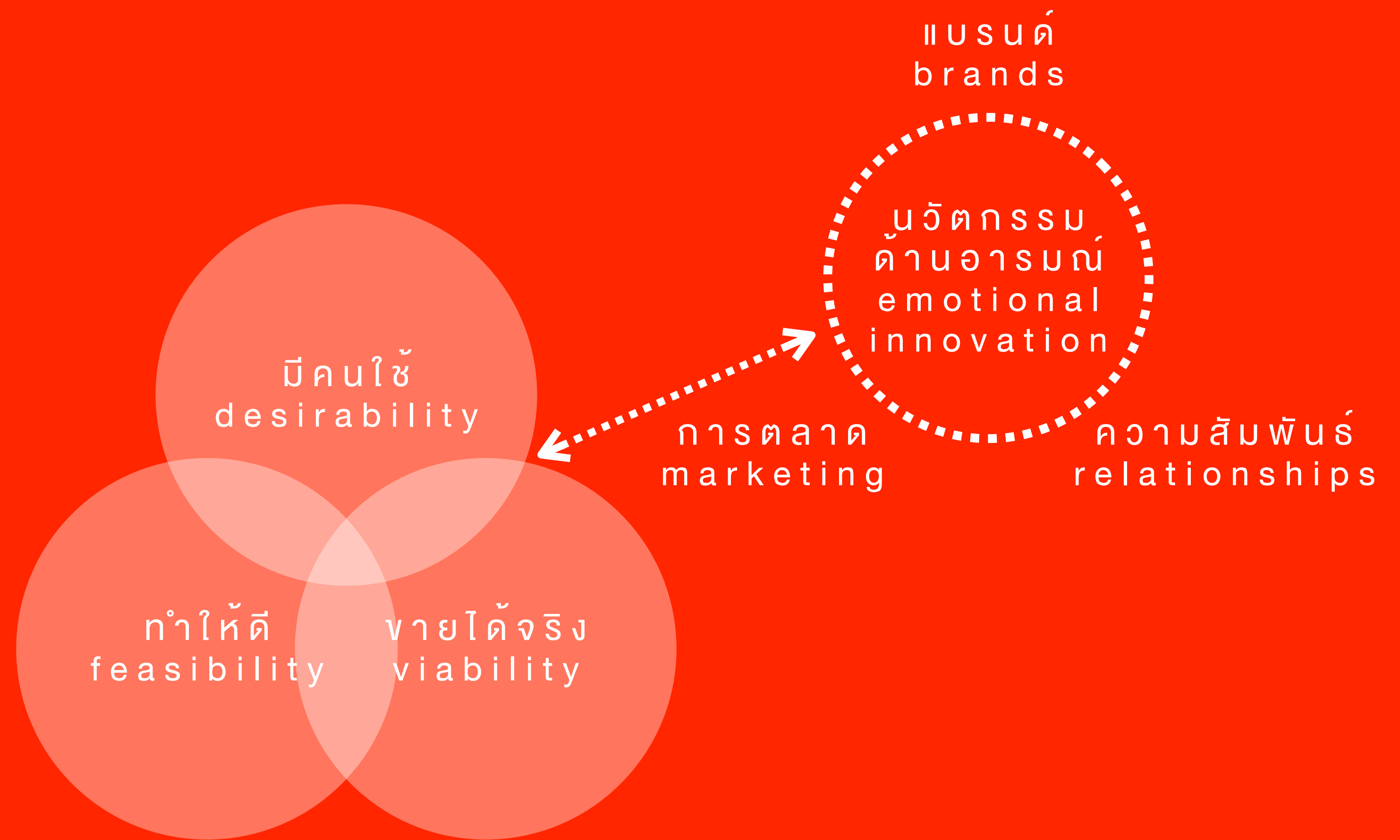


ที่มา: Human Centered Design Toolkit, IDEO

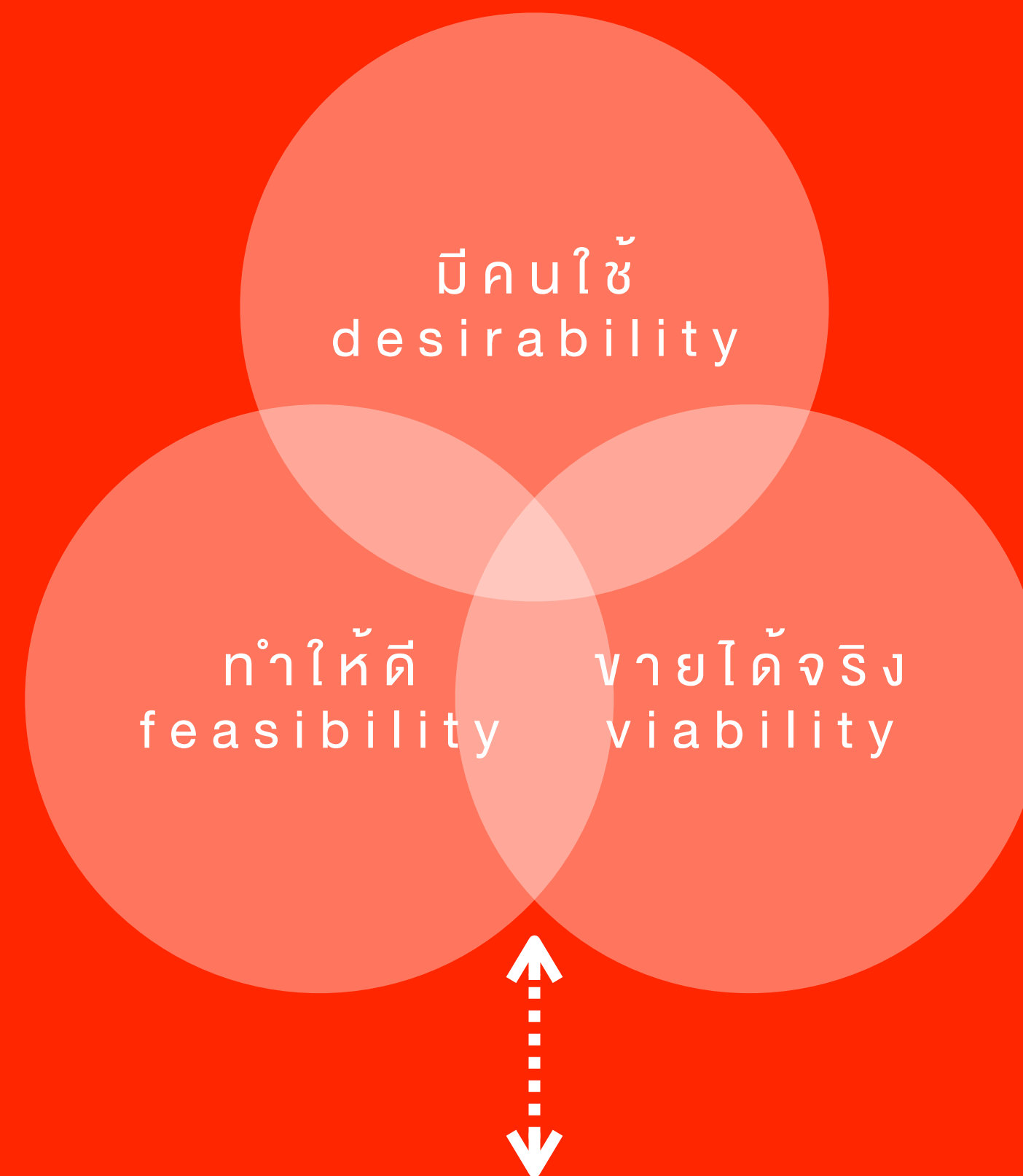
นวัตกรรมการใช้งาน
functional innovation



ที่มา: Human Centered Design Toolkit, IDEO



ที่มา: Human Centered Design Toolkit, IDEO



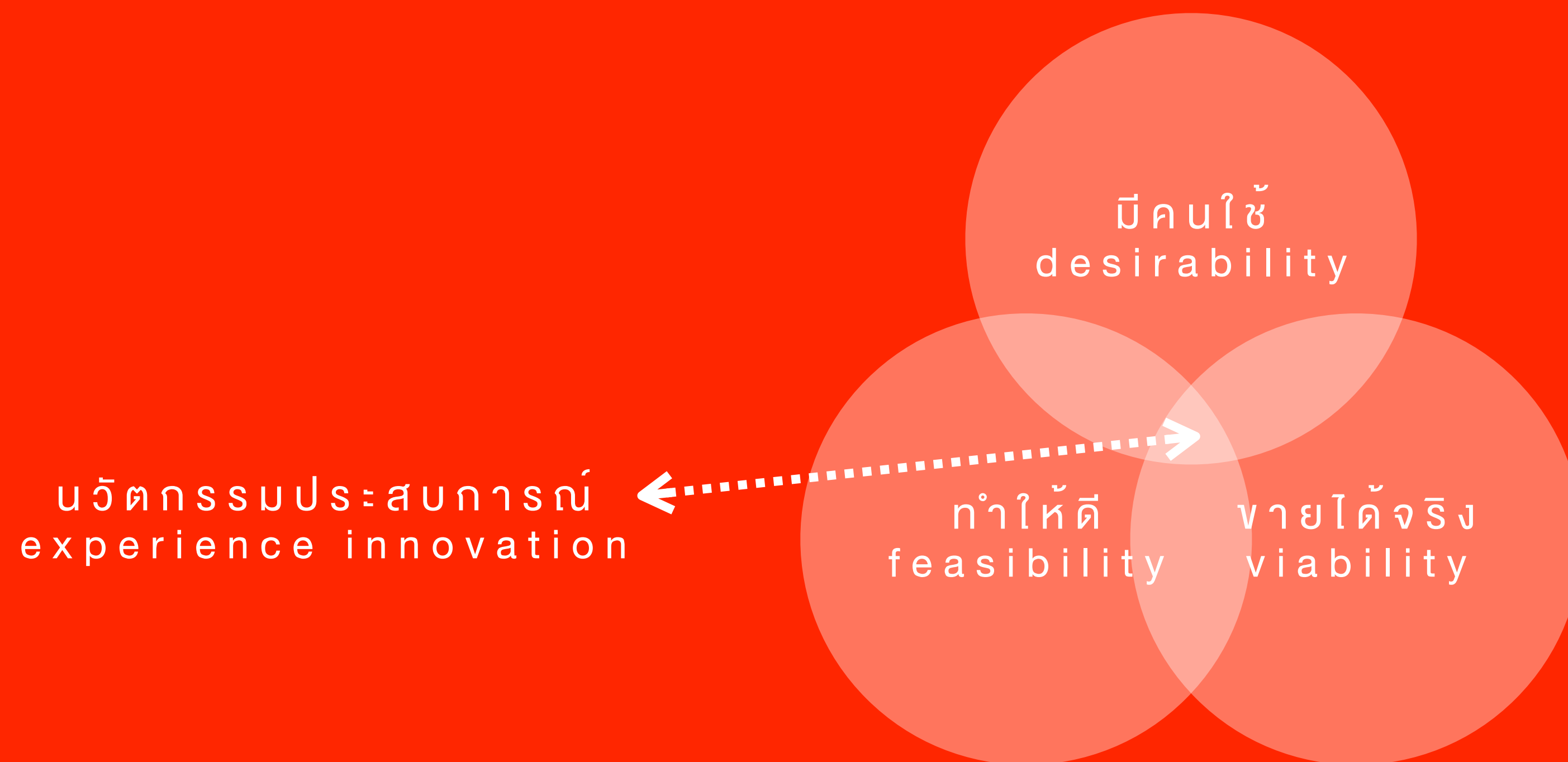
มีผู้ใช้
desirability

ทำให้ดี
feasibility

ขายได้จริง
viability

นวัตกรรมกระบวนการ
process innovation

ที่มา: Human Centered Design Toolkit, IDEO



ที่มา: Human Centered Design Toolkit, IDEO

การคิดเชิงออกแบบ
design thinking

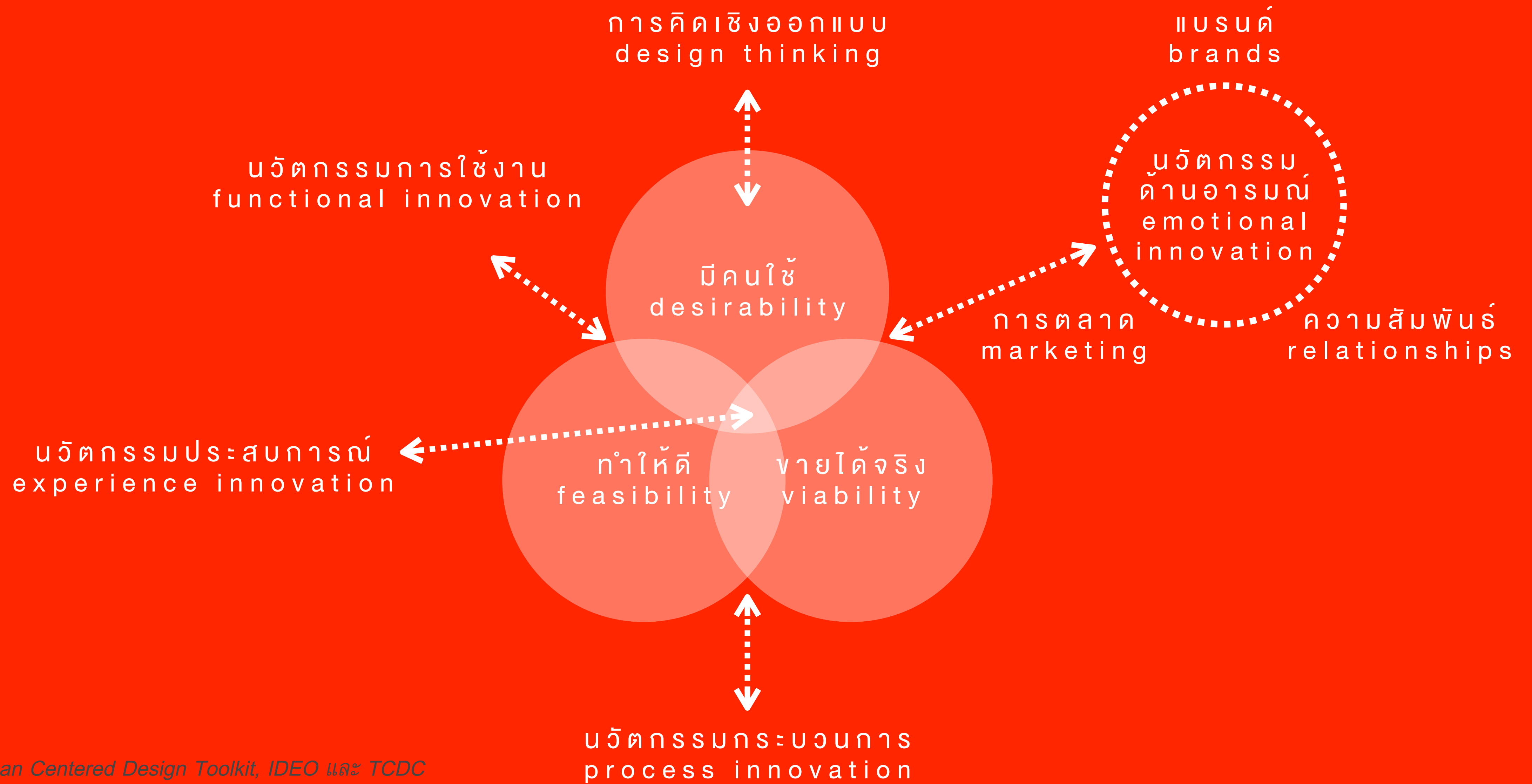


มีผู้ใช้
desirability

ทำให้ดี
feasibility

ขายได้จริง
viability

ที่มา: Human Centered Design Toolkit, IDEO



ที่มา: Human Centered Design Toolkit, IDEO และ TCDC

Discover

insight into the problem

Define

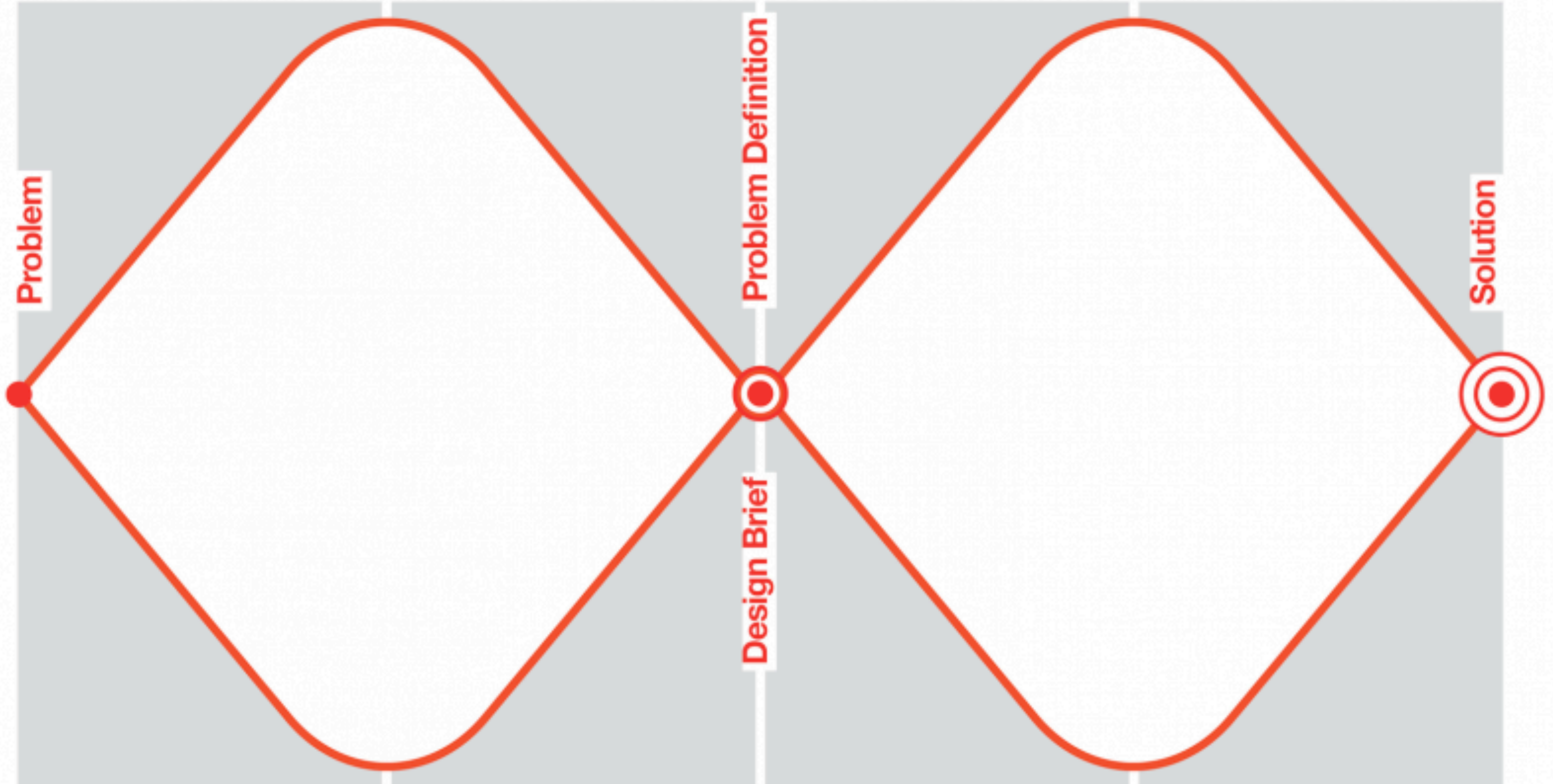
the area to focus upon

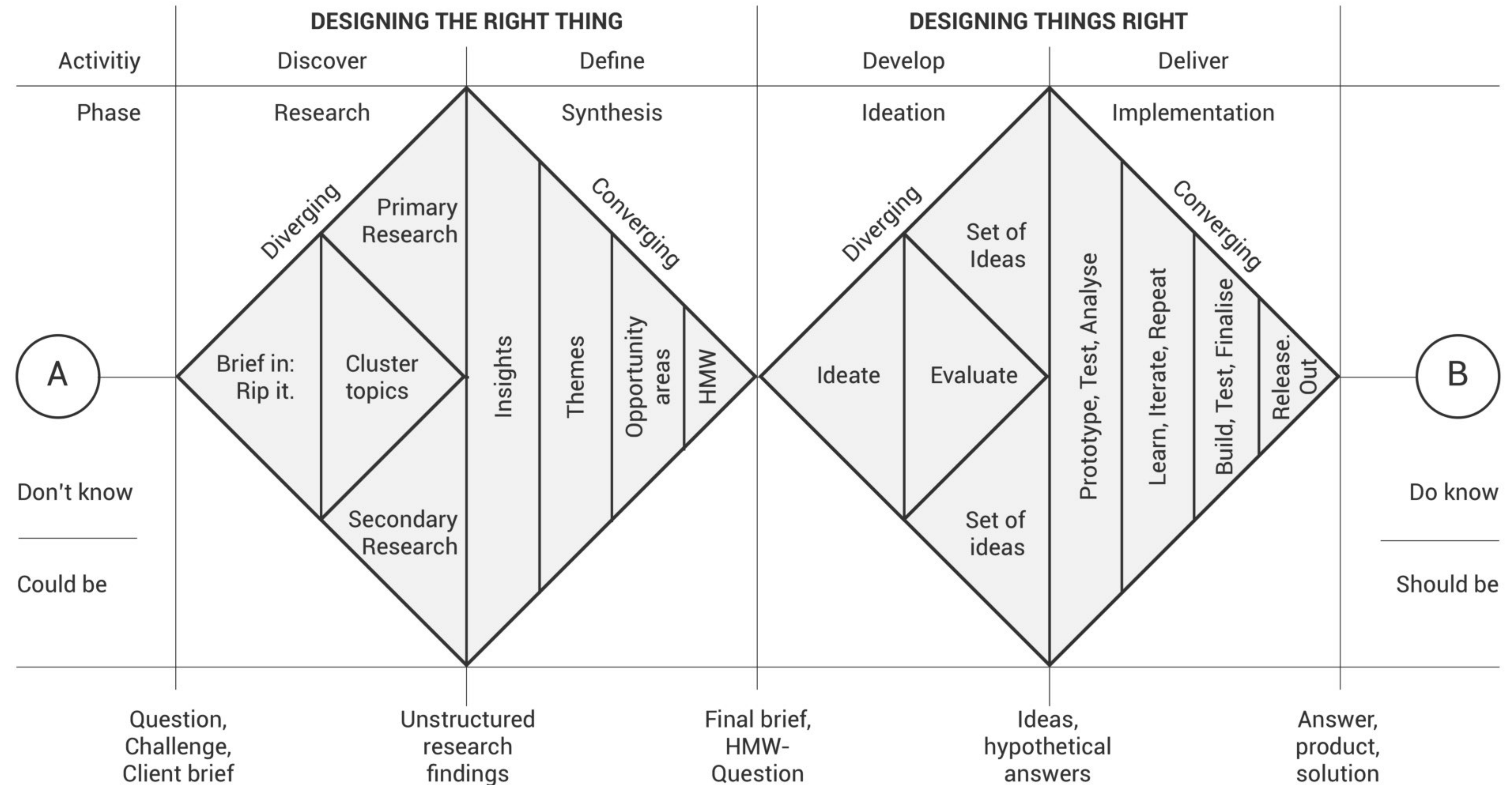
Develop

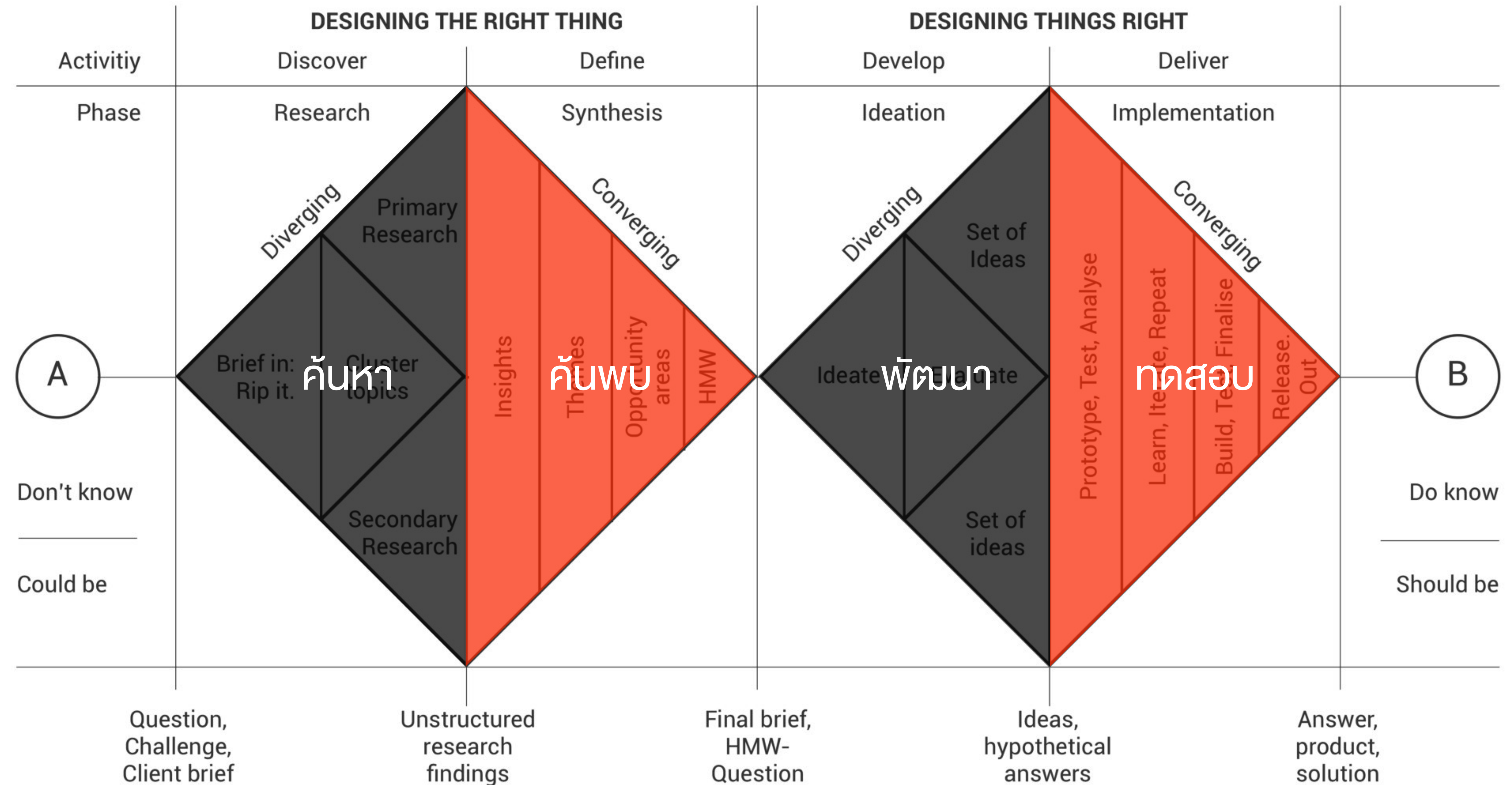
potential solutions

Deliver

solutions that work

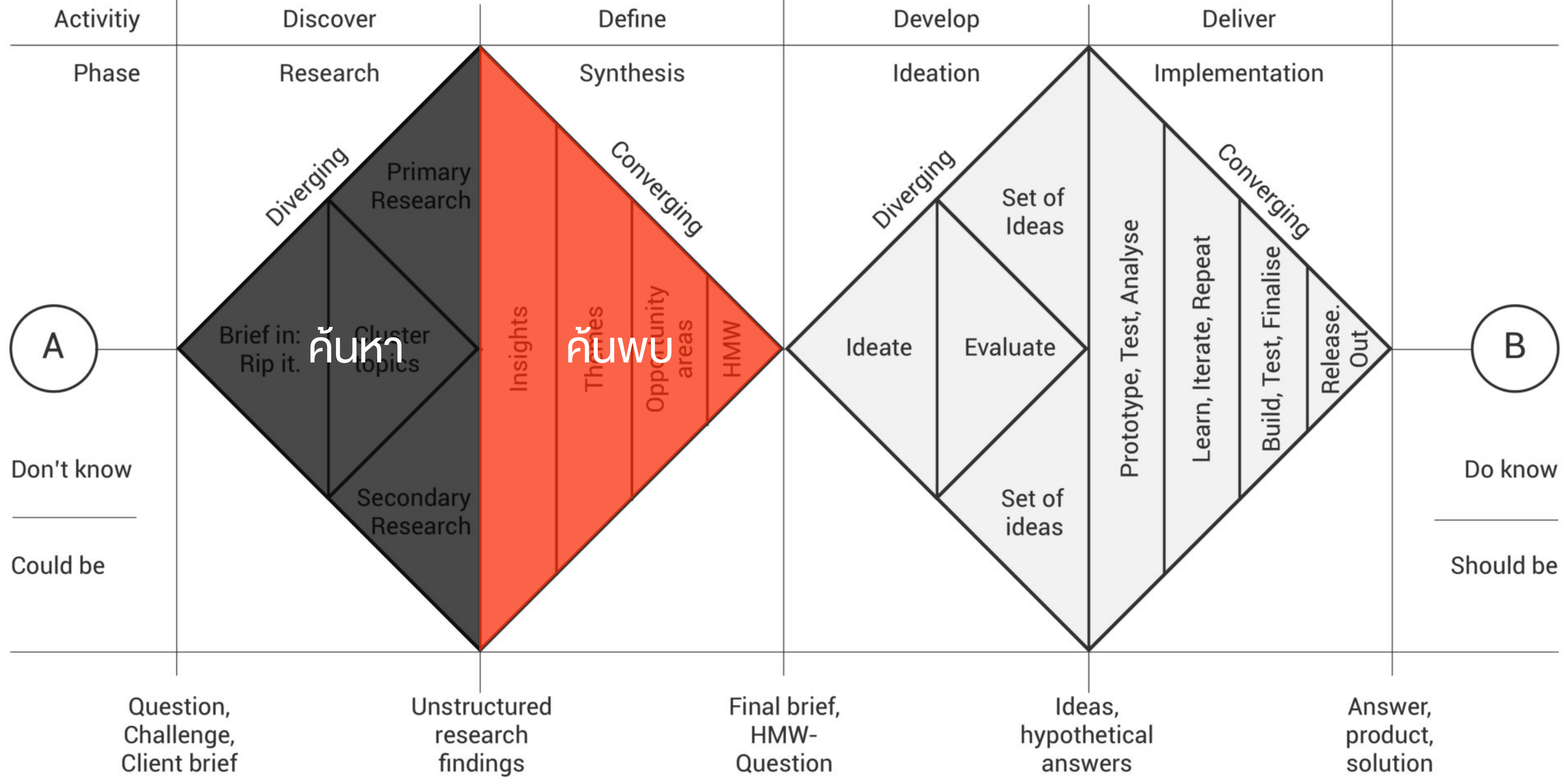


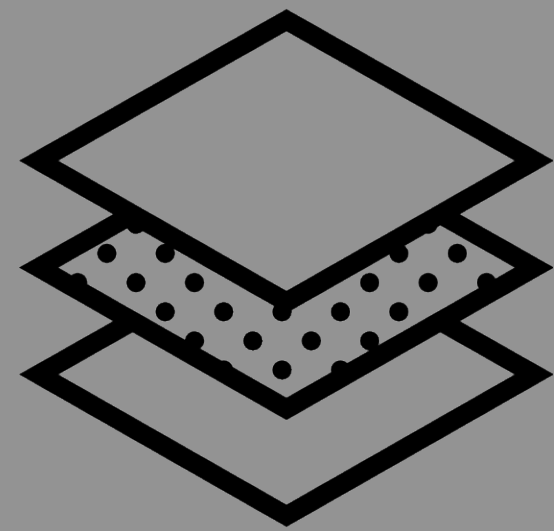




DESIGNING THE RIGHT THING

DESIGNING THINGS RIGHT

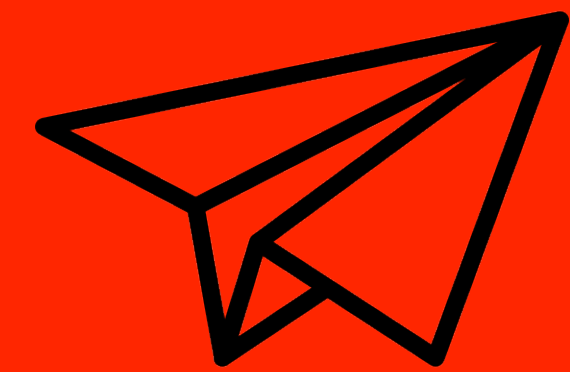




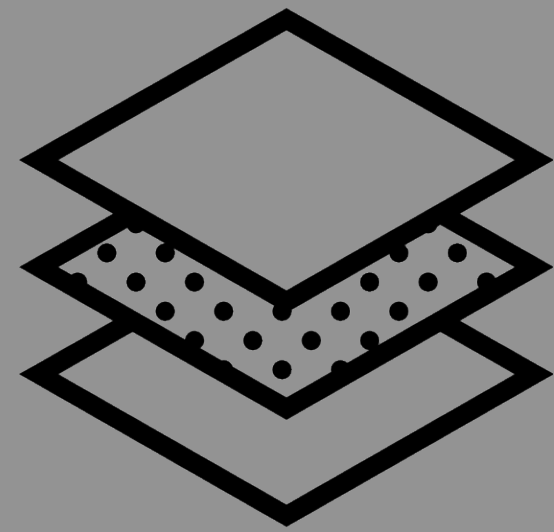
HINDSIGHT



INSIGHT



FORESIGHT



HINDSIGHT

What happened?

Understanding of a situation or event only after it has happened or developed -

What session can be learnt?

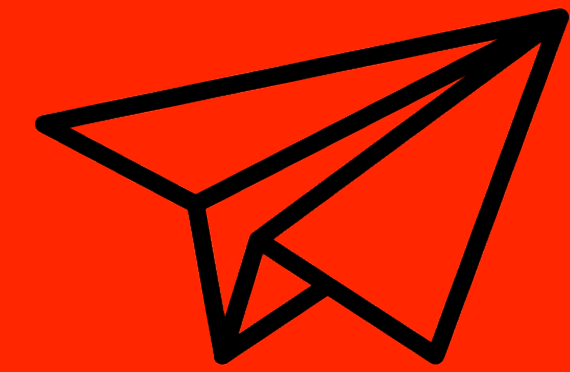


INSIGHT

Why it is happening?

The capacity to gain an accurate and deep intuitive understanding of a person or thing -

What matters now?

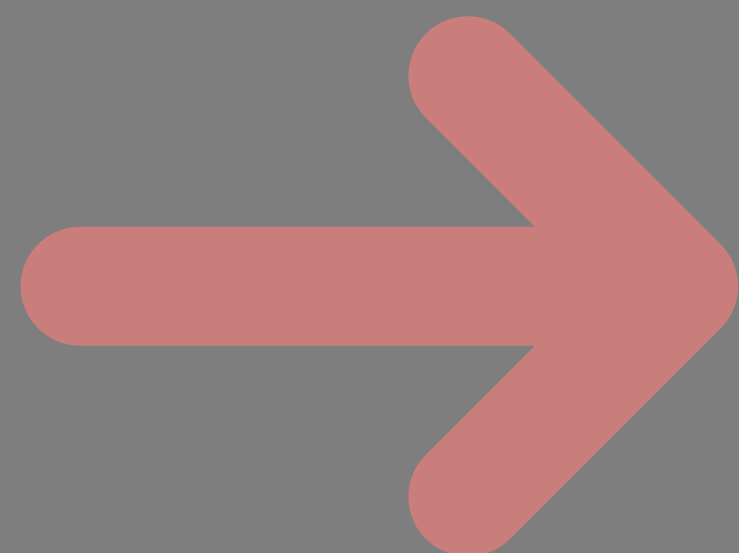


FORESIGHT

What will happen?

The ability to predict or the action of predicting what will happen or be needed in the future -

What matter next?



Part 1



ศึกษา “พลวัตระบบบริการ (Service System Dynamics)” และฝึกปฏิบัติการ “กวาด (scan) กรอง (screen) เก็บ (store)” ชุดข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ปัจจัยขับเคลื่อนภายใต้ภูมิทัศน์การแข่งขันใหม่ หรือสถานการณ์ที่มีความแปรปรวนสูง ตลอดจนประมวลภาพอนาคต (Future Images) บนฉากทัศน์การบริการ (Service Scenarios) และประเมินความสัมพันธ์ของปัจจัยพลวัตอย่างองค์รวมในระบบนิเวศการให้บริการ (Service Ecosystem)



Part 2



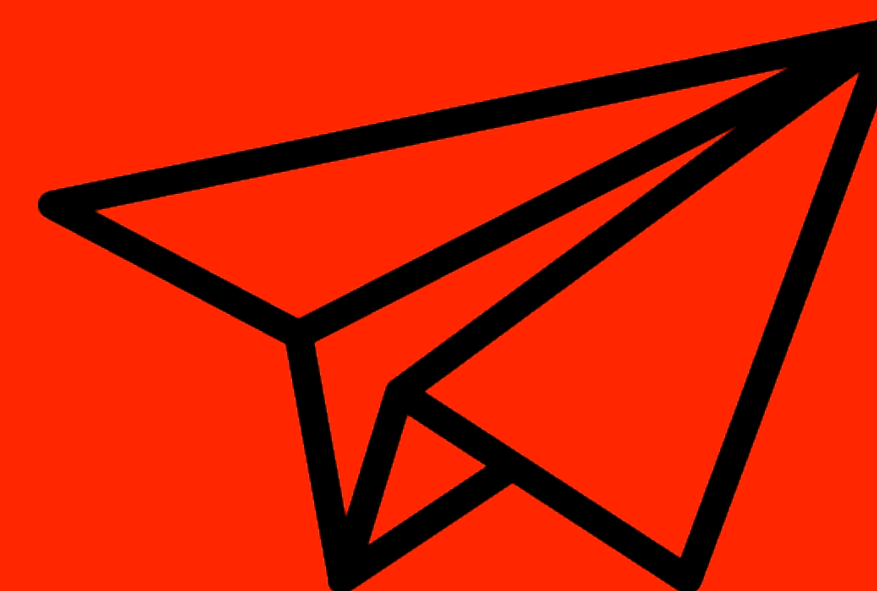
INSIGHT

สำรวจ “กรณีการใช้งาน (Use Cases)” และ วิเคราะห์ “ตัวแบบที่ดี (Show Cases)” กลุ่มธุรกิจนวัตกรรมบริการที่มีขีดความสามารถสูงในการปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว (Resilience) และปรับตัวได้อย่างว่องไว (Agility) บนพรมแดนความรู้ใหม่ในธุรกิจนวัตกรรมอาหาร (New Frontier in Foods) ข้ามประเภทอุตสาหกรรม (Cross Sectoral Industry) มุ่งแสวงหาโอกาสและความเป็นได้ในการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการแห่งอนาคต อาทิ Gastronomy Innovation Localisation, Novel Food Platform, Personalised Health Service Ecosystem, Well Tech Innovation, Home-Health-Wellness for Senior Citizen เป็นต้น

Part 3

สังเคราะห์ “ประมวลแนวทางปฏิบัติ (Guidelines)” มุ่งพัฒนาผลลัพธ์ต่อ
อดความสำเร็จขององค์กรสมรรถนะสูง (High Performance
Organisation: HPO) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมศักยภาพบุคคลสู่
การเป็นนักออกแบบบริการ (Service Designer) ผ่านการสังเคราะห์
“ประเด็นร่วมสมัยในธุรกิจบริการ: คิดสู่...สู่เส้นชัย มองหาโอกาสใหม่ใน
สถานการณ์พลิกผัน (Contemporary Issues: Unlocking the Secret
Codes of Service Business Revival for Post Pandemic Period*)”

* ประมวลเนื้อหาการสัมมนา #SDF2021ExpertTalk // “คิดแล้วทำ” ซีรีส์ I Thinking & Doing Series
Online Webinar 17-21 พฤษภาคม 2564 ความร่วมมือ CEA x iGTC



FORESIGHT



FORESIGHT



TRANSMIT SUSHI OVER HERE PLEASE.

A prototype will be exhibited at SXSW2018 in order to conduct the world's first food data transmission. We will create a device to have sushi that was handmade in Tokyo generated in Austin, Texas in America and present a demonstration. Once we have the technology to transmit food, dishes can be shared via data and SFNS - Social Food Network Services - will appear. A new era in food awaits.

PROJECT MOVIE

OPEN MEALS

「転送寿司」コンセプトムービー / "Sushi Teleportation" concept movie

Watch later

Share



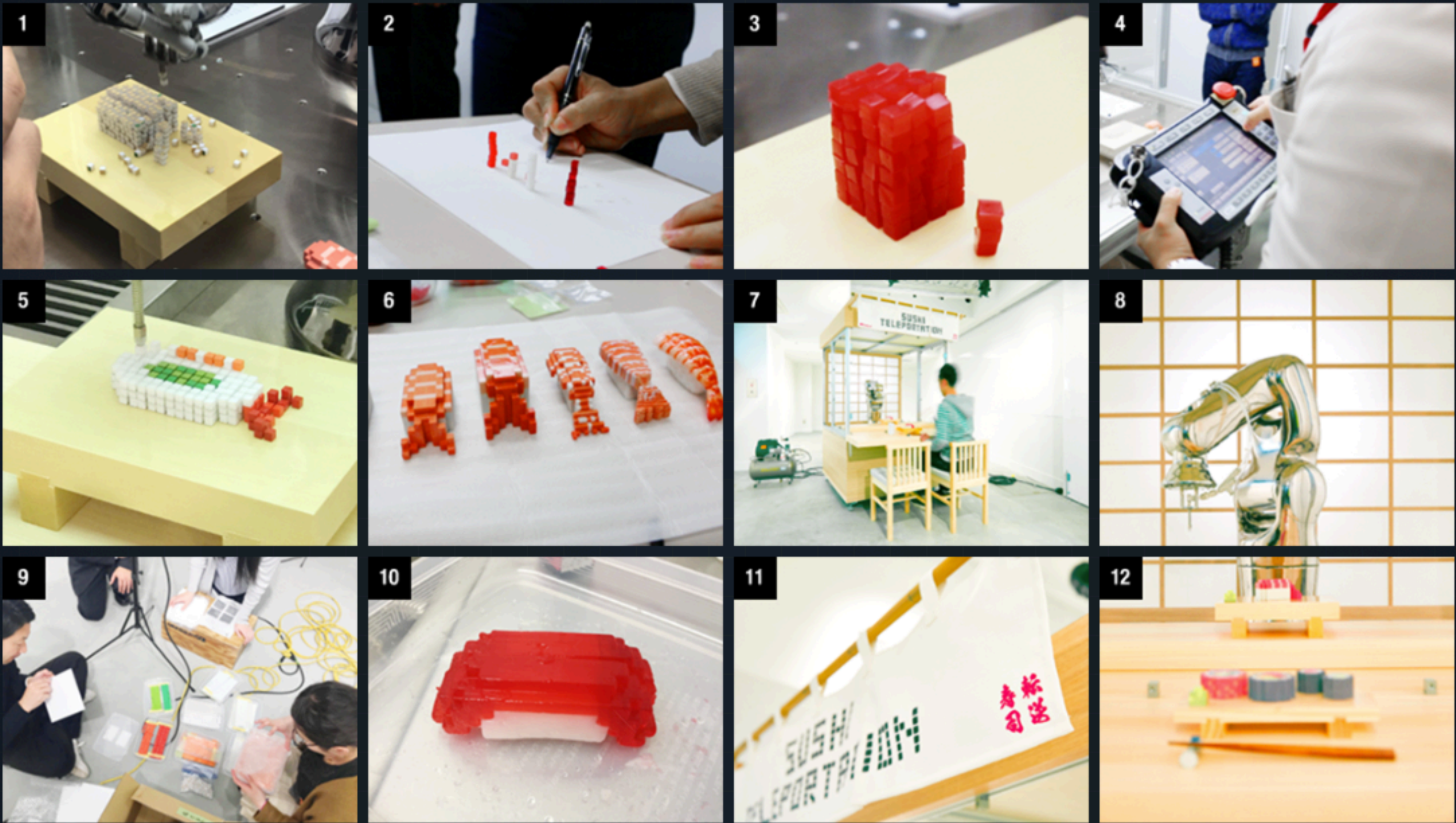
MORE VIDEOS

▶ 🔊 0:00 / 1:19

⚙️ YouTube 🖥️ 📺



Source: Sushi Temptation (2018) | Length: 01:20 mins

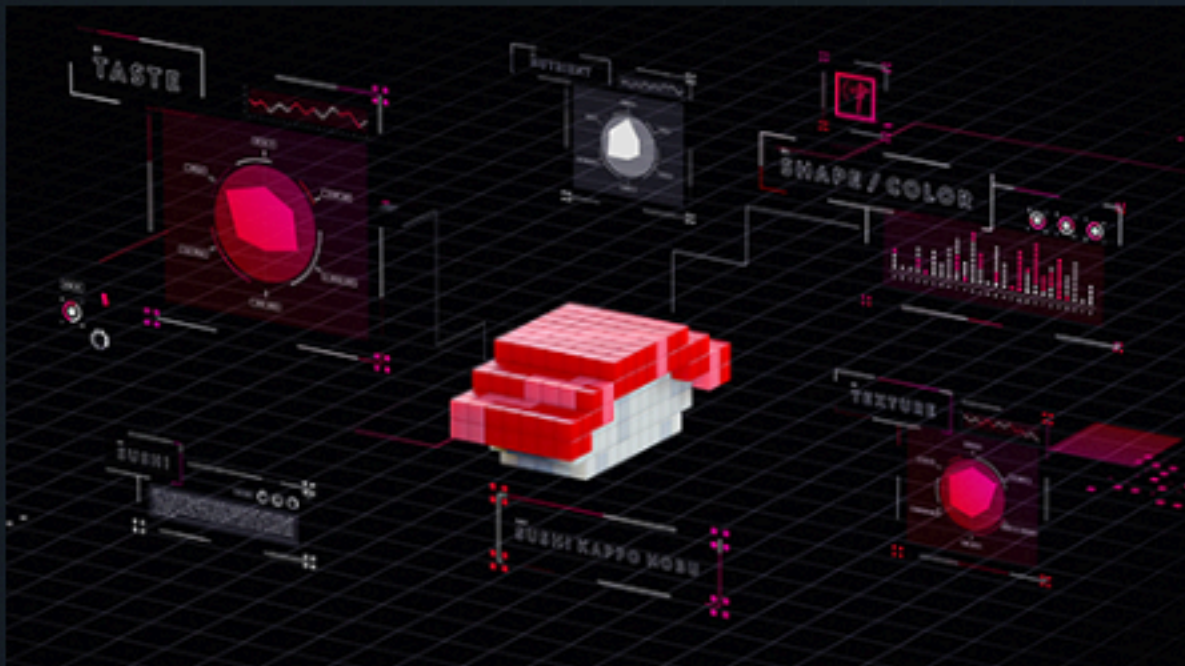


1. Early pixel printer. Experimenting with acrylic cubes. 2. Testing a variety of cube textures. 3. Printing experiment with edible gel cubes. 4. Adjusting the robotic arm's movements. 5. Colored cube printing experiment. Testing stacking speed. 6. Creating low resolution (5 mm cubes) 3-D sushi data for printing. 7. Finished Sushi Teleportation stall for exhibiting at SXSW. 8/12. Sushi Teleportation stall robot. 9. Final adjustments. 10. Edible pixel maguro tuna sushi. 11. Sushi Teleportation stall "noren" curtain.

HOW IT WORKS

1 Digitalization of “food”

The process of measuring actual meals from every angle and digitize them as data.



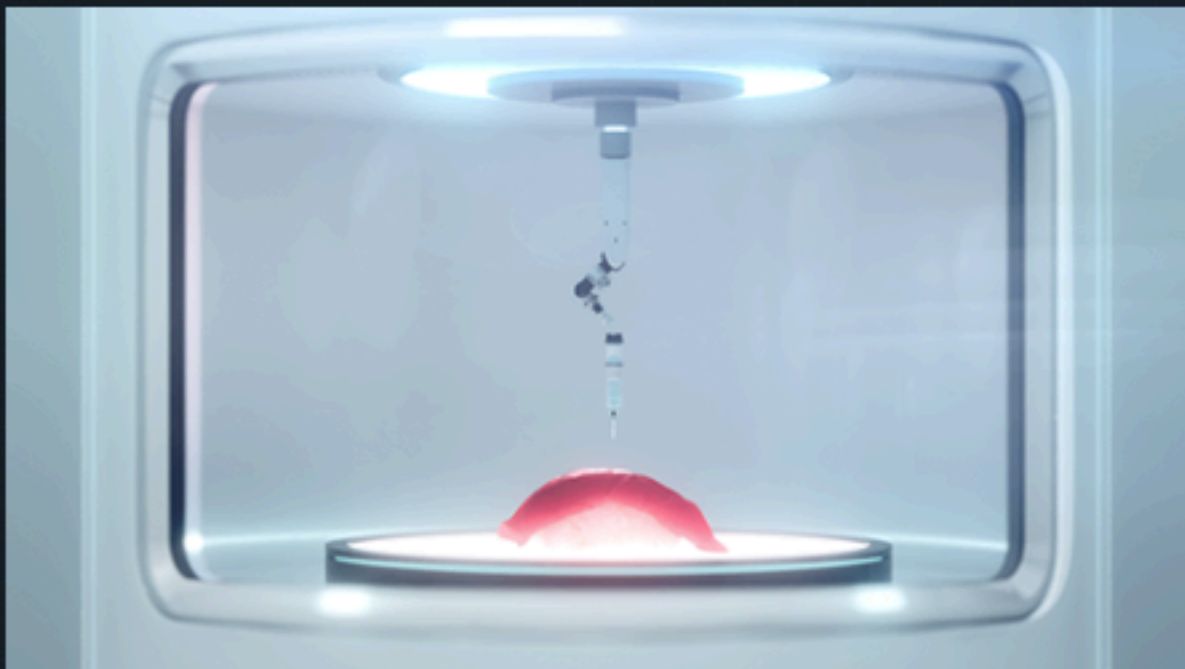
2 Build a database of “food”

Build a digital platform with a collection of the world's foods.



3 Transmit and generate “food”

Develop a Pixel Food Printer that can generate dishes from the Food Base.



4 The expansion of “food”

Wherever you go in the world you can enjoy your favorite meals whenever you like!

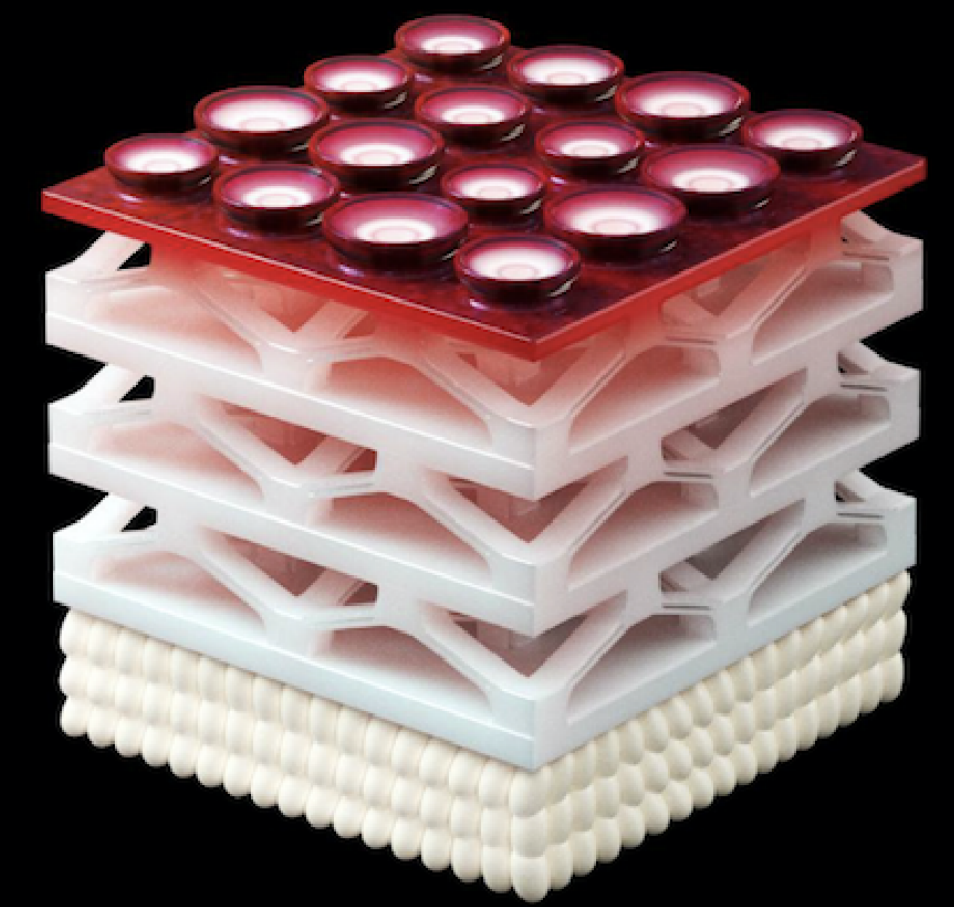
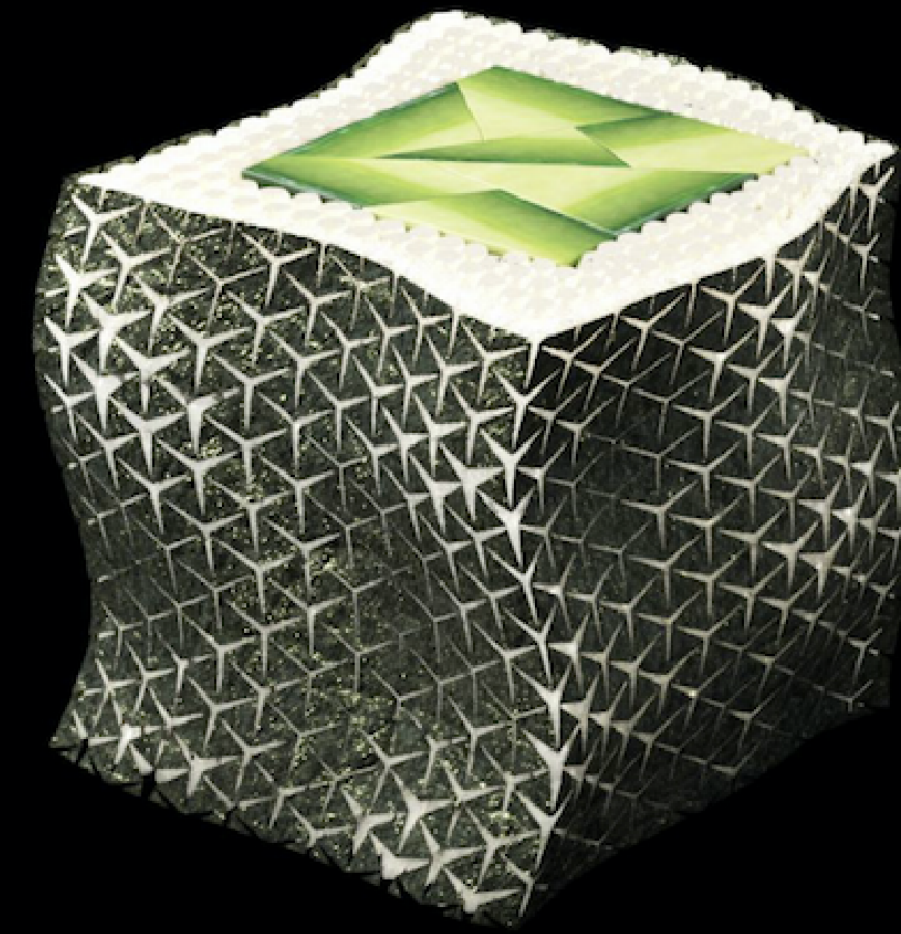
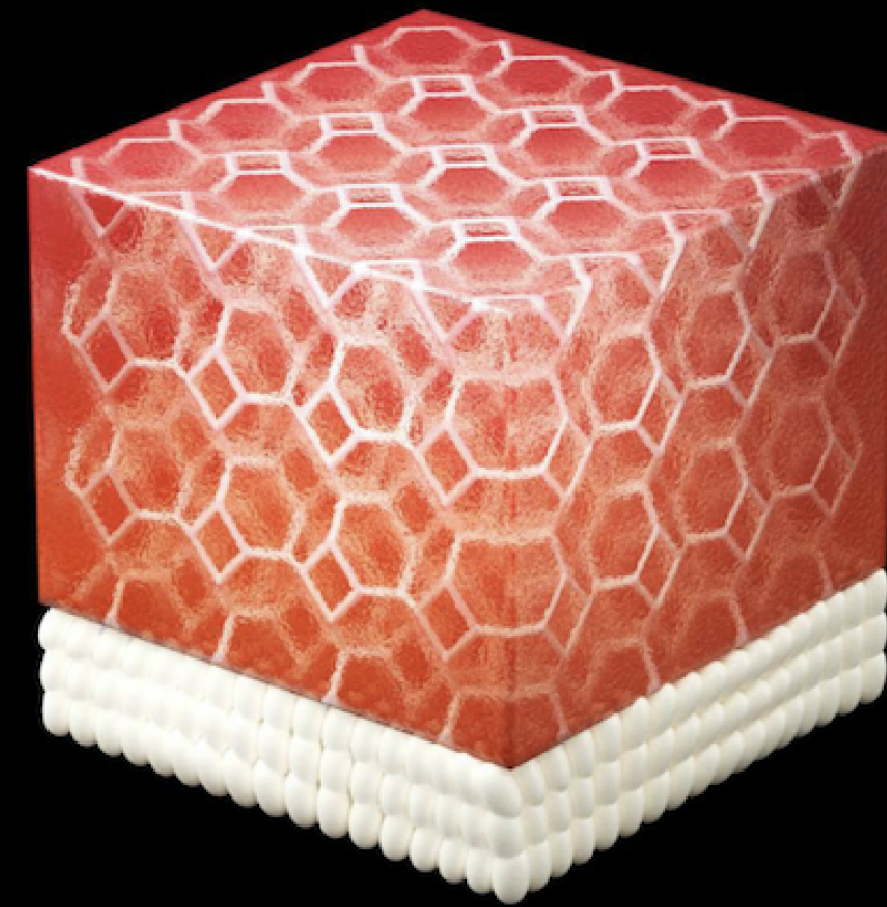
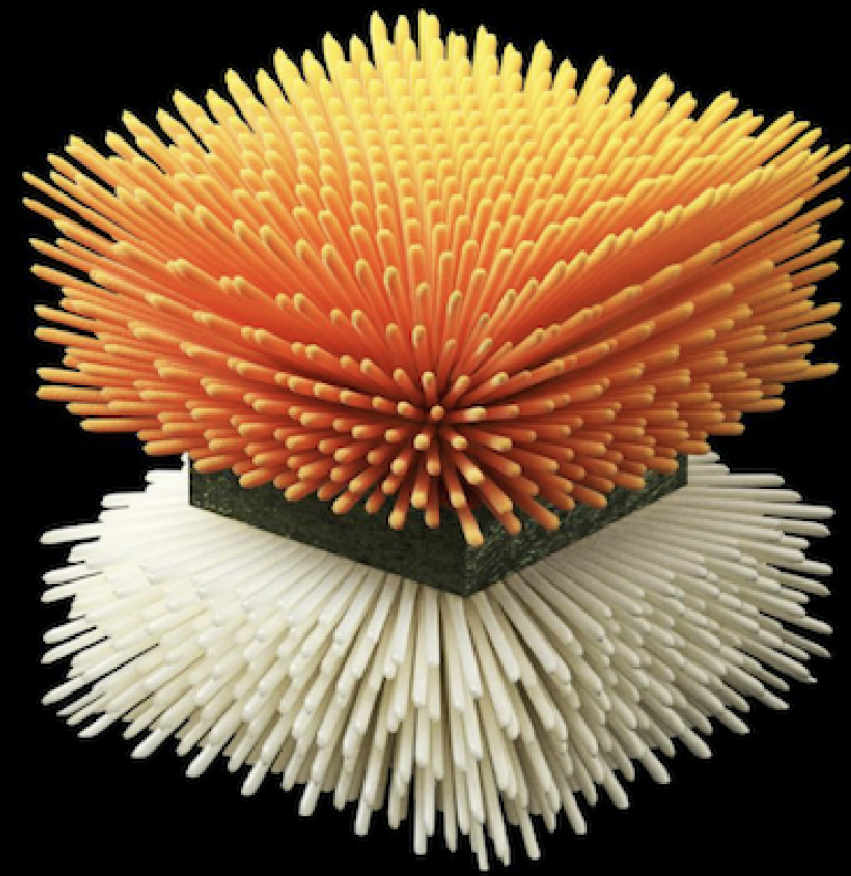




TOP
PROJECTS
FUTURE
CONTACT

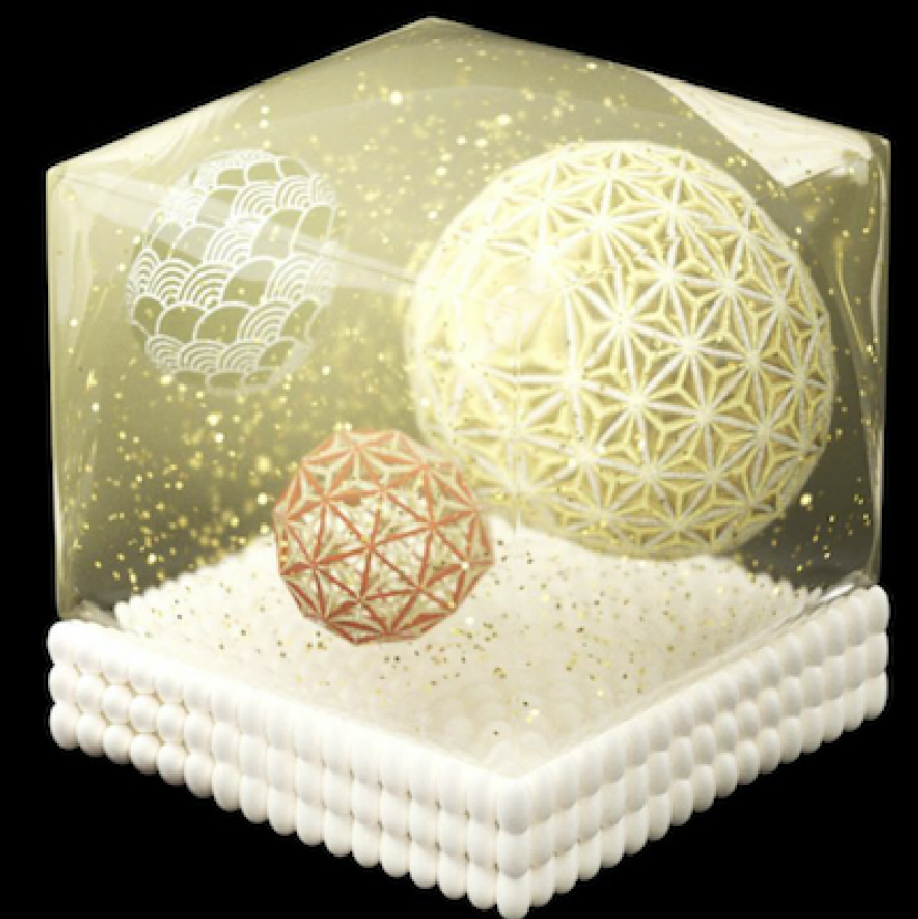
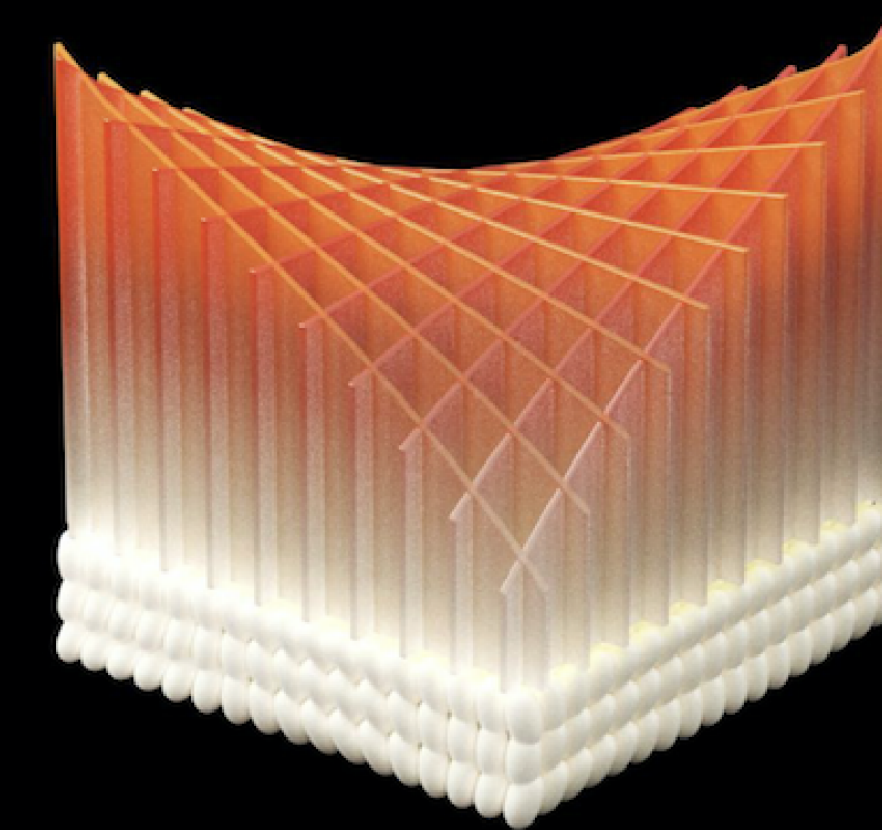
RESTAURANT

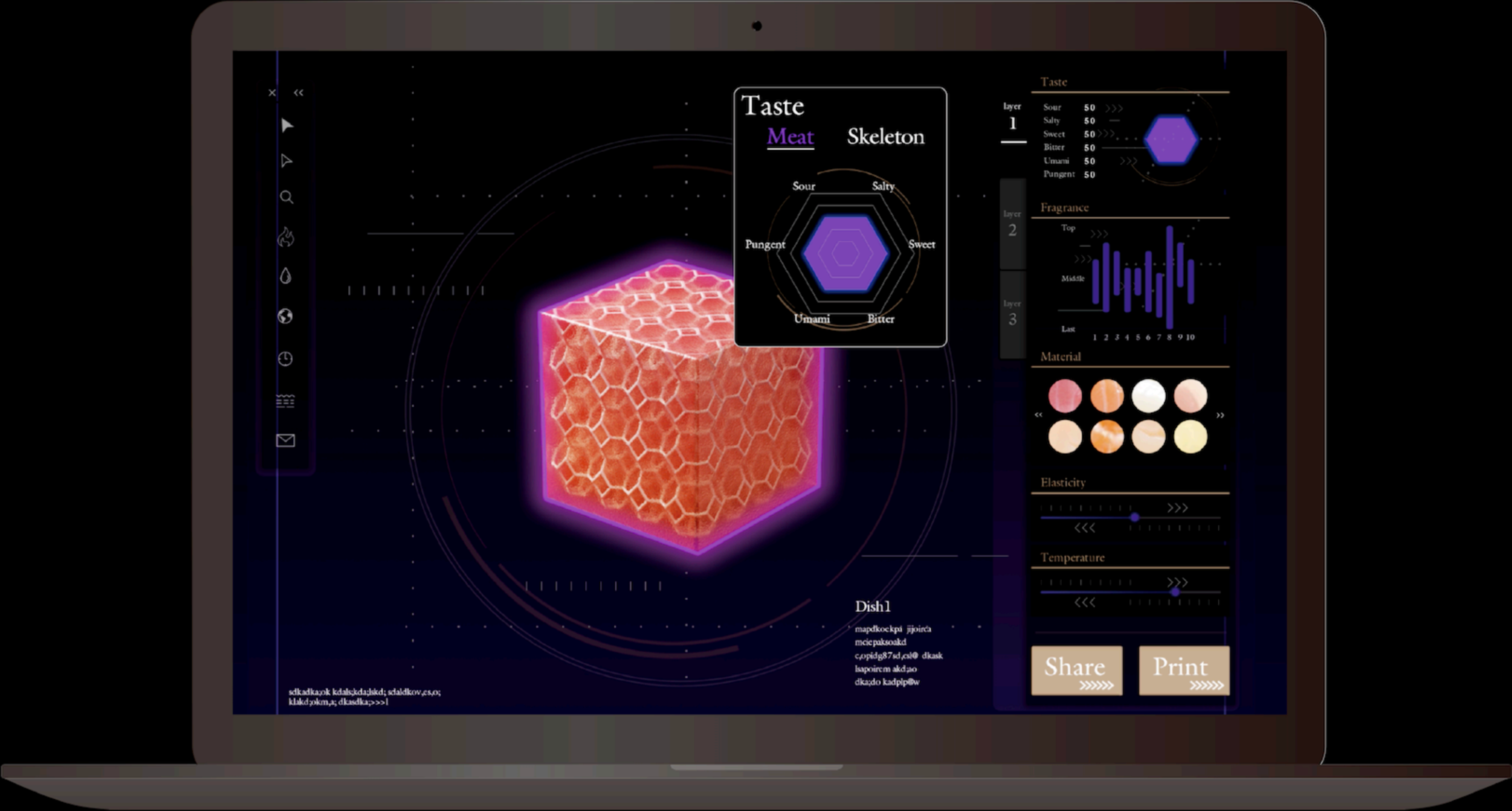
SUSHI SINGULARITY



SUSHI
SINGULARITY

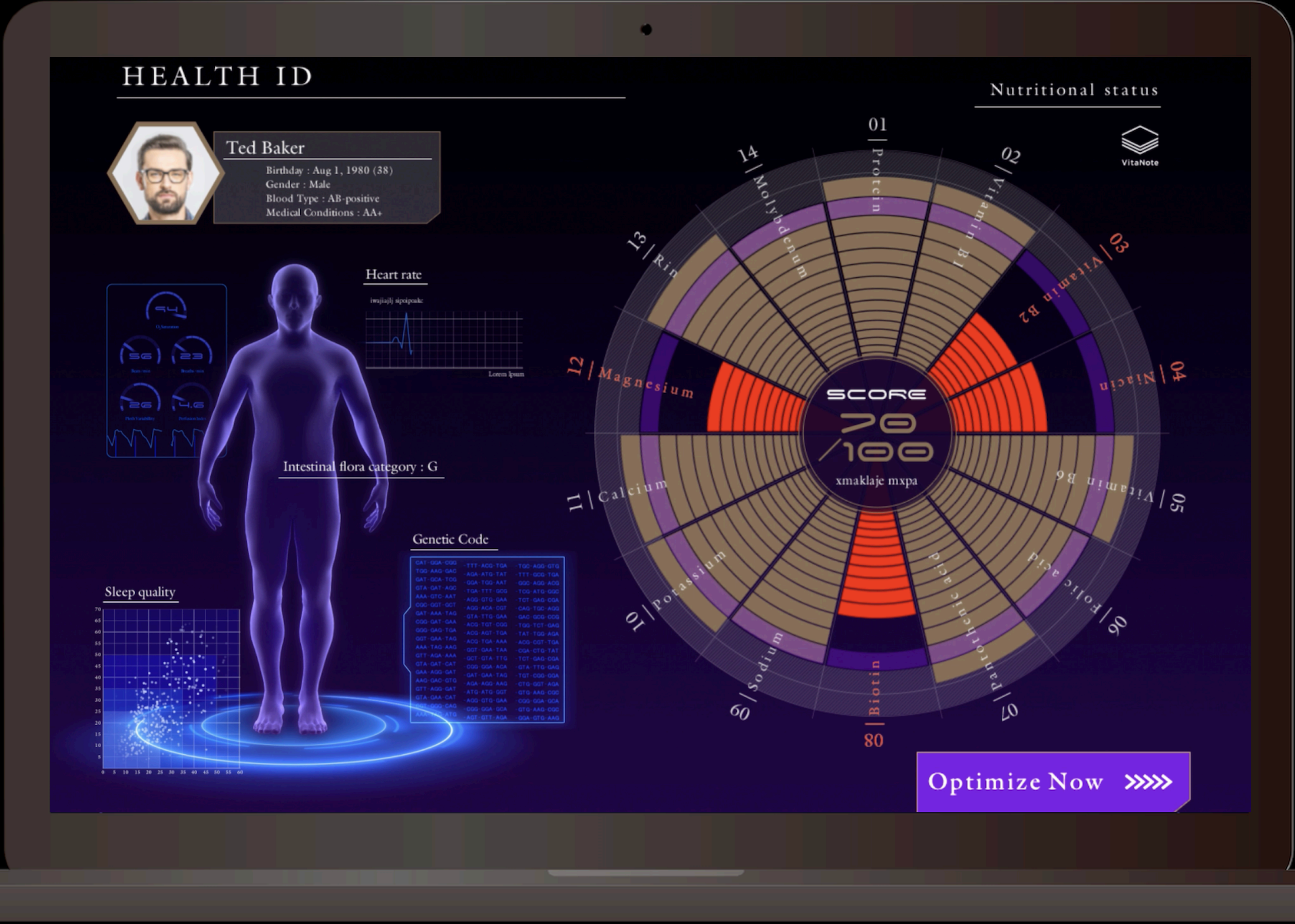
寿司超越







HEALTH TEST KITS

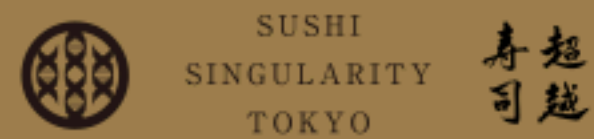


Beyond the future of sushi.

A world which sees sushi going digital and linked with the net will come about.
Two revolutions are envisioned:

- 1) Sushi will connect people around the world, and will be produced, edited, and shared online in the form of "new sushi".
- 2) Sushi combined with biometrics will enable hyper-personalization based on biometric and genomic data.

Sushi will break away from conventional concepts of food and be continually revised and updated at exponential speed!
Humans know nothing about Sushi!



About Food Singularity



TECHNICAL INNOVATION

Three high-tech concepts converge to enable the Food Revolution

01/FFM Food Fabrication Machine

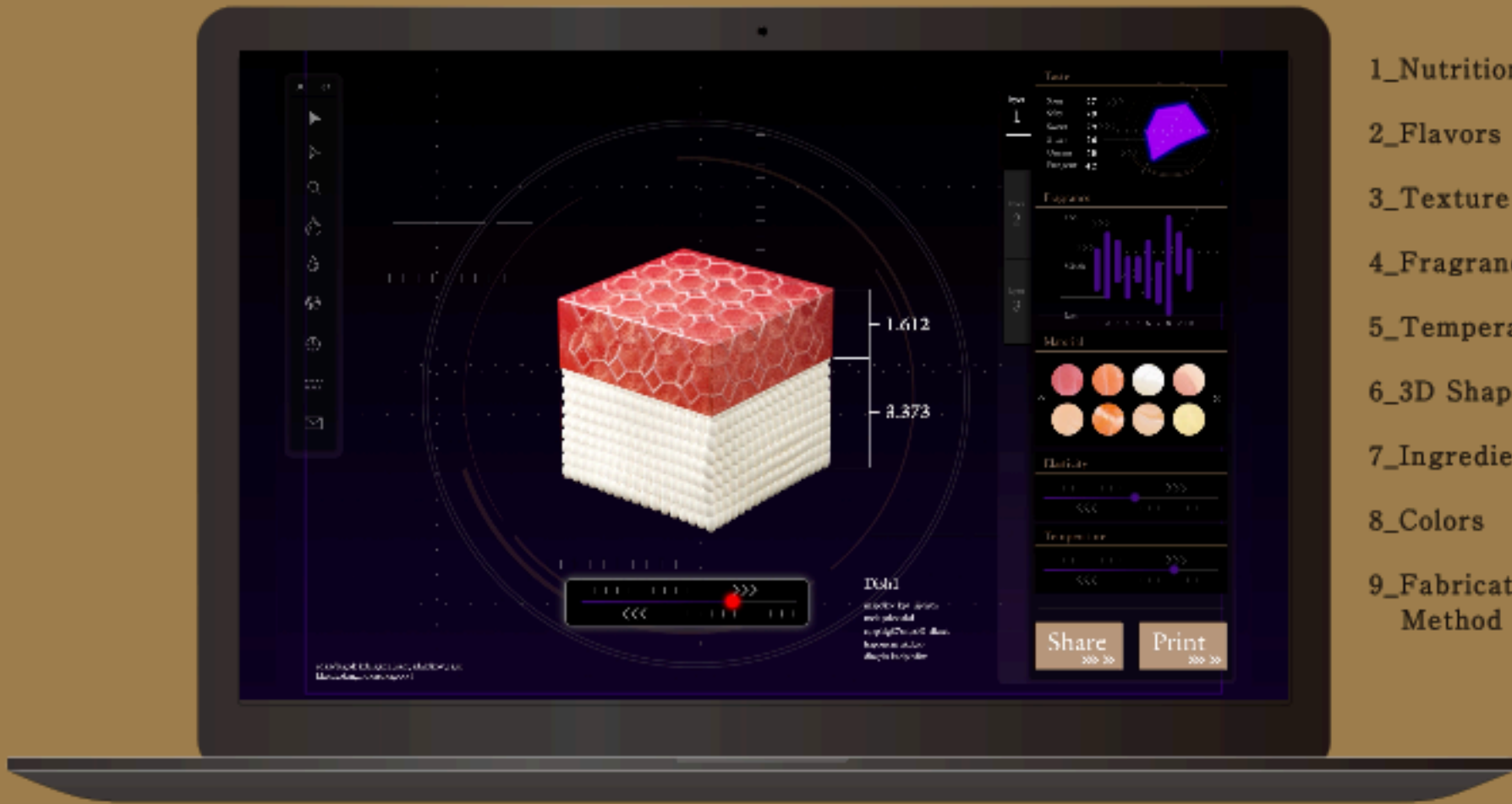
Future kitchens with cutting-edge technologies, such as bespoke 3D printers and artificial light farms. Data food can be output in any shape or form. Just like computers once did in the past, this huge machine will eventually be downsized and appear in every home.



02/ F O S

Food
Operation
System

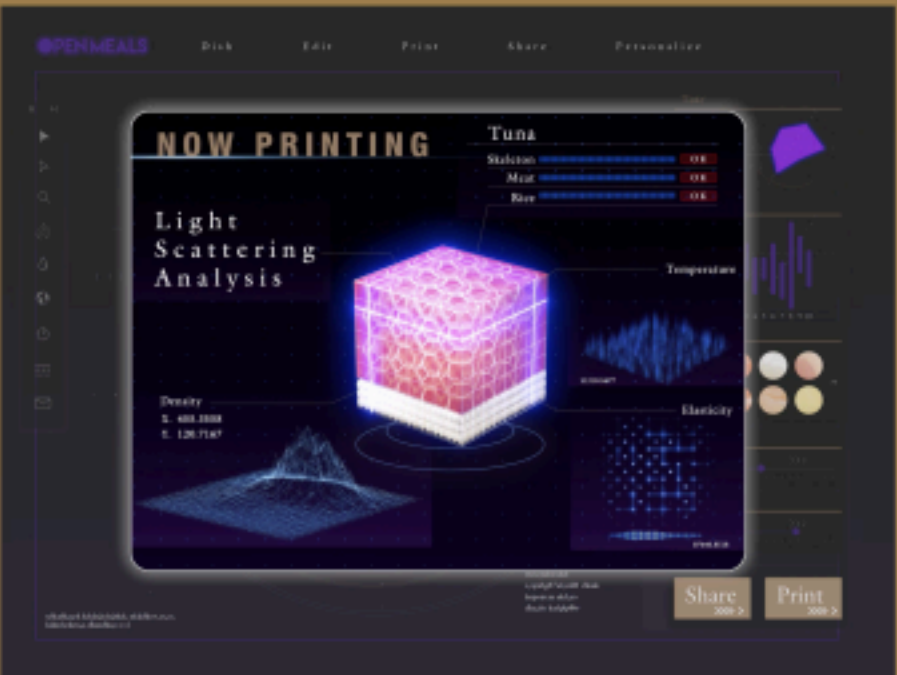
Development of the world's first operating system to design food digitally is underway! It will disassemble the elements that make up dishes and then reconstitute them at the centimeter scale. Nine element-based algorithms enable food creators around the world to produce, edit, and share food data, creating a stream of new foods. The design data is recorded in [.cube] format.



- 1_Nutrition
- 2_Flavors
- 3_Texture
- 4_Fragrance
- 5_Temperature
- 6_3D Shape
- 7_Ingredients
- 8_Colors
- 9_Fabrication Method



SFNS_ Social "Food" Network Service
A digital platform for people around the world to share food



Light Scattering Analysis [Patented]
A unique light scattering technique can be used to analyze

03 / H I D

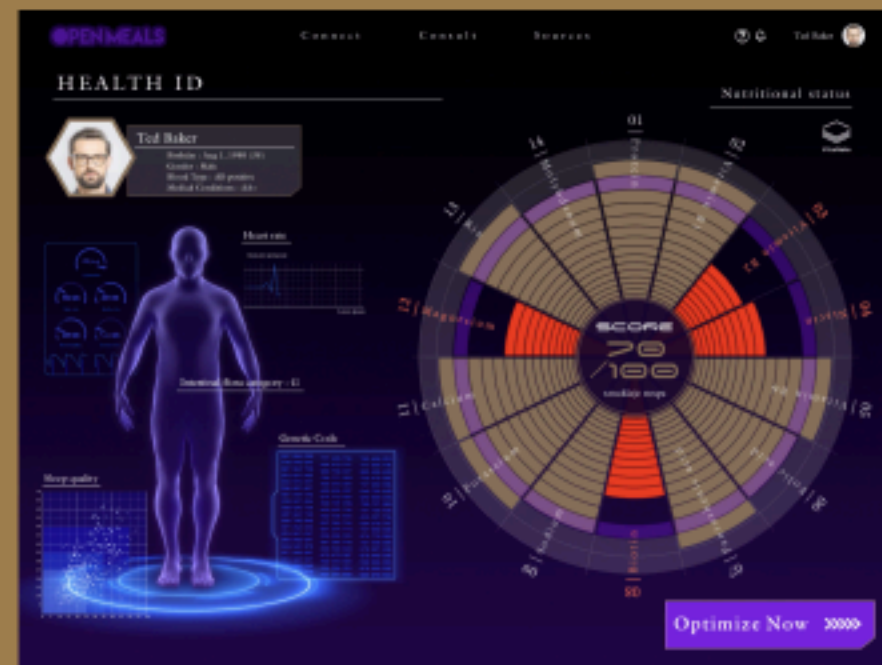
Health Identification

Hyper-personalization will become common for future foods. Based on DNA, urine, and intestinal tests, people will each have individual health IDs. This identity is analyzed and nutritional matching is performed to match nourishment needs with biometrics, thus the person is automatically provided with the optimal diet.



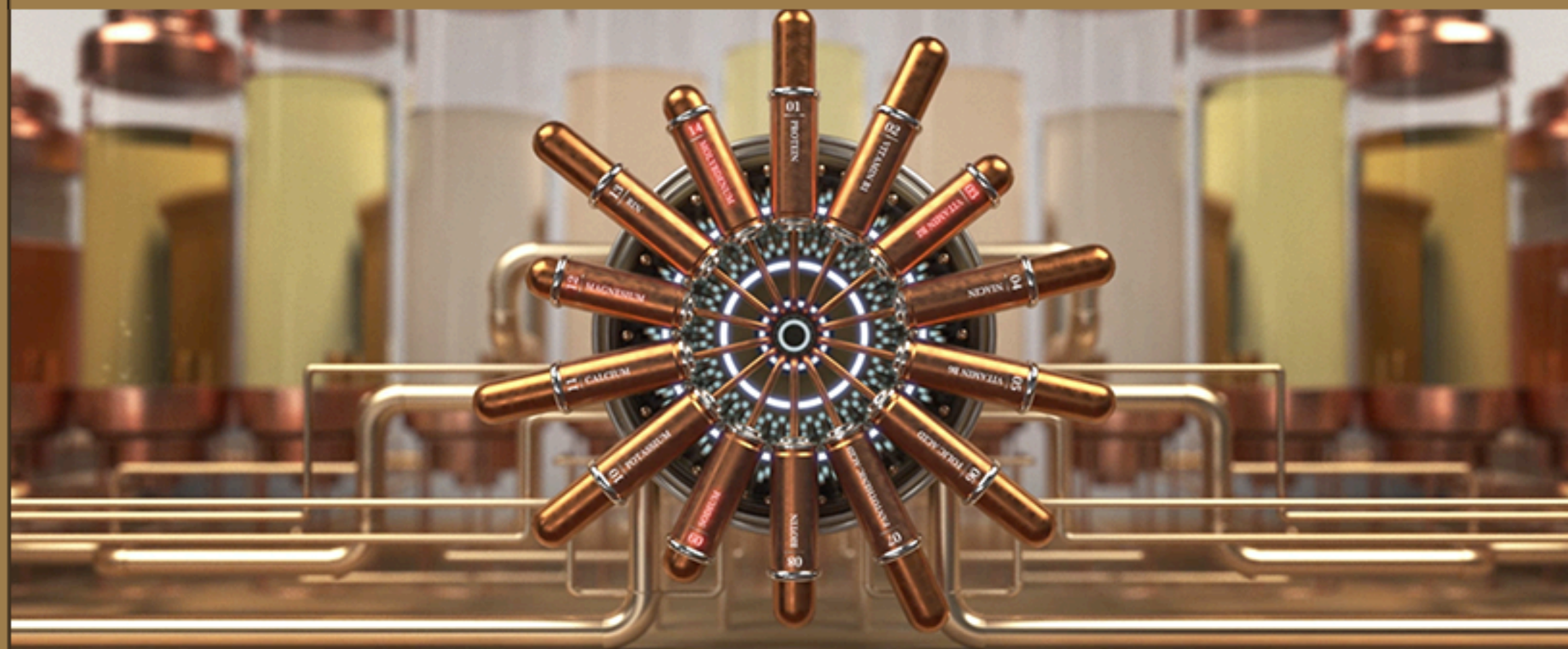
Health Test Kits

When restaurant reservations are made, test kits such as "Genes," "Enterobacteriaceae," and "Nutritional status" are sent, and health IDs are issued with data on finely tuned constitution and undernourishment.



Health Data Analysis / Health ID

Interface for comprehensively analyzing various health data. Cooking ingredients are optimized, nutrients are formulated, and instructions are sent to the FFM.



Beyond the future of sushi.

A world which sees sushi going digital and linked with the net will come about.
Two revolutions are envisioned:

- 1) Sushi will connect people around the world, and will be produced, edited, and shared online in the form of "new sushi".
- 2) Sushi combined with biometrics will enable hyper-personalization based on biometric and genomic data.

Sushi will break away from conventional concepts of food and be continually revised and updated at exponential speed!
Humans know nothing about Sushi!



About Food Singularity



FUTURE

The future that OPEN MEALS will bring

#Birth of the Social Food Network Service[SFNS]

#A World Without Hunger

#Passing on/Preserving Traditional Dishes Forever #Popularizing Food as Art

#Sharing Homemade Food

#Food Provision Infrastructure for Disaster Stricken Areas

#Transmitting Food into Outer Space

#Generate Food from Cooking Shows at Home

#Ultimate Healthy Food for Athletes

#Data-based Food Vending Machines Spread Throughout Japan

#Web Restaurants Open

#Ultimate Healthy Food for Athletes

#Data-based Food Vending Machines Spread Throughout Japan

#Web Restaurants Open

#Remote Food Research and Development

#Flavor Data Turned into an App

#Meal Sales on Memory Cards

#Ultimate Personalized Medical Diet

#Provision of World Cuisine at International Events

PREDICTION by OPENMEALS

FUTURE >>> 2100

CONTACT

FUTURE ▶▶▶ 2100

デジタル化された「食」は、我々の未来をどう変えていくのでしょうか。

OPENMEALS が独自に考える、食の未来100年予測を公開。

What future would digitalization of food lead to?

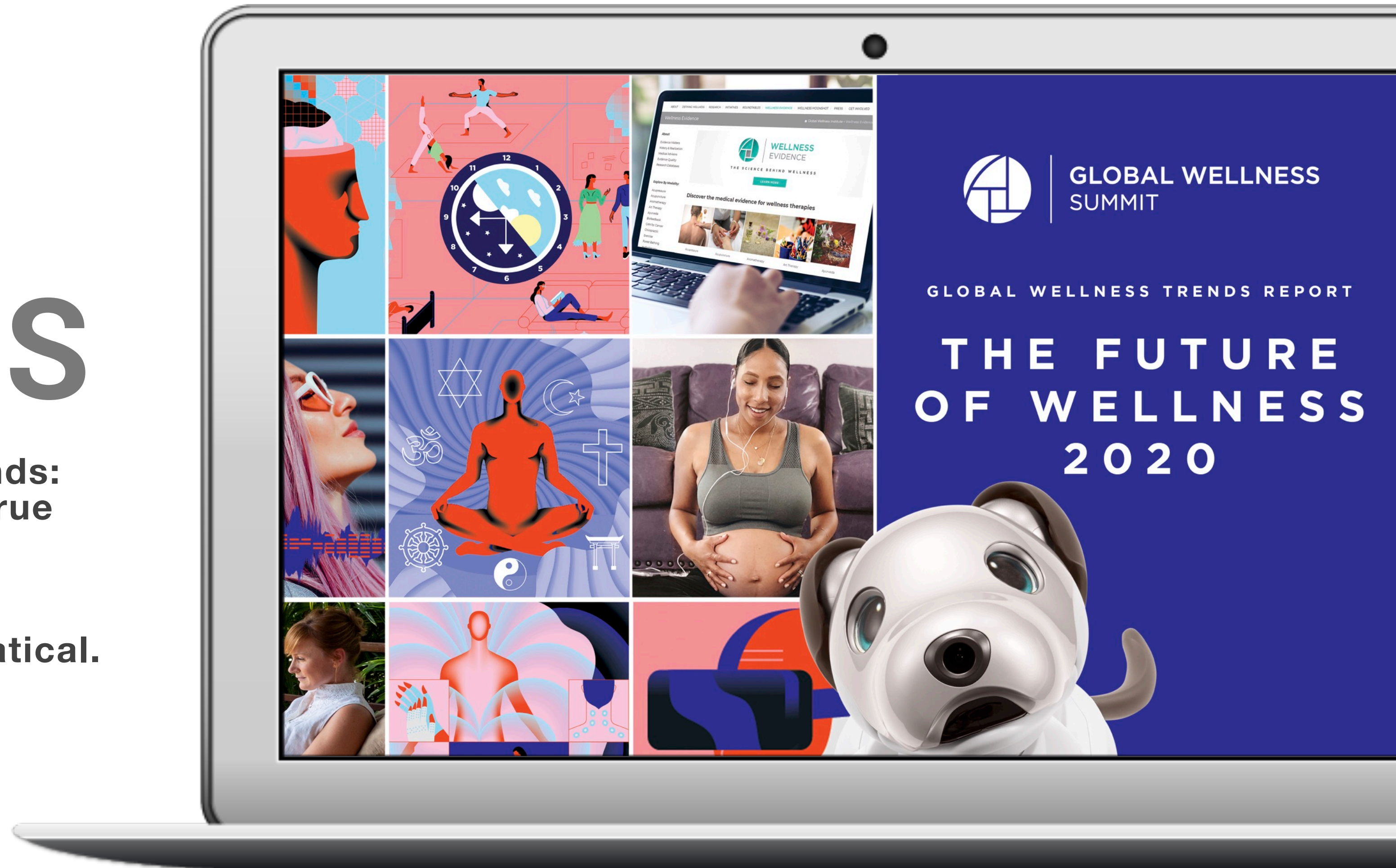
This is what OPENMEALS believes in, to become realized in the coming 100 years.



**GLOBAL WELLNESS
INSTITUTE™**
EMPOWERING WELLNESS WORLDWIDE

THE FUTURE OF WELLNESS

Experts identify 10 future wellness trends:
From the focus shifting from sleep to true
circadian health, aging getting a cool
rebrand, a surge in fertility and mental
wellness technology and the rise of
wellness music and the wellness sabbatical.



Source: Global Wellness Institute (2020)

 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB



**GLOBAL WELLNESS
INSTITUTE™**
EMPOWERING WELLNESS WORLDWIDE

THE FUTURE OF WELLNESS

Experts identify 10 future wellness trends: From the focus shifting from sleep to true circadian health, aging getting a cool rebrand, a surge in fertility and mental wellness technology and the rise of wellness music and the wellness sabbatical.

Source: Global Wellness Institute (2020)

 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB

CONTEN

- | | | | |
|----------|--|-----------|---|
| 1 | FOCUS SHIFTS FROM SLEEP TO TRUE CIRCADIAN HEALTH
<i>By Beth McGroarty</i>
Pg. 6 | 6 | ORGANIZED RELIGION JUMPS INTO WELLNESS
<i>By Rina Raphael</i>
Pg. 52 |
| 2 | AGING REBRANDED: Positively Cool
<i>By Rina Raphael</i>
Pg. 22 | 7 | THE WELLNESS SABBATICAL
<i>By Susie Ellis et al</i>
Pg. 58 |
| 3 | J-WELLNESS
<i>By Peter Eadon-Clarke</i>
Pg. 28 | 8 | THE FERTILITY BOOM
<i>By Rina Raphael</i>
Pg. 68 |
| 4 | MENTAL WELLNESS AND TECHNOLOGY: Rethinking the Relationship
<i>By Rina Raphael</i>
Pg. 36 | 9 | WELLNESS MUSIC
<i>By Beth McGroarty</i>
Pg. 76 |
| 5 | ENERGY MEDICINE GETS SERIOUS
<i>By Beth McGroarty et al</i>
Pg. 44 | 10 | IN WELLNESS WE TRUST: The Science Behind the Industry
<i>By Richard Panek</i> |

The Global Wellness Summit directions in health and wellness. No other forecast is based on including economists, academic corporations from all related unique input makes for a power

The GWS team executes trends with profound respect for evidence demographic, cultural and social result: the GWS being the first on to become explosive, multi-wellness architecture and design sleep; sexual wellness; "dying

Wellness used to be comprised spa industries) but now every concept is remaking whole industry real estate. Look for this to outpace the world's GDP growth

Beth McGroarty

VP, Research & Forecasting
Global Wellness Summit



GLOBAL WELLNESS
SUMMIT



GLOBAL WELLNESS
INSTITUTE™
EMPOWERING WELLNESS WORLDWIDE

THE FUTURE OF WELLNESS

Wellness has gone on to become a trillion-dollar market. Taking the global pandemic, polarizing politics, racial injustice, and a growing mental wellness crisis into consideration, the Global Wellness Summit team has come up with 9 wellness trends for 2021, including wellness architecture, regenerative travel and medical wellness convergence



Source: Global Wellness Institute (2021)

 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB



GLOBAL WELLNESS
INSTITUTE™
EMPOWERING WELLNESS WORLDWIDE

THE FUTURE OF WELLNESS

Wellness has gone on to become a trillion-dollar market. Taking the global pandemic, polarizing politics, racial injustice, and a growing mental wellness crisis into consideration, the Global Wellness Summit team has come up with 9 wellness trends for 2021, including wellness architecture, regenerative travel and medical wellness convergence

Wellness Industry Trends 2021

1. A new convergence between healthcare and wellness
2. Strengthening the immune system
3. A great “un-tabooing”: wellness gets real about sex, money, and death
4. Nature, nature, nature
5. “Home” wellness
6. Beauty: from antimicrobial products to at-home beauty

Source: Global Wellness Institute (2021)

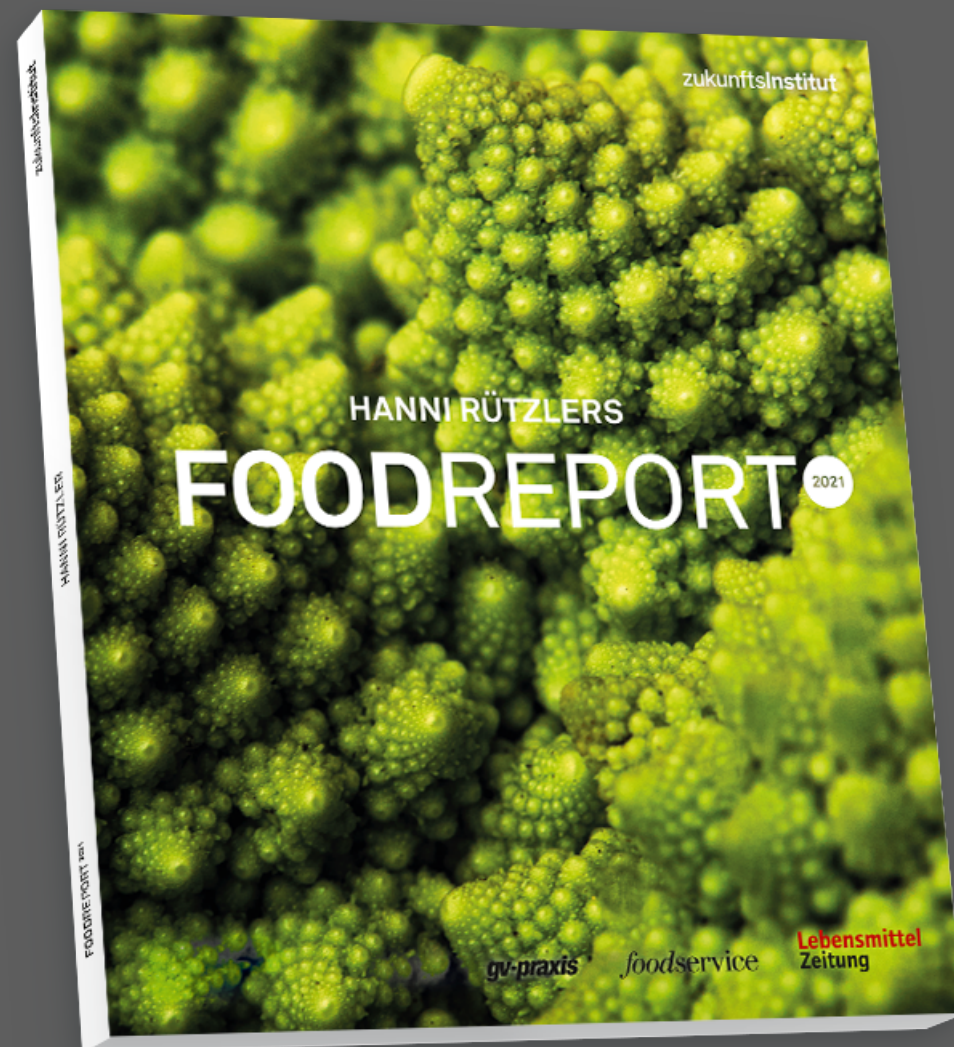
FOOD FOR THE FUTURE

Ahead of World Food Day, we're premiering a new documentary film, Food for the Future (#Food4theFuture). It documents the world's current food revolution.

Global agriculture generates as much greenhouse gas as the worldwide transport sector. Sustainable food production is therefore not a luxury but a necessity for our common future.



Source: European Bank for Reconstruction and Development (2017), 14:40 mins

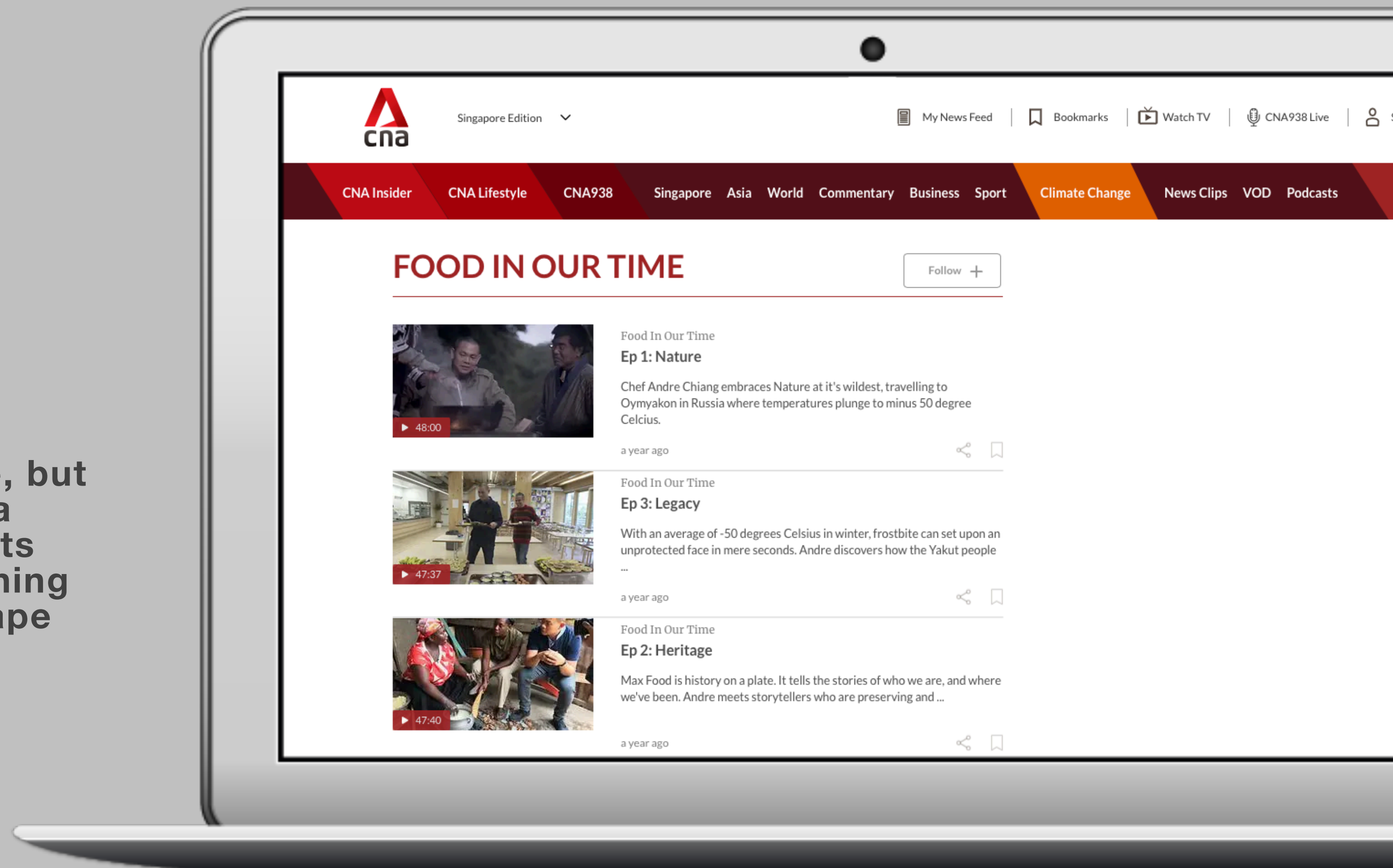


Source: Future Food Studio, 2021
 [<https://onlineshop.zukunftsinstitut.de/shop/food-report-2021/>]



FOOD IN OUR TIME

Cooking is Andre Chiang's life purpose, but he is hungry for more. He embarks on a culinary exploration, across 4 continents and 8 countries, to seek a deeper meaning of food and unearth the forces that shape how we eat, in this 3-part series.



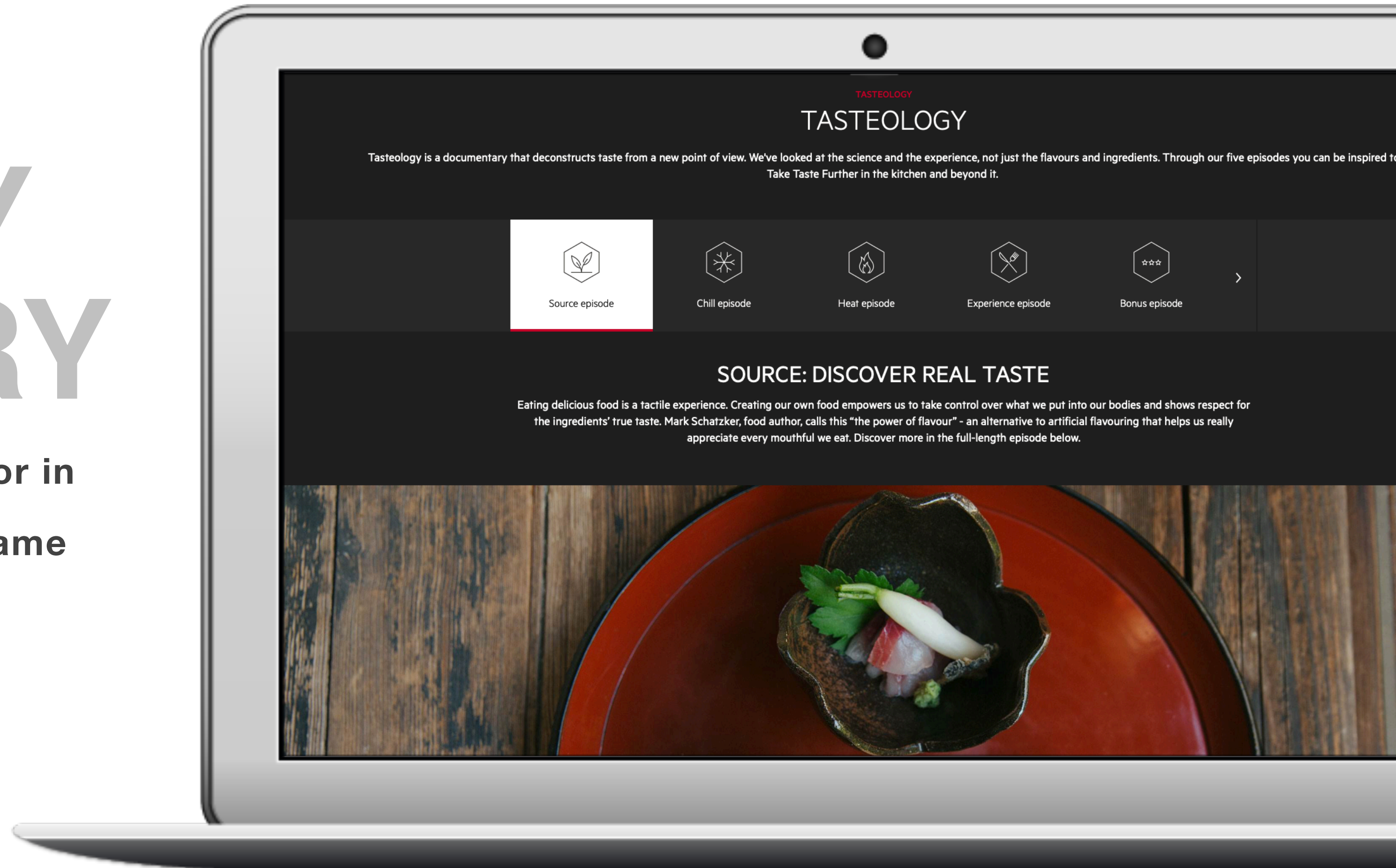
Source: Channel News Asia (2020)

AEG

TASTEOLGY

DOCCUMENRY

What happens when you ask a professor in psychology, a famous Instagrammer, a scientist or a food waste activist the same questions that we usually reserve for traditional chefs? Tasteology, our new documentary provides all the answers. Watch the trailer below.



Source: AEG UK (2015)

 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

#iGTCCoLAB

TASTEOLGY

TASTEOLGY

Tasteology is a documentary that deconstructs taste from a new point of view. We've looked at the science and the experience, not just the flavours and ingredients. Through our five episodes you can be inspired to Take Taste Further in the kitchen and beyond it.



Source episode



Chill episode



Heat episode



Experience episode



Bonus episode



SOURCE: DISCOVER REAL TASTE

Eating delicious food is a tactile experience. Creating our own food empowers us to take control over what we put into our bodies and shows respect for the ingredients' true taste. Mark Schatzker, food author, calls this "the power of flavour" - an alternative to artificial flavouring that helps us really appreciate every mouthful we eat. Discover more in the full-length episode below.





Source episode



Chill episode



Heat episode



Experience episode



Bonus episode



“

**THERE IS SOMETHING SPECIAL ABOUT INGREDIENTS, THE
RAW MATERIAL**

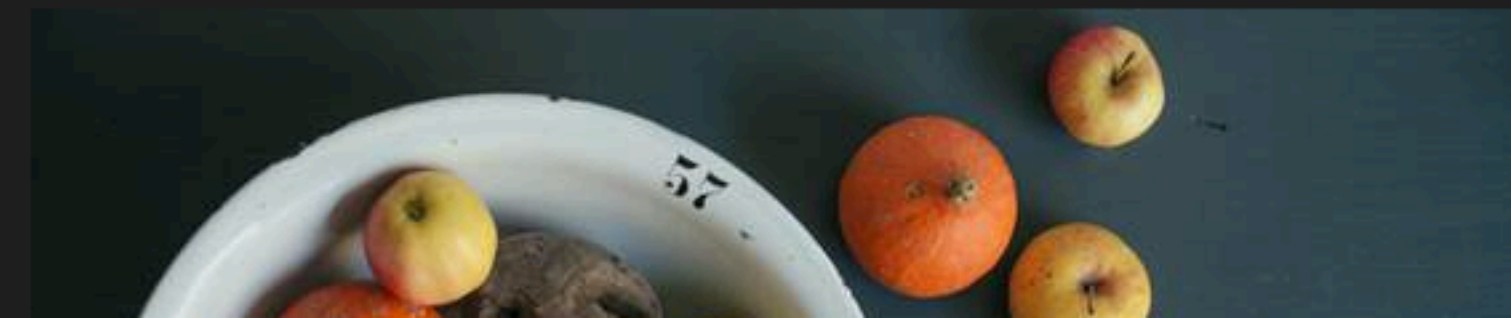
Hisato Nakahigashi

Foraging trendsetter & Restaurant Owner



ANSWERING YOUR BODY'S NEEDS

The way ingredients are sourced affects the way we nourish our bodies. Author Mark Schatzer believes our body naturally develops an appetite for the foods and nutrients it needs to be healthy, but that artificial flavourings are getting in the way. This can be reversed by focusing on high-quality ingredients and being mindful as your appetite guides you to consume according to your body's needs.





Chill episode



Heat episode



Experience episode



Bonus episode



About Tasteology



“

**OUR EYES GIVE US ALL THE INFORMATION WE NEED
ABOUT A FOOD**

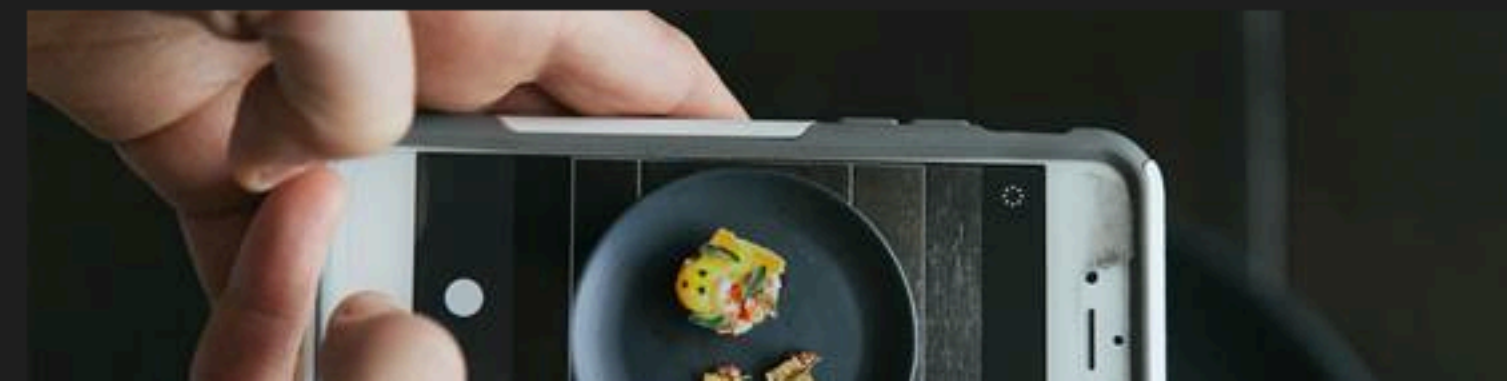
Jozef Youssef

Kitchen Theory Project



TASTE: A FIVE-SENSE EXPERIENCE

Our visual senses provide up to 28% of our taste experience. This is a theory Instagram chef Jacques la Merde takes to the extreme. Serving up exquisite tasting plates - in fact made from gas station ingredients - to her thousands of followers, she demonstrates how visual techniques affect our perception of food.



 [Contact](#)



Chill episode



Heat episode



Experience episode



Bonus episode



About Tasteology



Satchiko & Hisato Nakahigashi

Foraging trendsetters and chefs from Kyoto, Japan.



Mark Schatzker

Author of The Dorito Effect, a book covering artificial flavouring and America's health crisis.



Tristram Stuart

A Brighton based author who wants to reduce the environmental impact of food waste.



Culinary Misfits

Berlin-based duo who actively seek out and use the "ugly" produce most would throw away.



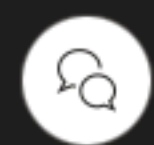
Hervé This

Professor of experimental psychology at Oxford whose research focusses on the eating experience.



Catalina Vélez

One of the world's most influential Latin-American chefs and huge advocate for cooking with steam.





Chill episode



Heat episode



Experience episode



Bonus episode



About Tasteology



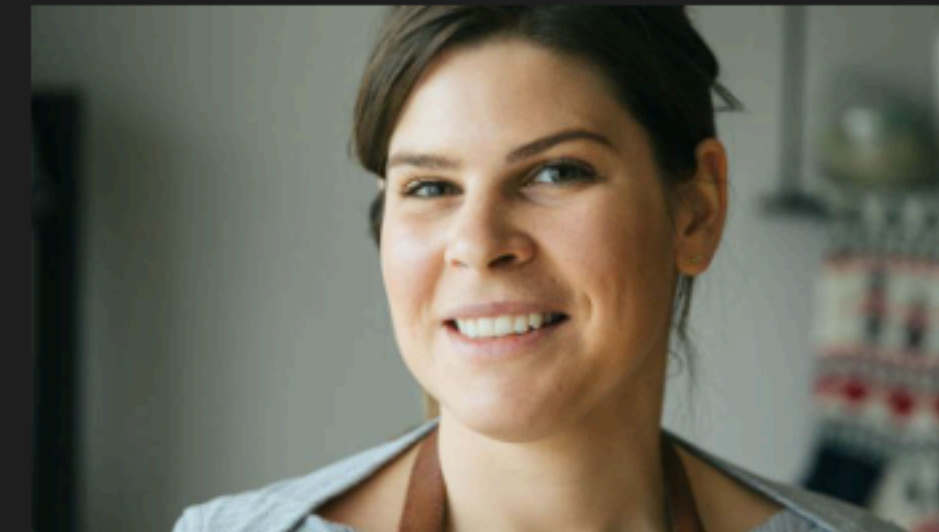
Charles Spence

Professor of experimental psychology at Oxford whose research focusses on the eating experience.



Jozef Youssef

Creative Director and Chef Patron of the gastronomic project Kitchen Theory he runs with Charles Spence.



Jacques la Merde

A.K.A. Christine Flynn, famous chef and popular Instagrammer with over 125k followers.

DISCOVER MORE WITH AEG



Contact



EXPLORE TASTE

Great food is about more than just the final result. It's about the thrill of creating something exceptional. AEG empowers you to cook with flair and without fear. Our appliances are full of the latest technology, so you can cook on the edge of what's possible.





LE PETIT CHEF

Change The Way You Taste Food

[03:04 mins]



FAT DUCK

The Ultimate Molecular Gastronomy Food Design

[03:00 mins]



Sound of The Sea

Source: The Straitstimes, 2014



Source: Requiemfad via YouTube, 2011



Source: CNN, 2012

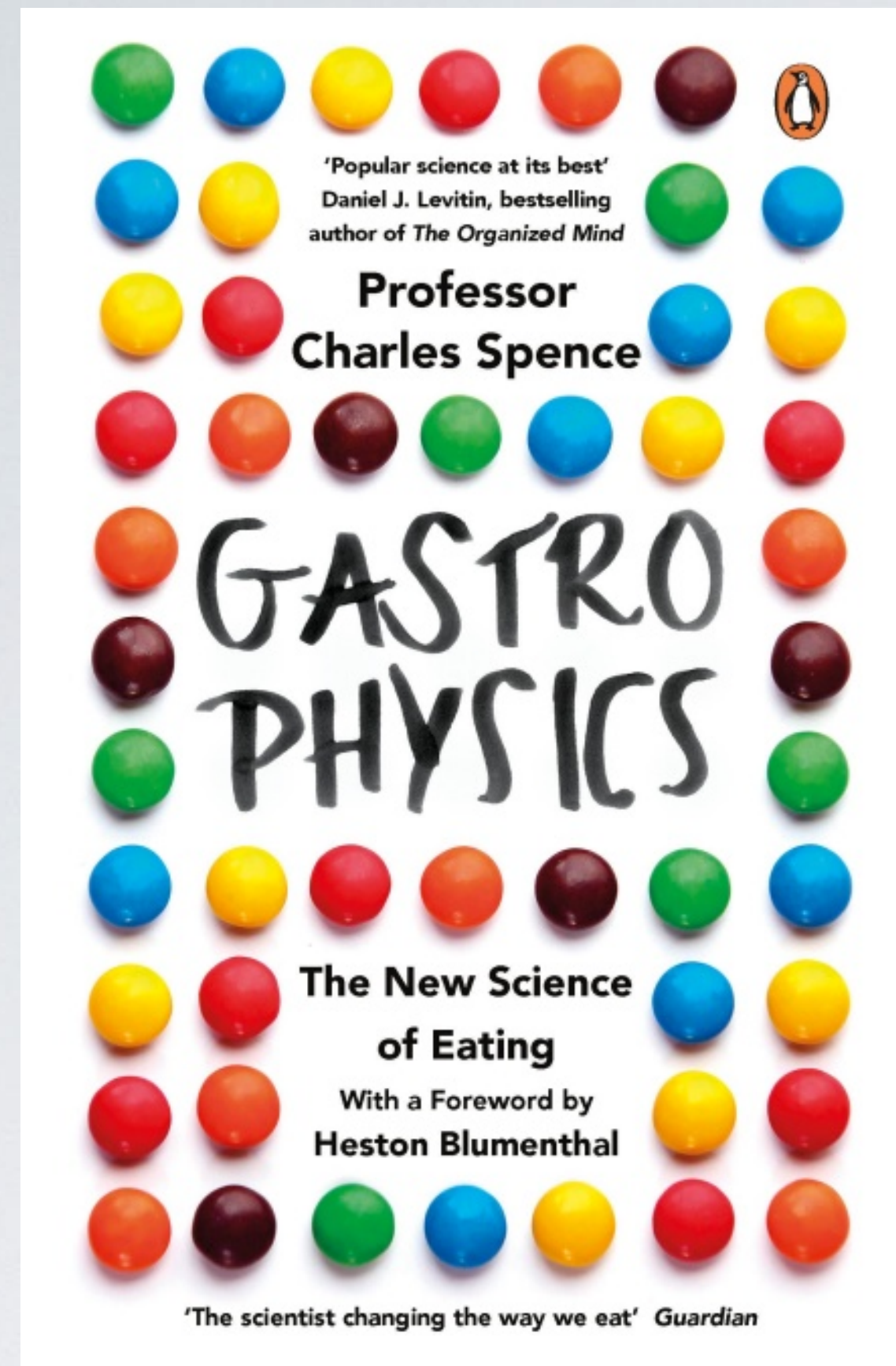
COURTESY: NEAL HAYNES



EATERY INTERACTION

The Ultimate Sensory Architecture Design

[02:04 mins]



GASTROPHYSICS

The New Science of Eating by Charles Spence

[Penguin Book Limited ISBN: 9780241977743]





Source: Fang Coffee Chiang May

การรื้อสร้าง (deconstruction)



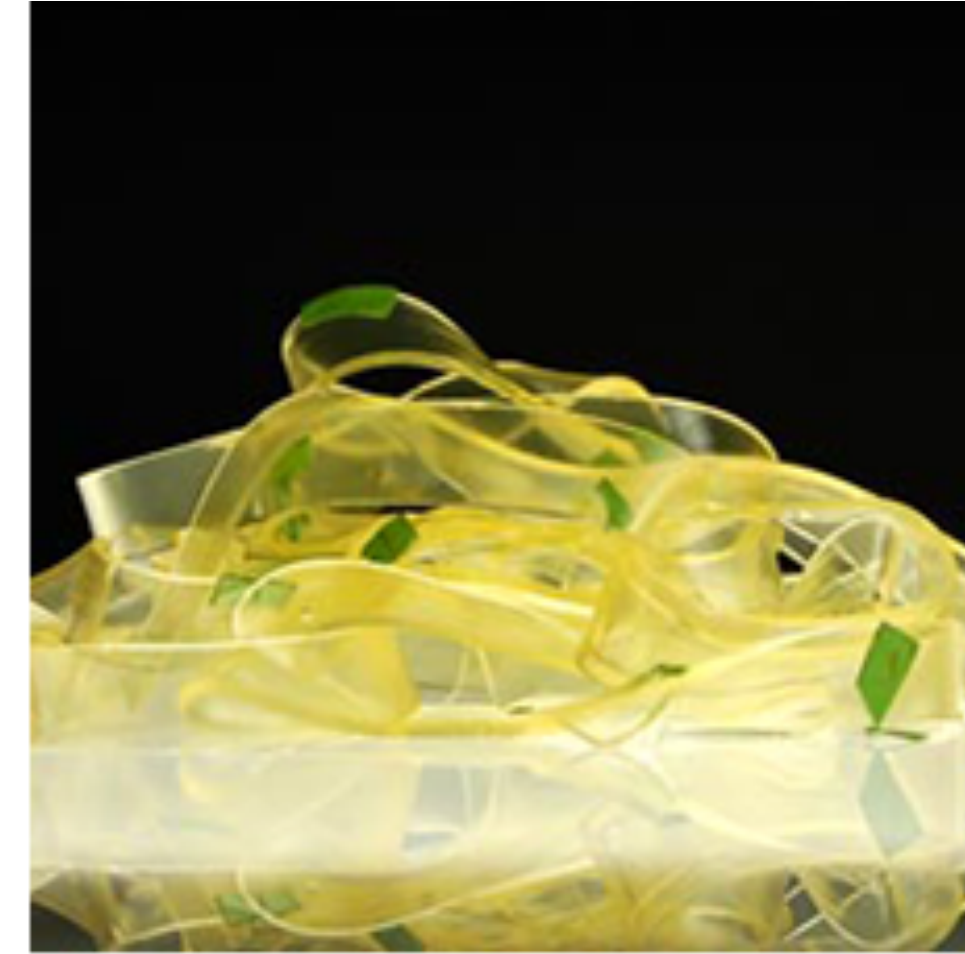
X2
CROSS TO



Clear Canape



Mango Sphere



Saffron Tagliatelle



Cocktail Ice Sphere



Transparent Ravioli



Aperol Gel & Paper

Source: Molecular Recipes
[<http://www.molecularrecipes.com>]

ETHNIC MARKER in Food



TO SERVE YOUR CURRY

Pick the leaves off the remaining coriander sprigs. Serve the curry sprinkled with the coriander leaves and the chopped red chilli, and some **fluffy lime and coriander rice**.

Source: [1] Thai Green Curry, 2016 [2] Daily Mail, 2008 by Jamie Oliver
[https://youtu.be/wno_qUB02IM | 4:36 mins]

ETHNIC MARKER in Food



holistic
ONTOLOGY OF FOOD
eg semantics, philology, etymology, etc

- [1] GREEN = PASTEL GREEN
- [2] SWEET = ECONOMIC STATUS
- [3] COCONUT = CULTURAL ASSIMILATION
- [4] LIME = INVENTION OF CULTURE
- [5] JAMIE = REPRODUCTION OF CULTURE
- [6] ...// etc

Source: [1] Thai Green Curry, 2016 [2] Daily Mail, 2008 by Jamie Oliver
[https://youtu.be/wno_qUB02IM | 4:36 mins]

THAILAND
=
INNOVATION
trough
TRADITION?



“กาลครั้งหนึ่ง...
วัฒนธรรม (tradition) ในวันนี้
คือ นวัตกรรม (innovation)
ของเมื่อวาน...”

Food Innovation

//

TEST

VS

TASTE

//



“...เข้าใจเรื่องรสชาติ และ
(ต้อง) เข้าถึงรสนิยม...”

Food Innovation

//

PHYSIOLOGY

of taste

VS

PHILOSOPHY

of taste

//



“...เข้าใจเรื่องรสชาติ และ
(ต้อง) เข้าถึงรสนิยม...”



Mark Brand

In Vancouver, a chef tackles homelessness with hot meals

How to support a Better Life Foundation:

Purchase *tokens* from Save On Meats at 43 West Hastings for \$3.50 each. Tokens can be distributed to vulnerable or marginalized individuals, and redeemed for a free sandwich at the diner.

Join a Greasy Spoon Diner's monthly *fundraising event*, proceeds from which directly support A Better Life Foundation's meal programs.

Gather your friends or co-workers at *Plenty of Plates*. Conducted in the commissary kitchen of Save On Meats, large groups can prepare a three-course restaurant-style meal for 75 food insecure people (women and their children living at a shelter, for instance).

FOOD SECURITY

When we're hungry and haven't been eating quality food, it directly affects our ability to think clearly and maintain our health. MBI supports neighbours and community with food security through the TOKEN PROGRAM and MEAL PROGRAM based out of Save On Meats located at 43 West Hastings in the heart of the Downtown Eastside.



2.253MILLION

MEALS SERVED SINCE 2012

Meal tokens are purchased from Save On Meats, the diner located at 43 West Hastings street in the heart of the downtown eastside. They are then distributed directly by the donor or via one of our community partners to share amongst their organization. Token donors rest assured that what they give will provide much needed sustenance to community members and at the same time support Save On Meats' social enterprise. Tokens also solve the dilemma that many people face when hesitant to give money rather than food to people they see on the street. The program acts as a bridge between people who want to give and people who need the support.



4,894

TOKENS PURCHASED IN
2019

110,784

TOKENS PURCHASED
SINCE 2012

97%

OF TOKENS REDEEMED
IN 2017

Source: Mark Brand, 2020
[<http://www.markbrandinc.com/about/>]



"Building relationships with new clients is a delicate process at Connections Clinic. The tokens donated to us often act as the first bridge between our outreach staff and those we serve because Save On Meats is a common place where everyone feels safe, comfortable and welcome."

Justin Van Westen,
Vancouver Coastal Health
Connections Clinic

Vancouver
CoastalHealth

"The Save On Meats tokens are a great tool for us to build relationships on the street, diffusing tense situations and motivating people to get up and get down to Save On Meats for a sandwich!"



J Hockley, Mission
Possible

MISSION
P⁺SSIBLE

"Save On Meats has been extremely generous in providing us with food tokens for over a year. They are available to clients in the resource centre when using the space and utilizing our many services... Community organizations such as the VWHC benefit from business programs such as yours by bridging the gap between poverty and social awareness. Thank you a million times over..."



Anita Smith ,
Vancouver Women's
Health Collective

VWHC

Source: Mark Brand, 2020
[<http://www.markbrandinc.com/about/>]



Meals go to women and children fleeing violence, street-entrenched youth, and folks on assisted living. Meals are shipped to our partnered community organizations by Shift Delivery Cooperative. When providing these meals, we are constantly striving to come up with interesting, new ways to make delicious, healthy food on a limited budget. Often this means partnering with other community organizations to source low-cost, local produce. Our meals cost \$3.50 to prep, cook and deliver to residents. The cost of meals are subsidized by donations to A Better Life Foundation.



850

VANCOUVERITES FED
HIGH-QUALITY MEALS
365-DAYS PER YEAR

239,161

MEALS SERVED TO
WOMEN & CHILDREN
FLEEING VIOLENCE,
STREET-ENTRENCHED
YOUTH, AND FOLKS ON
ASSISTED LIVING IN 2019

74%

OF YOUR DONATION
GOES DIRECTLY TO
PROVIDING FOOD
SECURITY



PARTNERS

approximately

70 meals / week

Youth
Unlimited



769 meals / day

Atira
Properties



40 meals / day

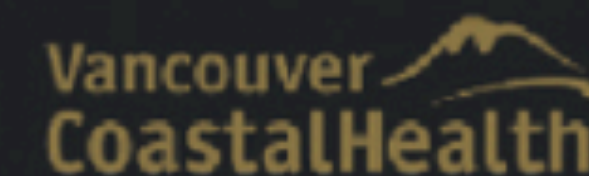
Rainier
Hotel



every Tuesday

40 meals

DCHC
Women's Night





The Starbucks **Experiences**



STARBUCKS ITALY

The Starbucks Reserve Roastery Milan

[01:31 min]



The Starbucks **Experiences**
mood - attitude - behaviour



Servicescape Concept
ambient condition
space, function
signs, symbols, artefacts