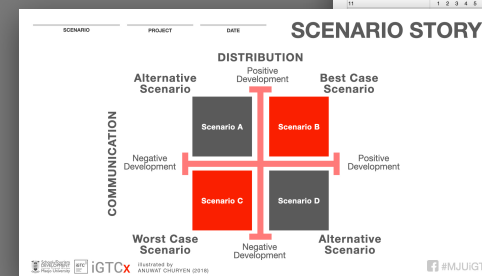
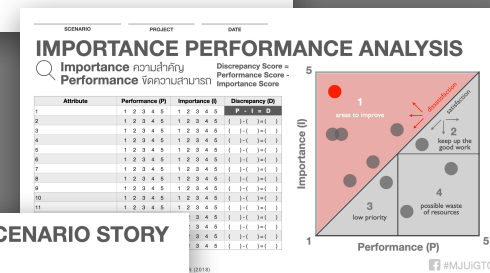
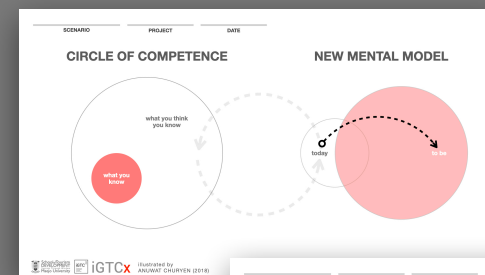


Co Created by iGTC CoLAB x Service Innovation Academy
School of Tourism Development, Maejo University

WORKSHOP PLAYBOOK METHOD CARD #BC1



 #MJUiGTC

facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)



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

WORKSHOP PLAYBOOK METHOD CARD #BC1



in partnership with

iGTC^x



facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)

Workshop Signage Usage

Event / Workshop Poster

Paper Size A3 | Colour Printing



 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)

Workshop Signage Usage

Event / Workshop Poster

Paper Size / Color Paper A3 | Colour Printing



 #MJUiGTC

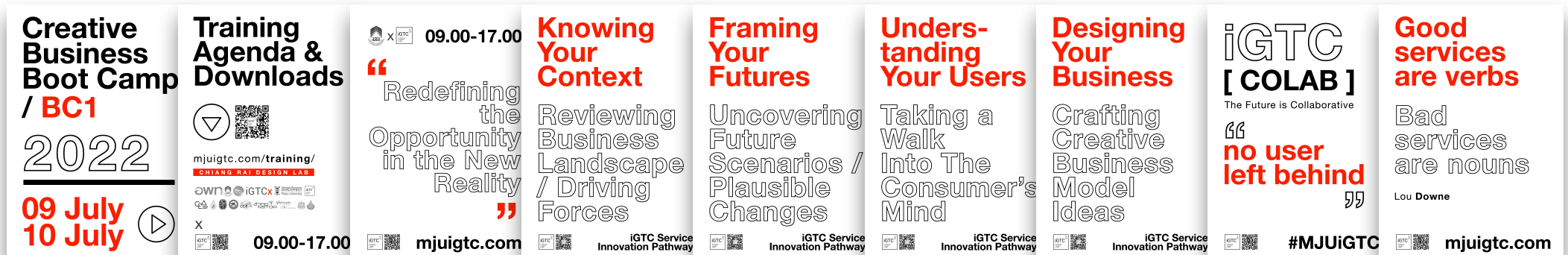
www.mjuigtc.com

facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)

Workshop Playbook / Access Point

Resource
Centre

Paper Size A4 | Colour Printing



 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

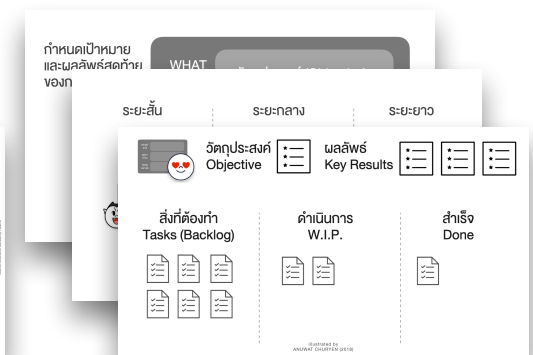
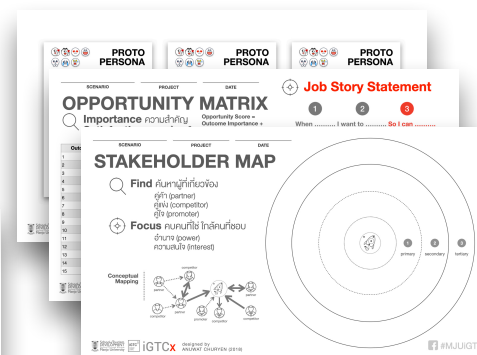
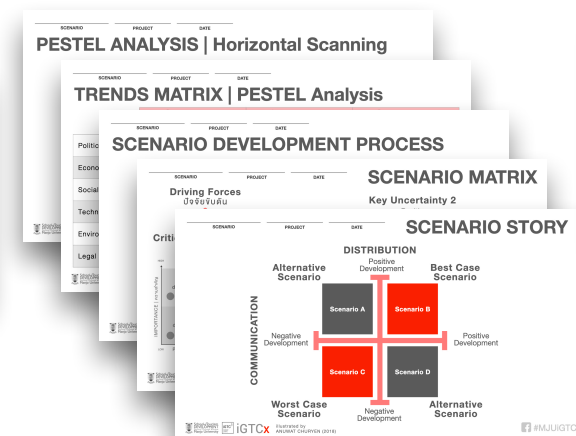
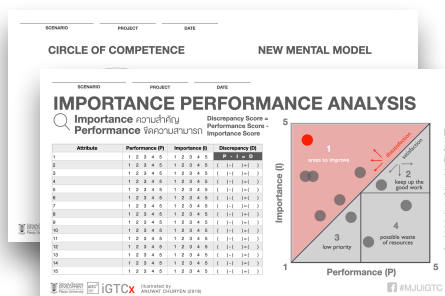
facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)

Workshop Playbook / Method Card

Contextual Research

Paper Size A4 | Colour Printing

- 1 รู้จักเรา เข้าใจตัวตน
- 2 คิดค้น “สู่อนาคต”
- 3 เข้าใจ “ลูกค้า” มองหา “โอกาส”
- 4 วาดแผนภาพการเปลี่ยนแปลง

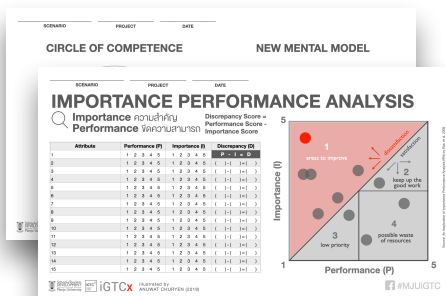


Workshop Playbook / Method Card

Contextual Inquiry

Paper Size A4 | Colour Printing

- 1 รู้จักเรา เข้าใจตัวตน
- 2 คิดค้น “สู่อุณหภูมิ”
- 3 เข้าใจ “ลูกค้า” มองหา “โอกาส”
- 4 วาดแผนภาพการเปลี่ยนแปลง



 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

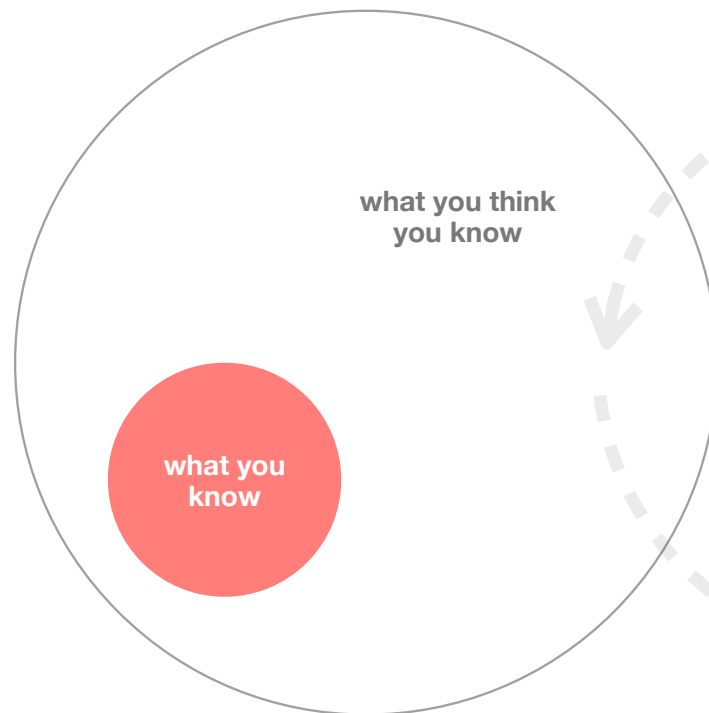
facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)

SCENARIO

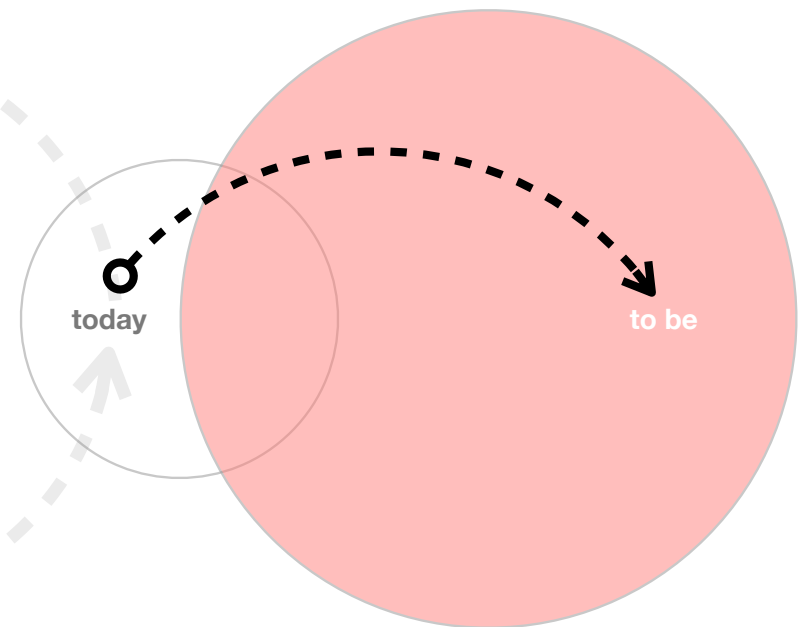
PROJECT

DATE

CIRCLE OF COMPETENCE



NEW MENTAL MODEL



SCENARIO

PROJECT

DATE

IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS



Importance ความสำคัญ
Performance จัดความสามารถ

Discrepancy Score =
Performance Score -
Importance Score

Attribute	Performance (P)	Importance (I)	Discrepancy (D)
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	$P - I = D$
1	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
3	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
4	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
6	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
7	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
8	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
9	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
10	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
11	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
12	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
13	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
14	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()
15	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	() - () = ()

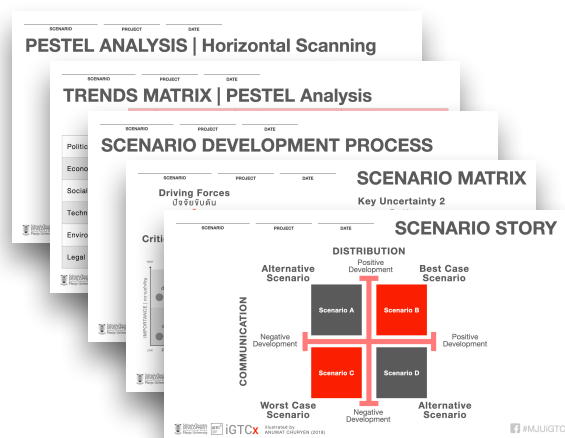


Workshop Playbook / Method Card

Scenario Development

Paper Size A4 | Colour Printing

- 1 รู้จักเรา เข้าใจตัวตน
- 2 คิดค้น “สู่อนาคต”
- 3 เข้าใจ “ลูกค้า” มองหา “โอกาส”
- 4 วาดแผนภาพการเปลี่ยนแปลง



 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)

SCENARIO

PROJECT

DATE

PESTEL ANALYSIS | Horizontal Scanning



P - Political

ปัจจัยด้านนโยบาย
การเมือง การปกครอง
กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ



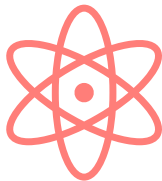
E - Economic

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเงิน
อัตราแลกเปลี่ยน อัตราเงินเฟ้อ
การจ้างงาน ต้นทุน การเติบโตทางเศรษฐกิจ



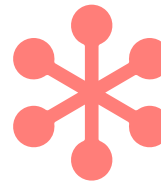
S - Social

ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม
ค่านิยม ทักษะคนดี ธรรมเนียม ประเพณี
พฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบการใช้ชีวิต



T - Technological

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม
การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี
การเข้าถึง กระจายตัว และการยอมรับ



E - Environmental

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
ภัยพิบัติธรรมชาติ สภาพภูมิอากาศ
ลักษณะทางธรรมชาติ ลักษณะทางภูมิศาสตร์



L - Legal

ปัจจัยด้านกฎหมาย
ระเบียบ กฎ ข้อจำกัด ข้อบังคับ
ข้อตกลง เงื่อนไข แผนที่สิทธิบัตร

SCENARIO

PROJECT

DATE

TRENDS MATRIX | PESTEL Analysis

	 Formerly	 Currently	 Emerging
Political			
Economic			
Social			
Technological			
Environmental			
Legal			

SCENARIO

PROJECT

DATE

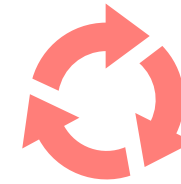
SCENARIO DEVELOPMENT PROCESS



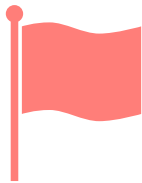
1. Framing The Futures



2. Driving Forces & Linkage



3. Critical Uncertainties



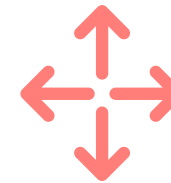
4. Indications & Signposts



5. Implications & Options



6. Scenario Stories



7. Scenario Matrix

SCENARIO

PROJECT

DATE

SCENARIO MATRIX

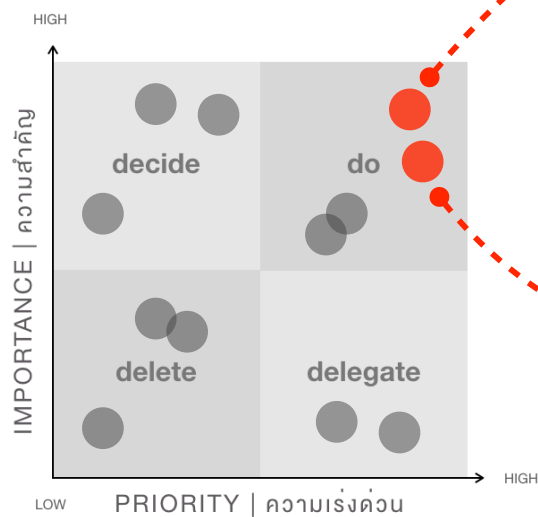
Driving Forces

ปัจจัยขับเคลื่อน



Critical Uncertainties

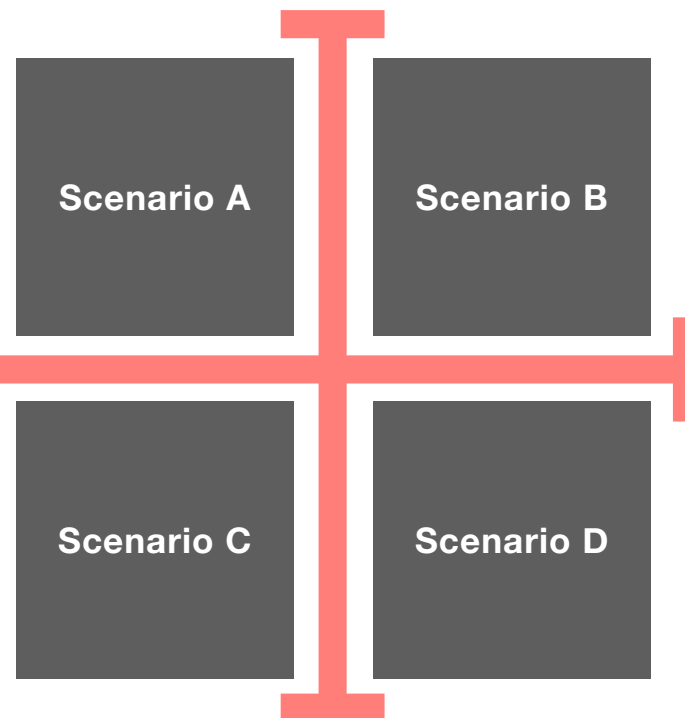
ปัจจัยพลิกผัน



Key Uncertainty 1

Key Uncertainty 2

Positive Development



Negative Development

Positive Development

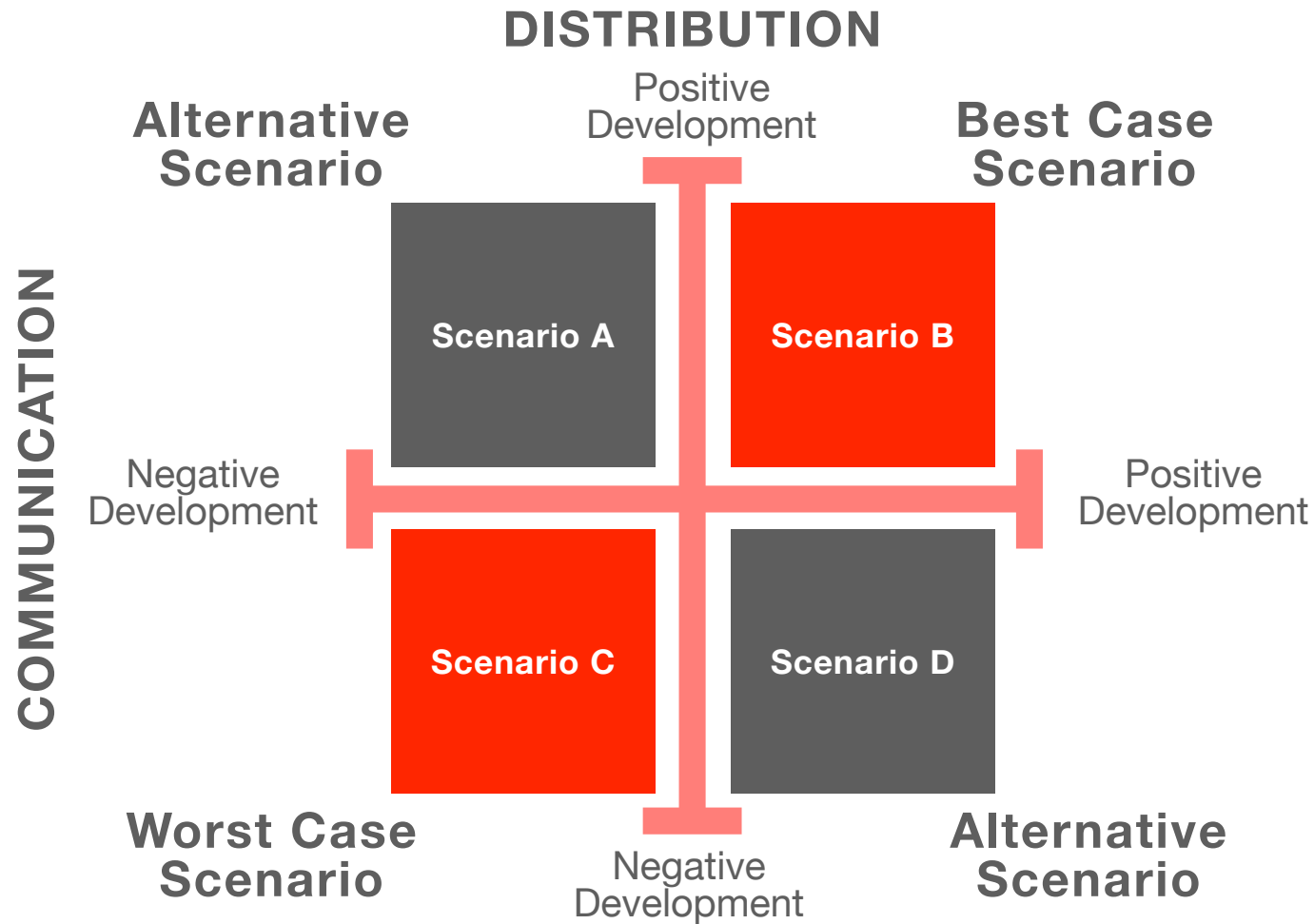
Negative Development

SCENARIO

PROJECT

DATE

SCENARIO STORY

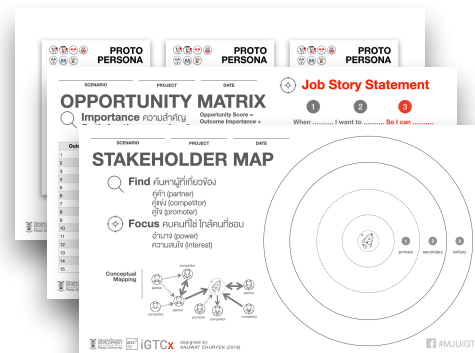


Workshop Playbook / Method Card

User Research

Paper Size A4 | Colour Printing

- 1 รู้จักเรา เข้าใจตัวตน
- 2 คิดค้น “สู่อินาคต”
- 3 เข้าใจ “ลูกค้า” มองหา “โอกาส”
- 4 วาดแผนภาพการเปลี่ยนแปลง



 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)



PROTO PERSONA

NAME 	BEHAVIOURS
DEMOGRAPHICS	NEED/GOALS




#mjuigtc



PROTO PERSONA

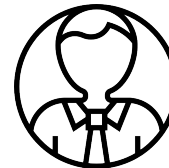
NAME 	BEHAVIOURS
DEMOGRAPHICS	NEED/GOALS




#mjuigtc



PROTO PERSONA

NAME 	BEHAVIOURS
DEMOGRAPHICS	NEED/GOALS




#mjuigtc

SCENARIO

PROJECT

DATE

OPPORTUNITY MATRIX



Importance ความสำคัญ
Satisfaction ความพึงพอใจ

Opportunity Score =
Outcome Importance +
Max (Outcome Importance -
Outcome Satisfaction, 0)

Outcome	Importance (X)	IMP	Satisfaction (Y)	SAT	Opportunity	OPP
1	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		IMP + (IMP - SAT)	
2	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5		() + [() - ()]	
3	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
4	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
5	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
6	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
7	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
8	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
9	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
10	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
11	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
12	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
13	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
14	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			
15	1 2 3 4 5		1 2 3 4 5			



Job Story Statement

1

2

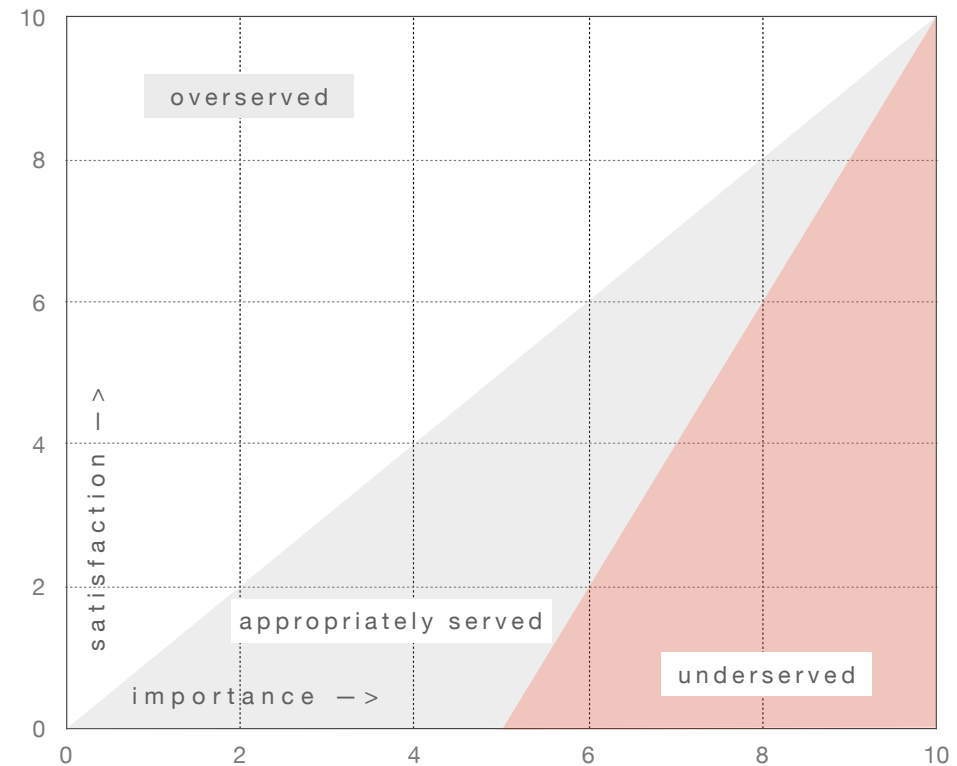
3

When I want to So I can

SITUATION

MOTIVATION

EXPECTED OUTCOME



SCENARIO

PROJECT

DATE

STAKEHOLDER MAP



Find ค้นหาผู้ที่เกี่ยวข้อง

คู่ค้า (partner)

คู่แข่ง (competitor)

ผู้ใจ (promoter)

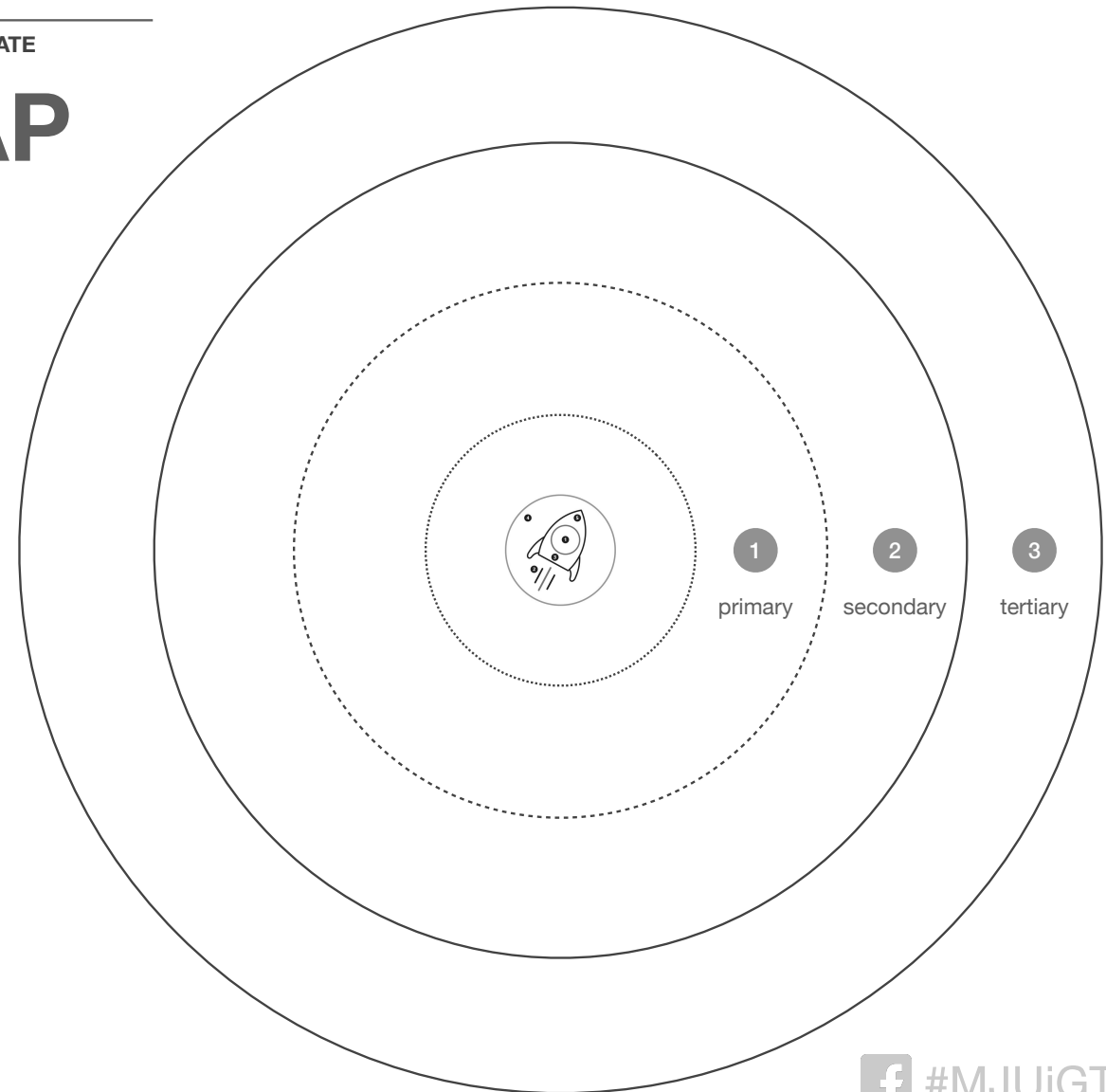
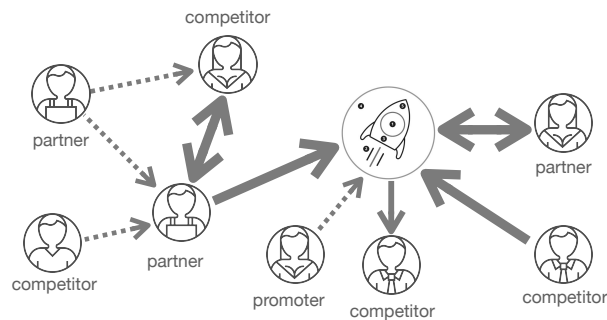


Focus คบคนที่ใช่ ใกล้คนที่ชอบ

อำนาจ (power)

ความสนใจ (interest)

Conceptual
Mapping



Workshop Playbook / Meta Card

Narrative Inquiry

Paper Size / Colour Paper A4 | Cutting 1/2 B5

x6



x6



x6



 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)



PROTO PERSONA

NAME

BEHAVIOURS

DEMOGRAPHICS

NEED/GOALS




#mjuigtc

x1

x3

x5

เรื่องผู้ใช้ (User Story)

ในฐานะ (As a) ... (person, character, role)

ฉันต้องการ (I want) ... (activity, action, situation)

เพื่อ (so that) ... (aim, need, outcome)

ข้อจำกัด (Restriction, obstacle, friction)

ความต้องการหนึ่งลึก (Key Insight)

ในฐานะ (As a) ... (person, character, role)

ฉันต้องการ (I want) ... (activity, action, situation)

เพื่อ (so that) ... (aim, need, outcome)

ข้อจำกัด (Restriction, obstacle, friction)

ความต้องการ "จาดักใจ" (Job Story)

เมื่อ... (When) ... (situation / context)

ฉัน: (I want to) ... (motivation)

เพื่อ (so I can) ... (expected outcome)

ความต้องการหนึ่งลึก (Key Insight)

ในฐานะ (As a) ... (person, character, role)

ฉันต้องการ (I want) ... (activity, action, situation)

เพื่อ (so that) ... (aim, need, outcome)

ข้อจำกัด (Restriction, obstacle, friction)

ความต้องการ "จาดักใจ" (Job Story)

เมื่อ... (When) ... (situation / context)

ฉัน: (I want to) ... (motivation)

เพื่อ (so I can) ... (expected outcome)

ความต้องการหนึ่งลึก (Key Insight)

ในฐานะ (As a) ... (person, character, role)

ฉันต้องการ (I want) ... (activity, action, situation)

เพื่อ (so that) ... (aim, need, outcome)

ข้อจำกัด (Restriction, obstacle, friction)

ความต้องการ "จาดักใจ" (Job Story)

เมื่อ... (When) ... (situation / context)

ฉัน: (I want to) ... (motivation)

เพื่อ (so I can) ... (expected outcome)

ความต้องการหนึ่งลึก (Key Insight)

ในฐานะ (As a) ... (person, character, role)

ฉันต้องการ (I want) ... (activity, action, situation)

เพื่อ (so that) ... (aim, need, outcome)

ข้อจำกัด (Restriction, obstacle, friction)

ความต้องการ "จาดักใจ" (Job Story)

เมื่อ... (When) ... (situation / context)

ฉัน: (I want to) ... (motivation)

เพื่อ (so I can) ... (expected outcome)

ความต้องการหนึ่งลึก (Key Insight)

ในฐานะ (As a) ... (person, character, role)

ฉันต้องการ (I want) ... (activity, action, situation)

เพื่อ (so that) ... (aim, need, outcome)

ข้อจำกัด (Restriction, obstacle, friction)

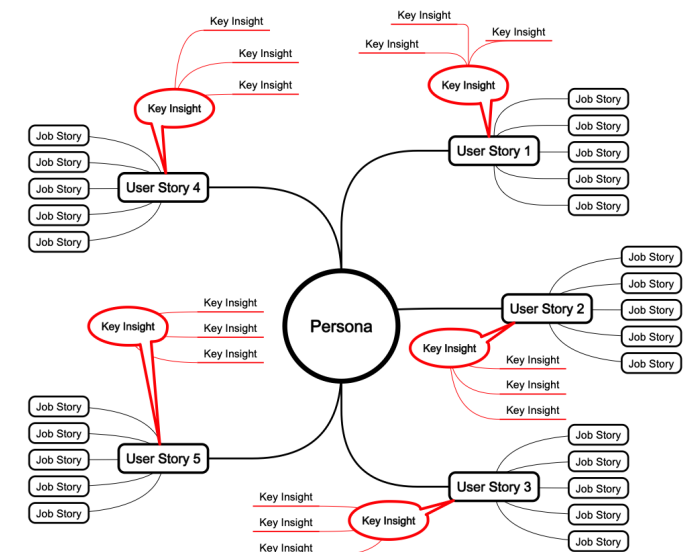
ความต้องการ "จาดักใจ" (Job Story)

เมื่อ... (When) ... (situation / context)

ฉัน: (I want to) ... (motivation)

เพื่อ (so I can) ... (expected outcome)

Meta-Card Technique

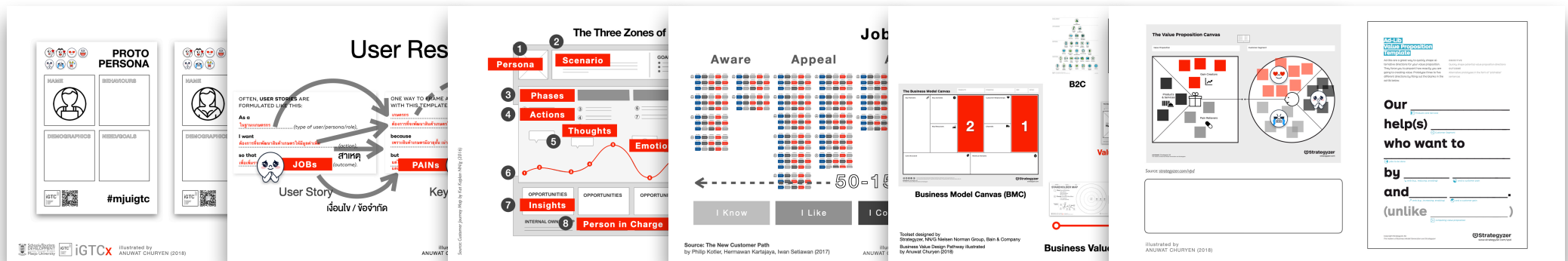


x1 Narrative

Workshop Playbook / Method Card

Value Proposition Design

Paper Size A4 | Colour Printing





PROTO PERSONA

NAME 	BEHAVIOURS
DEMOGRAPHICS	NEED/GOALS




#mjuigtc



PROTO PERSONA

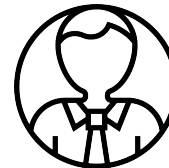
NAME 	BEHAVIOURS
DEMOGRAPHICS	NEED/GOALS




#mjuigtc



PROTO PERSONA

NAME 	BEHAVIOURS
DEMOGRAPHICS	NEED/GOALS

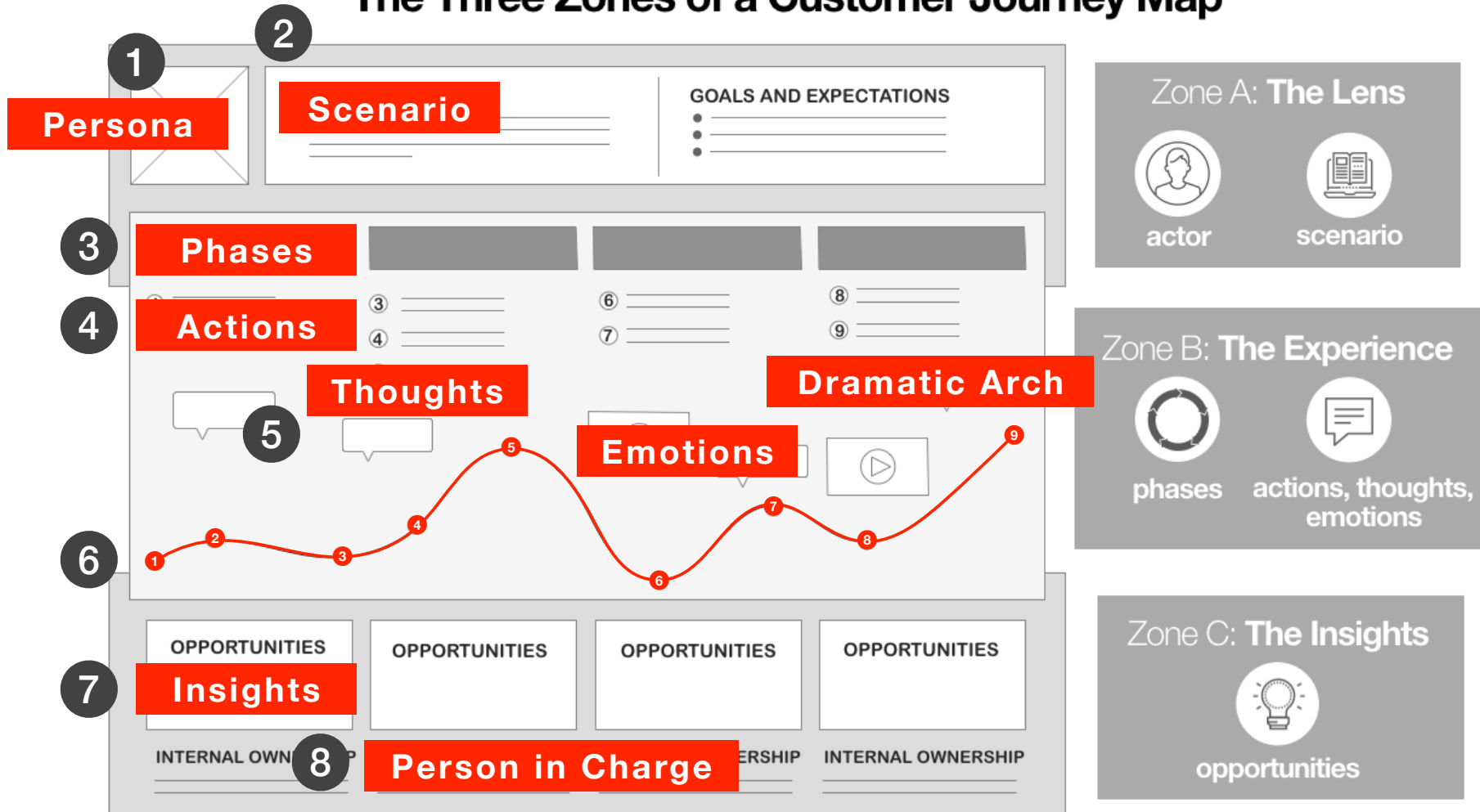



#mjuigtc

User Research Wall



The Three Zones of a Customer Journey Map



Job Map

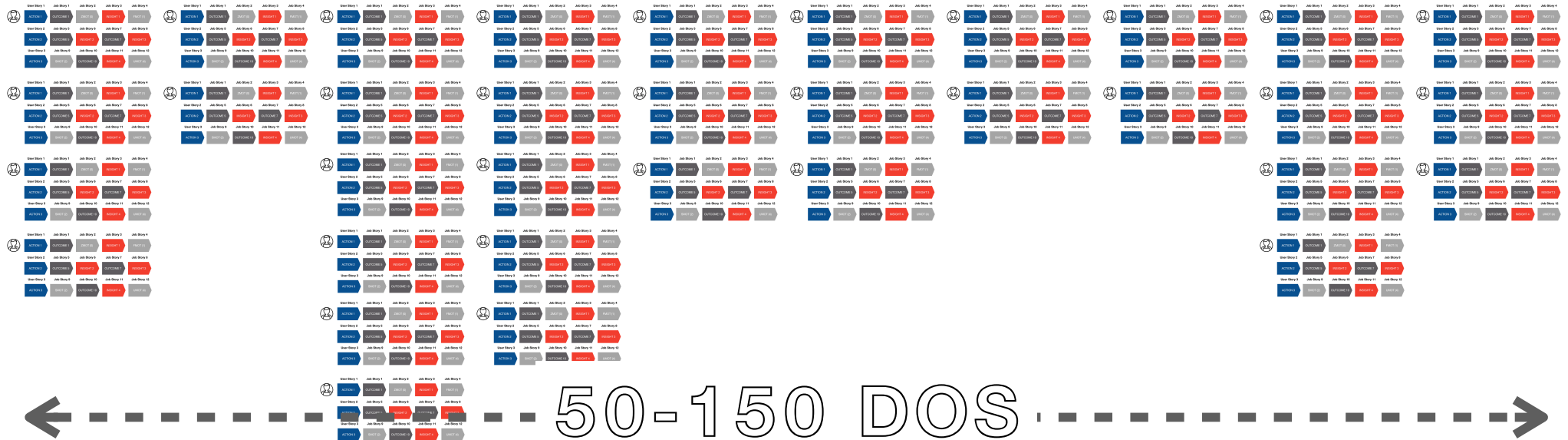
Aware

Appeal

Ask

Act

Advocate



I Know

I Like

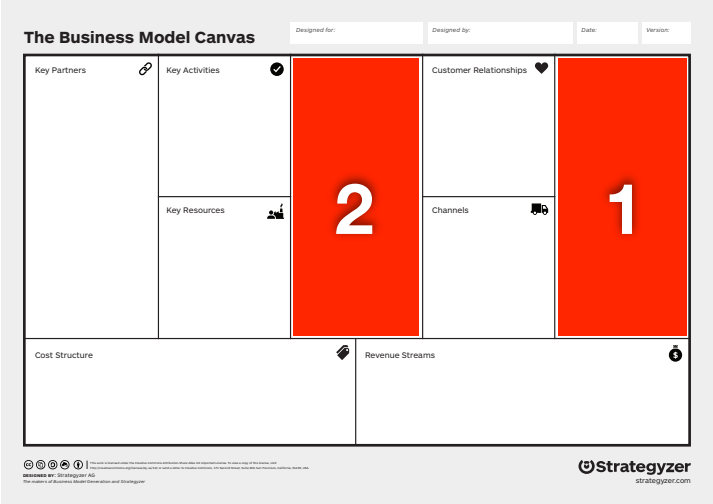
I Convinced

I'm Buying

I Recommend

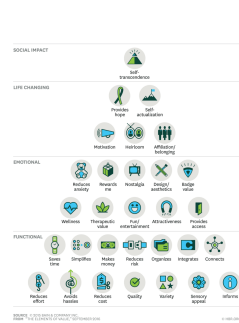
Source: The New Customer Path
by Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan (2017)

illustrated by
ANUWAT CHURYEN (2018)

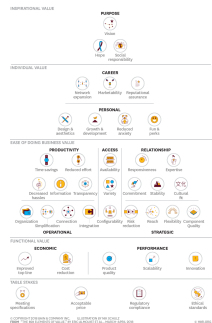


Business Model Canvas (BMC)

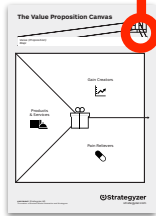
Toolset designed by
Strategyzer, NN/G Nielsen Norman Group, Bain & Company
Business Value Design Pathway illustrated
by Anuwat Churyen (2018)



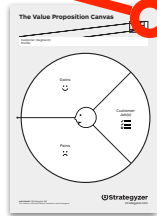
B2C



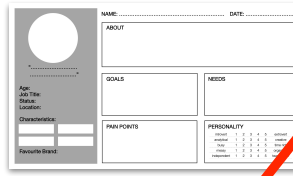
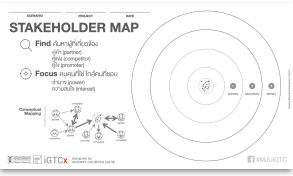
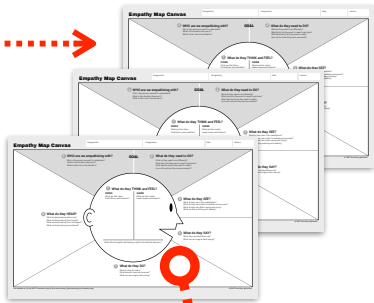
B2B



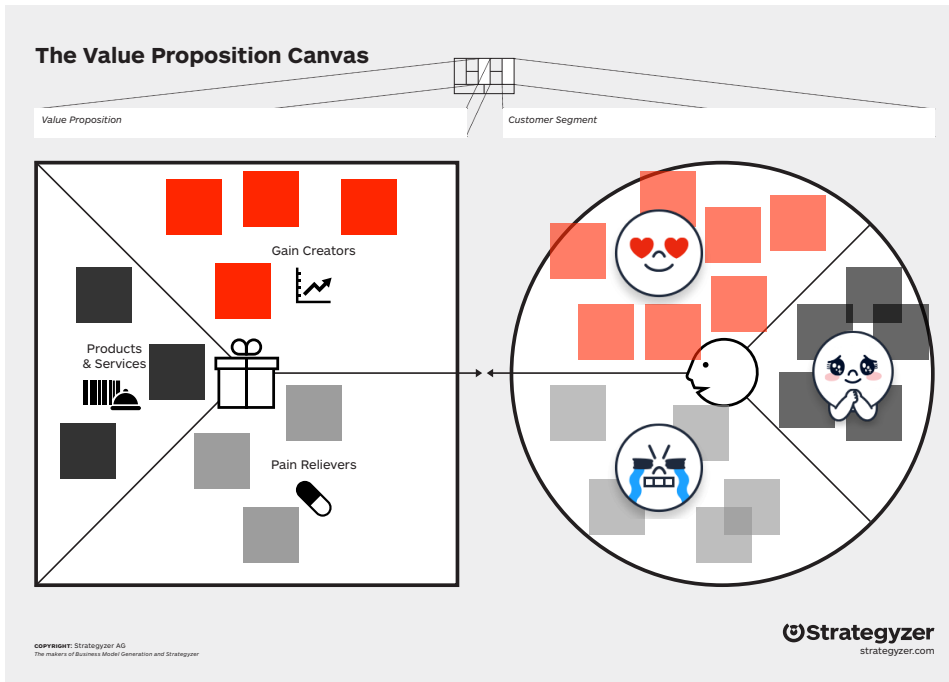
Value Map



Customer Profile



Business Value Design Pathway



Source: strategyzer.com/vpd

illustrated by
ANUWAT CHURYEN (2018)

Ad-Lib Value Proposition Template

Ad-libs are a great way to quickly shape alternative directions for your value proposition. They force you to pinpoint how exactly you are going to creating value. Prototype three to five different directions by filling out the blanks in the ad-lib below.

OBJECTIVE
Quickly shape potential value proposition directions

OUTCOME
Alternative prototypes in the form of "pitchable" sentences

Our Products and Services

help(s) Customer Segment

who want to

jobs to be done

by verb (e.g., reducing, avoiding) and a customer pain

and verb (e.g., increasing, enabling) and a customer gain

(unlike competing value proposition **)**

Copyright Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

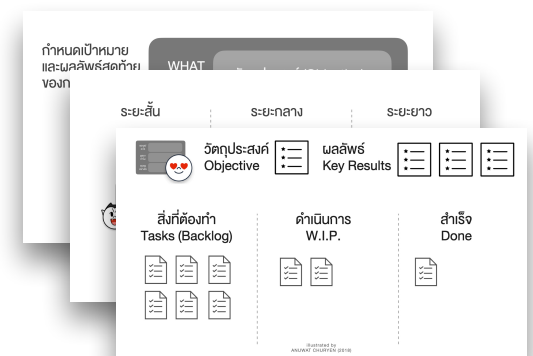
Strategyzer
www.strategyzer.com/vpd

Workshop Playbook / Method Card

Strategic Roadmap

Paper Size A4 | Colour Printing

- 1 รู้จักเรา เข้าใจตัวตน
- 2 คิดค้น “สู่อุทยานคต”
- 3 เข้าใจ “ลูกค้า” มองหา “โอกาส”
- 4 วาดแผนภาพการเปลี่ยนแปลง



กำหนดเป้าหมาย และผลลัพธ์สุดท้าย ของการพัฒนา

WHAT
อะไร

วัตถุประสงค์ (Objective)

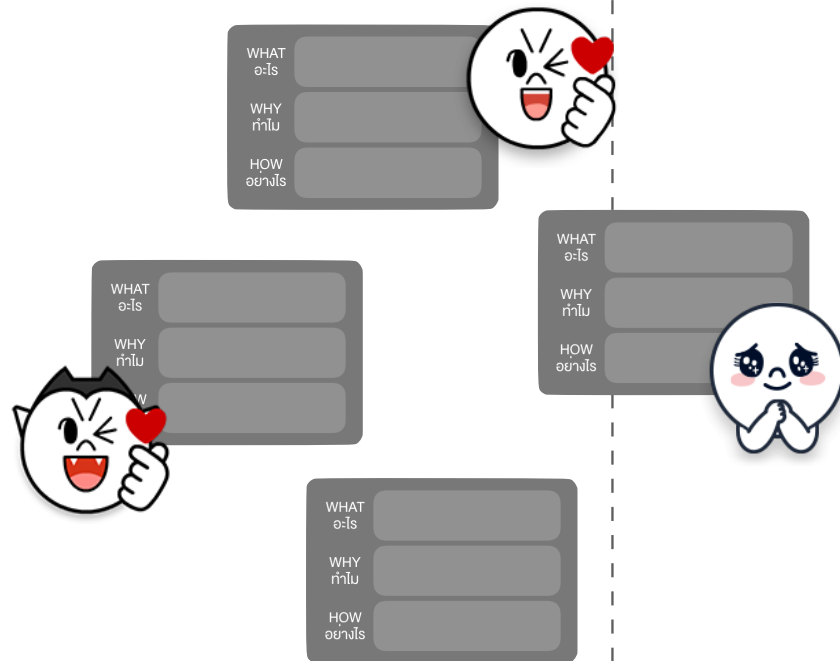
WHY
ทำไม

เป้าหมาย (Purpose)

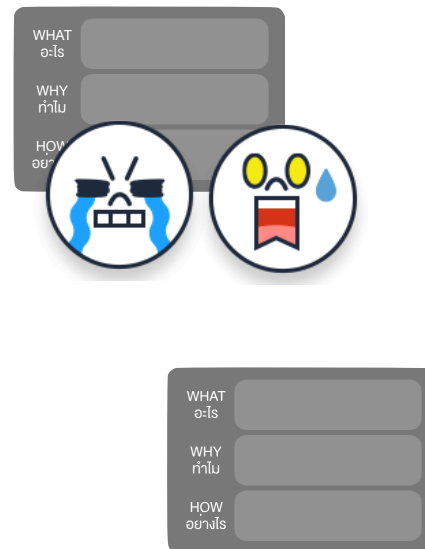
HOW
อย่างไร

ผลลัพธ์สุดท้าย (Key Results)

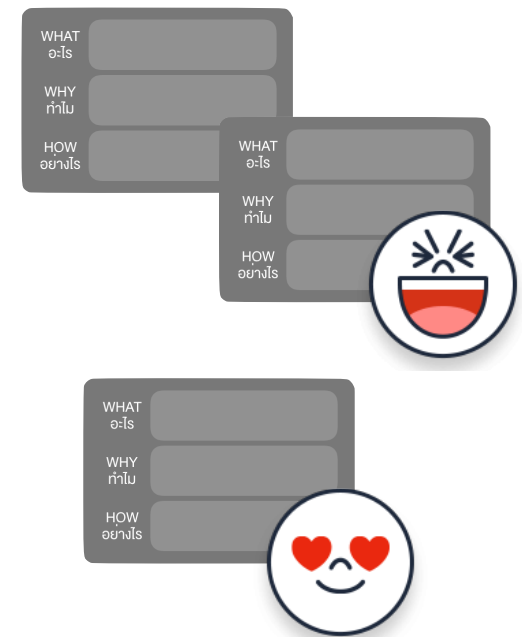
ระยะสั้น

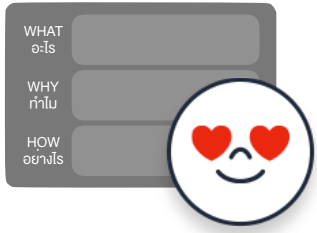


ระยะกลาง

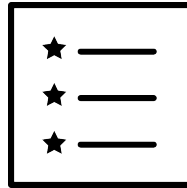


ระยะยาว

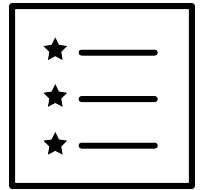
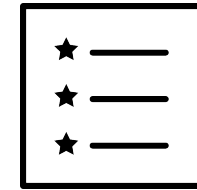
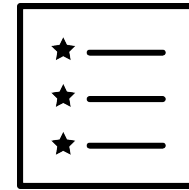




วัตถุประสงค์
Objective



ผลลัพธ์
Key Results



สิ่งที่ต้องทำ
Tasks (Backlog)



ดำเนินการ
W.I.P.



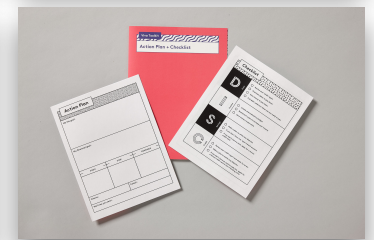
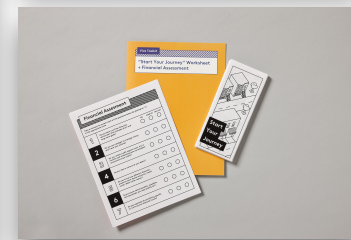
สำเร็จ
Done



Workshop Playbook / Reference

Playbook Package

Reference: Viva Toolkit by IDEO



 #MJUiGTC

www.mjuigtc.com

facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)