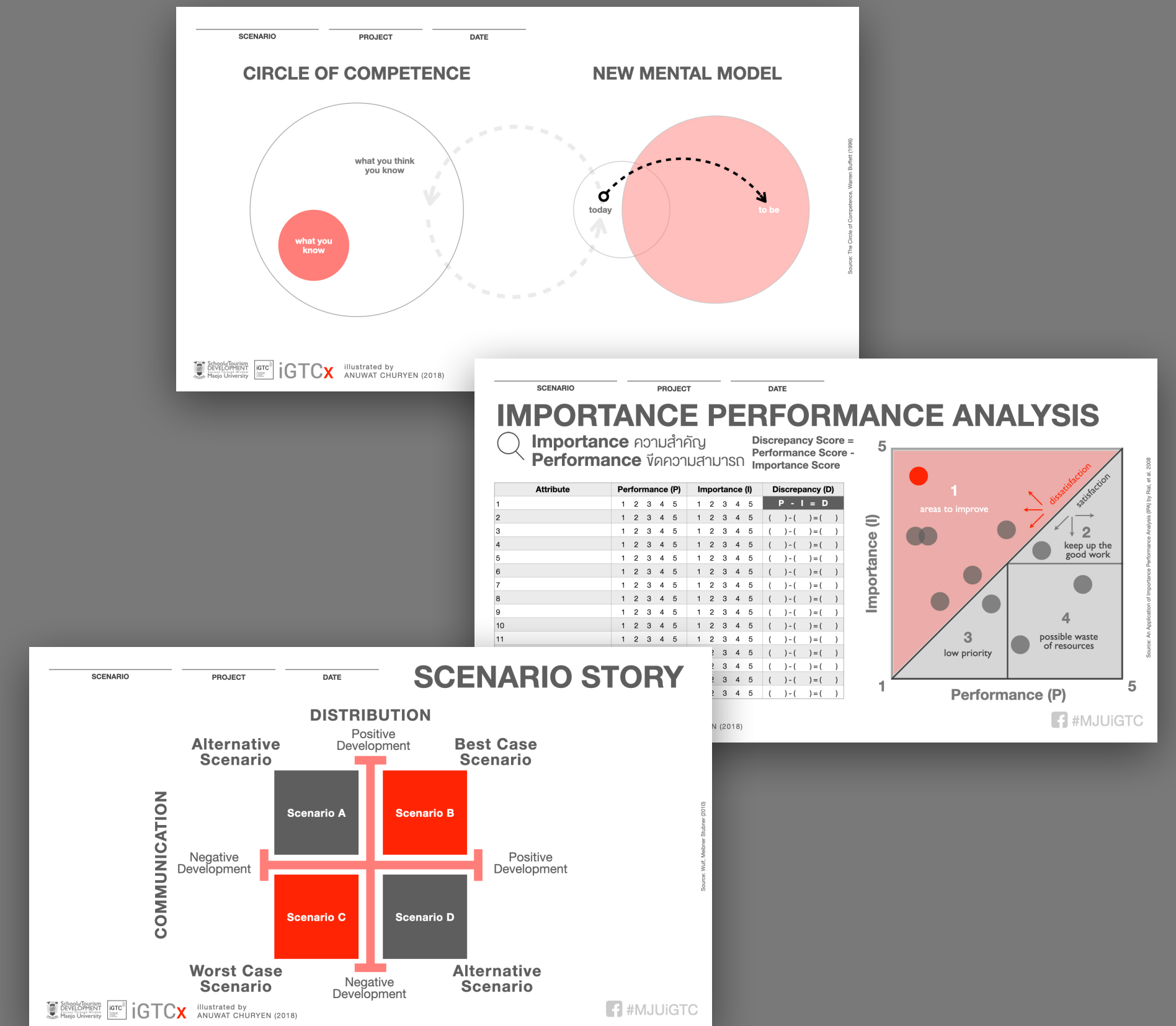


Co Created by iGTC CoLAB x Service Innovation Academy
School of Tourism Development, Maejo University

WORKSHOP PLAYBOOK METHOD CARD #BC1



facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)



Workshop Playbook / Method Card

Contextual Research

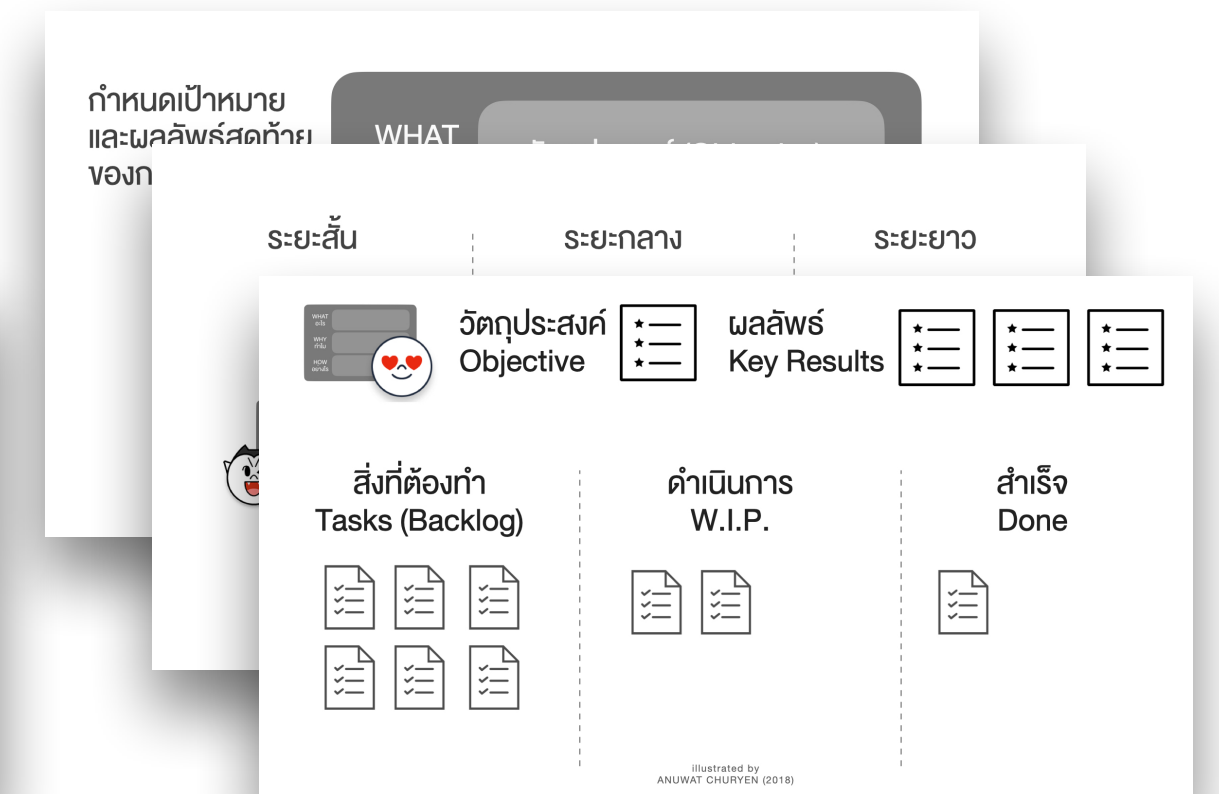
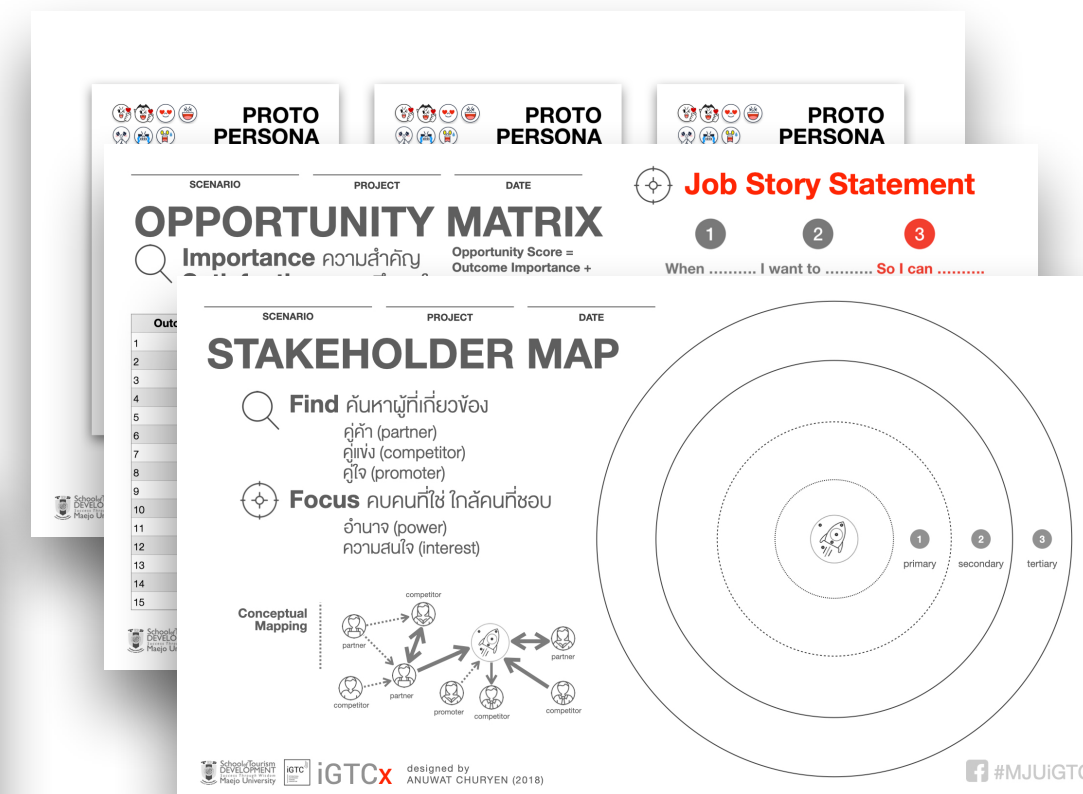
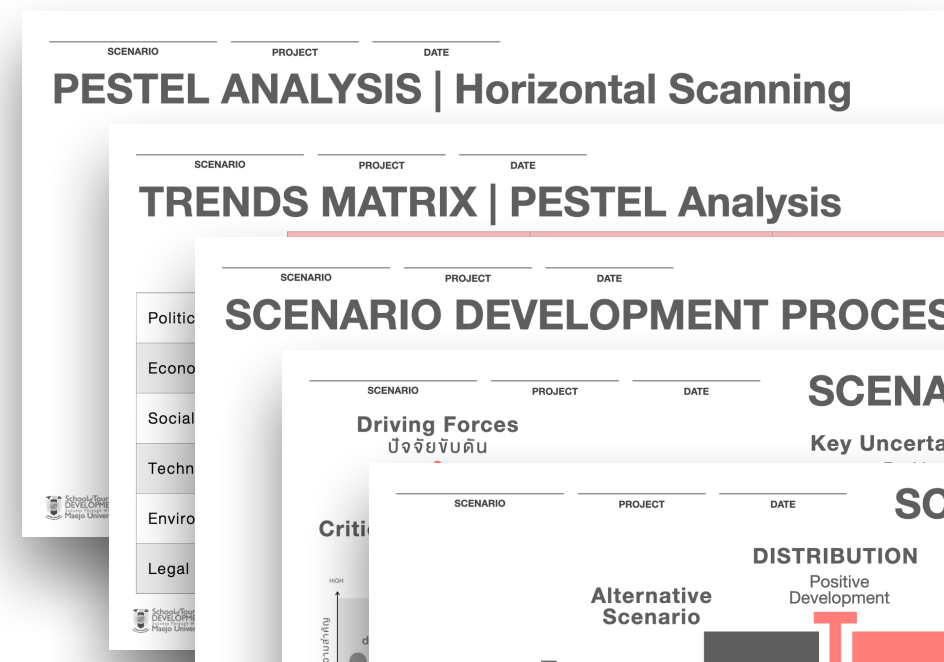
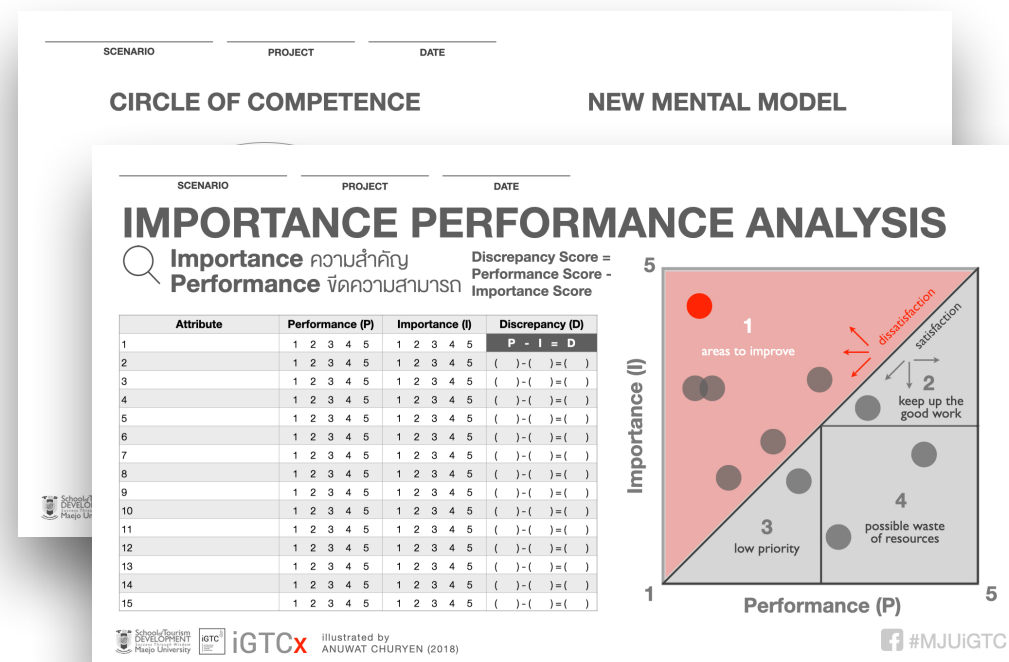
Paper Size A4 | Colour Printing

1 รู้จักเรา เข้าใจตัวตน

2 คิดค้น “สู่ออนาคต”

3 เข้าใจ “ลูกค้า” มองหา “โอกาส”

4 วาดแผนภาพการเปลี่ยนแปลง



Workshop Playbook / Method Card

Contextual Inquiry

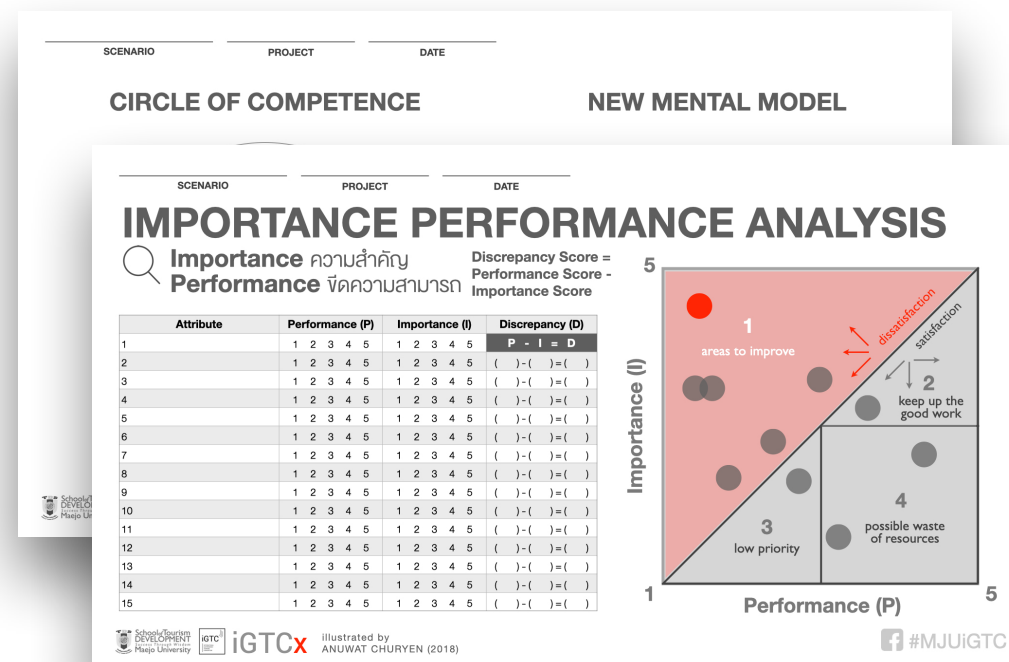
Paper Size A4 | Colour Printing

1 รู้จักเรา เข้าใจตัวตน

2 คิดค้น “สู่อนาคต”

3 เข้าใจ “ลูกค้า” มองหา “โอกาส”

4 วาดแผนภาพการเปลี่ยนแปลง

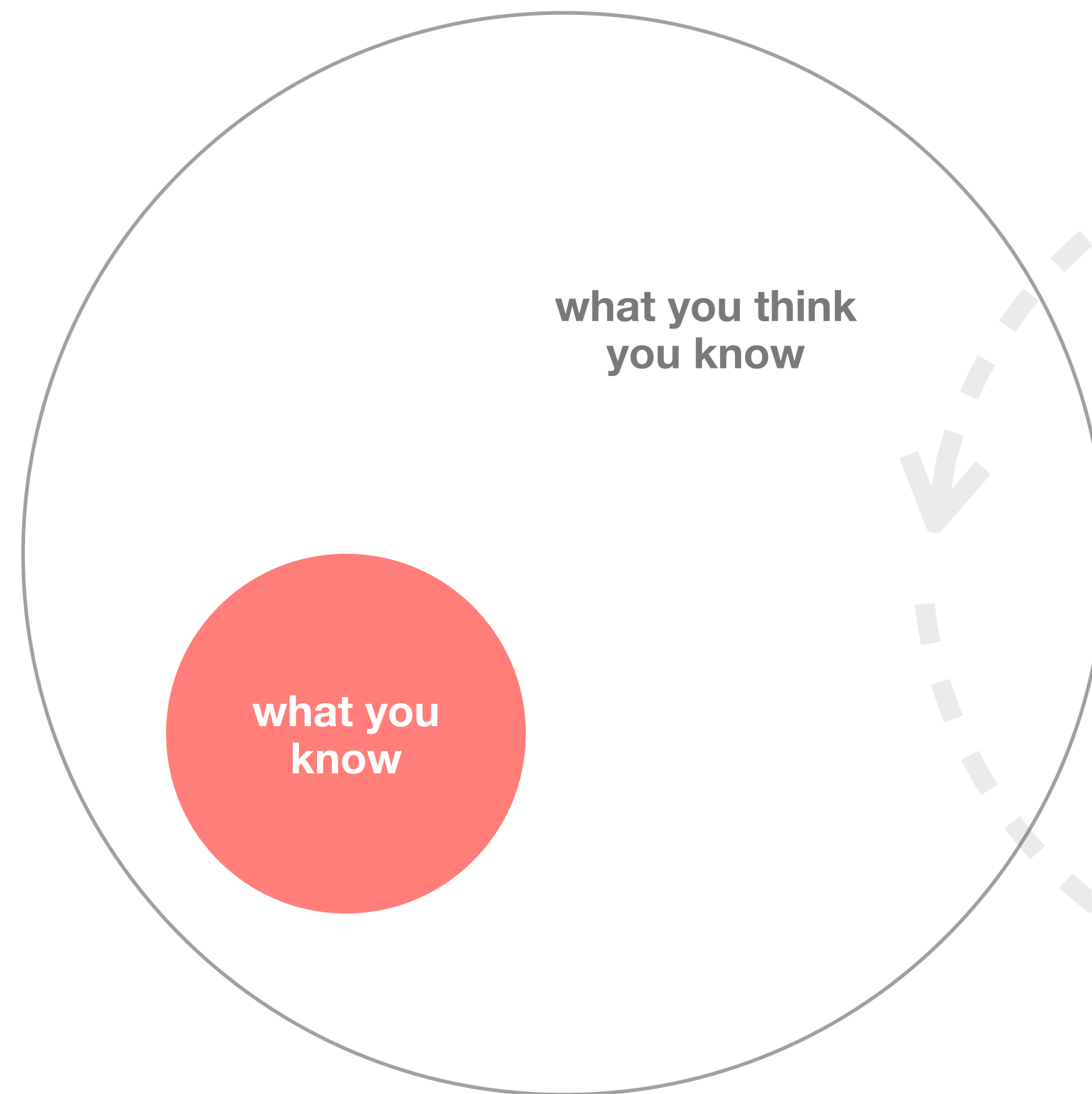


SCENARIO

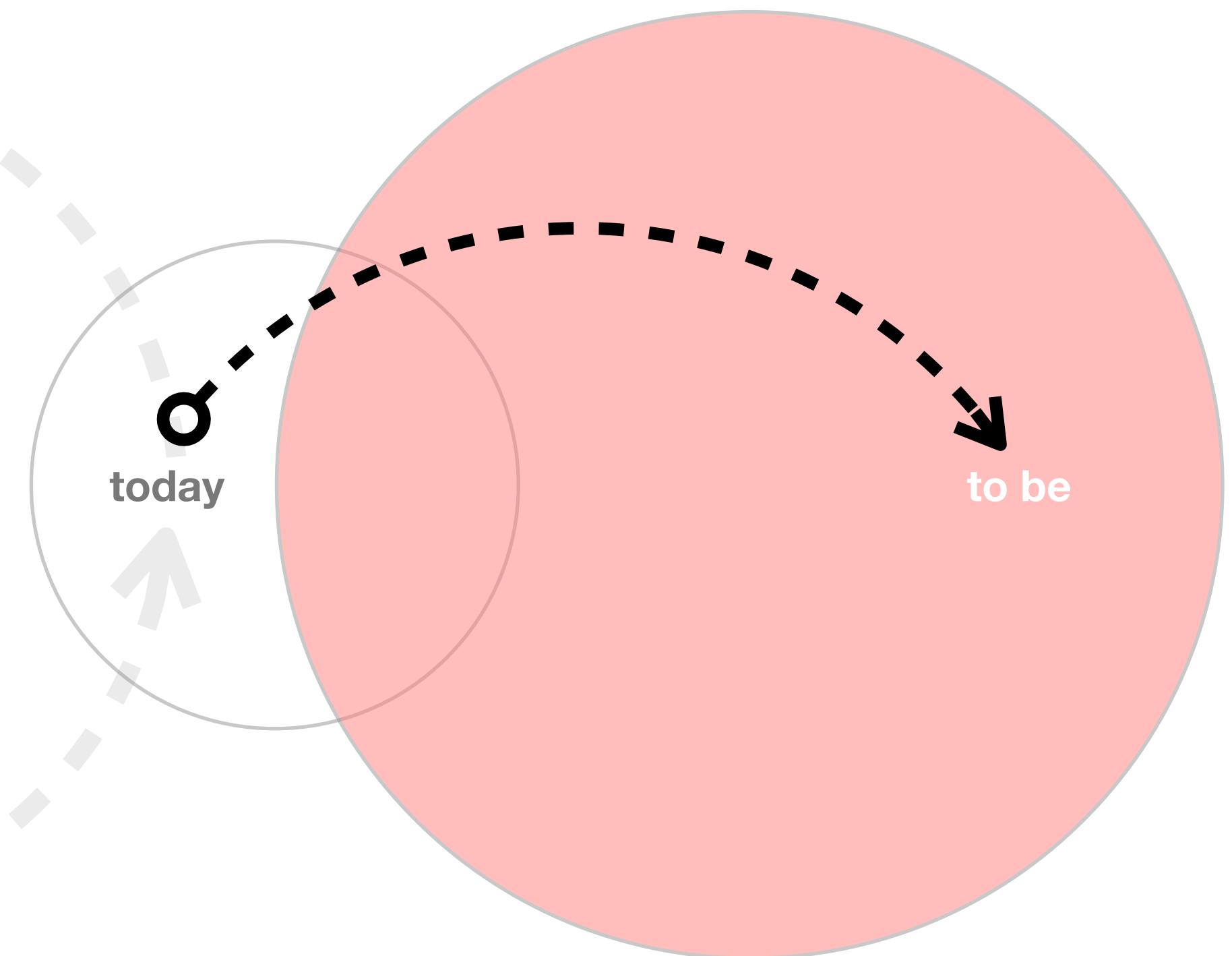
PROJECT

DATE

CIRCLE OF COMPETENCE



NEW MENTAL MODEL



Source: The Circle of Competence, Warren Buffett (1996)

SCENARIO

PROJECT

DATE

IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

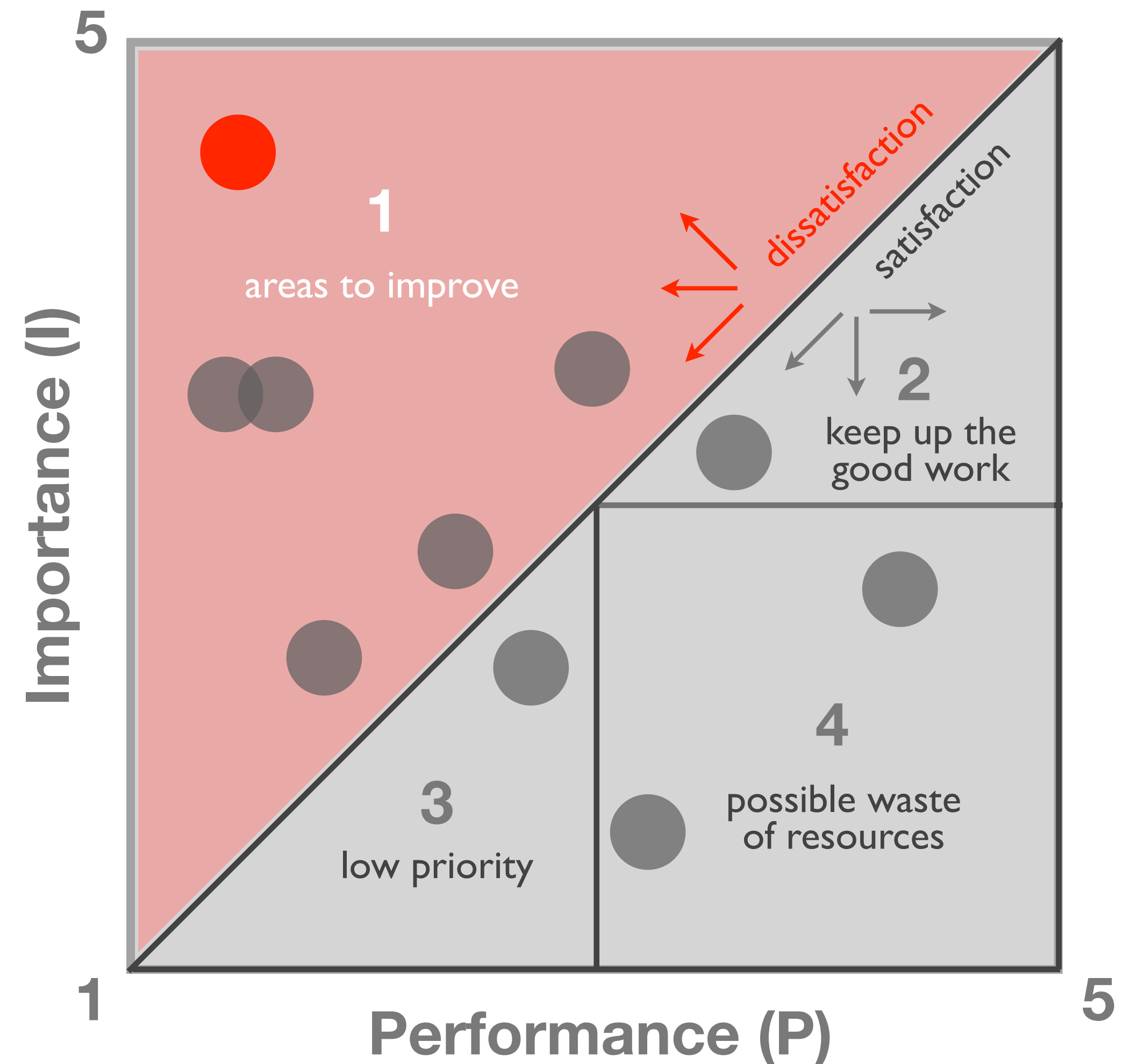


Importance ความสำคัญ

Performance วัดความสามารถ

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	() - () = ()



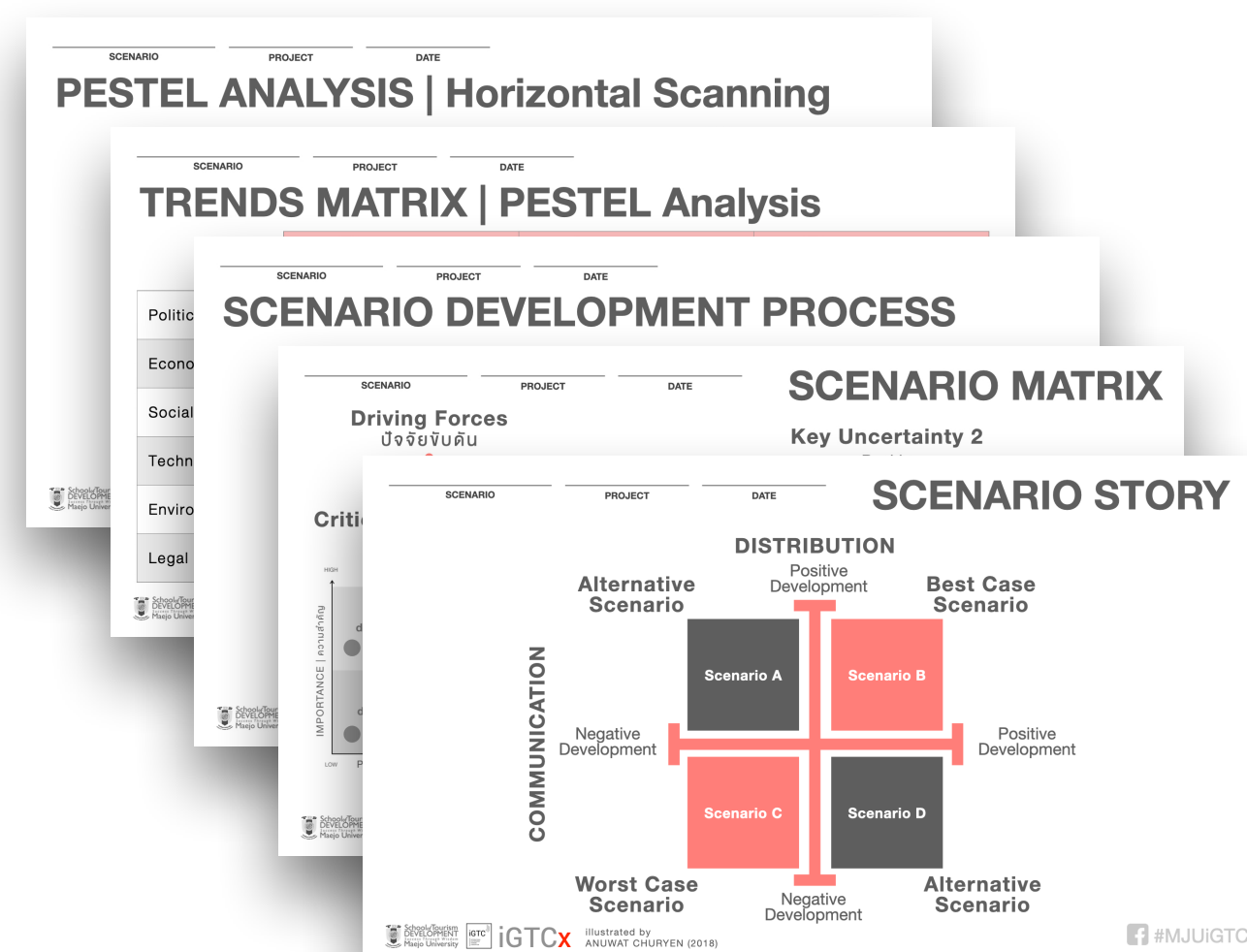
Source: An Application of Importance Performance Analysis (IPA) by Rial, et al. 2008

Workshop Playbook / Method Card

Scenario Development

Paper Size A4 | Colour Printing

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



SCENARIO

PROJECT

DATE

PESTEL ANALYSIS | Horizontal Scanning



P - Political

ปัจจัยด้านนโยบาย
การเมือง การปกครอง
กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ



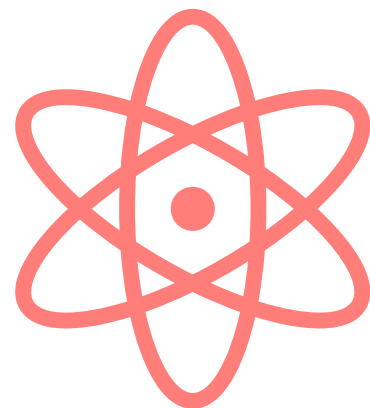
E - Economic

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเงิน
อัตราแลกเปลี่ยน อัตราเงินเฟ้อ
การจ้างงาน ต้นทุน การเติบโตทางเศรษฐกิจ



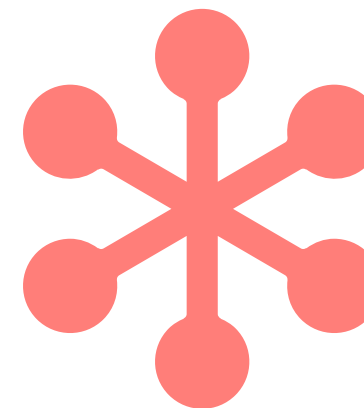
S - Social

ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม
ค่านิยม ทักษะคน ธรรมเนียม ประเพณี
พฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบการใช้ชีวิต



T - Technological

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม
การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี
การเข้าถึง กระจายตัว และการยอมรับ



E - Environmental

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
ภัยพิบัติธรรมชาติ สภาพภูมิอากาศ
ลักษณะทางธรรมชาติ ลักษณะทางภูมิศาสตร์



L - Legal

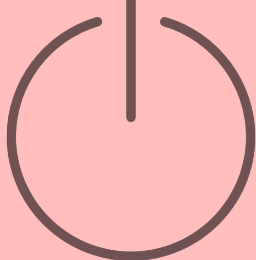
ปัจจัยด้านกฎหมาย
ระเบียบ กฎ ข้อจำกัด ข้อบังคับ
ข้อตกลง เงื่อนไข แผนที่สิทธิบัตร

SCENARIO

PROJECT

DATE

TRENDS MATRIX | PESTEL Analysis

	 Formerly	 Currently	 Emerging
Political			
Economic			
Social			
Technological			
Environmental			
Legal			

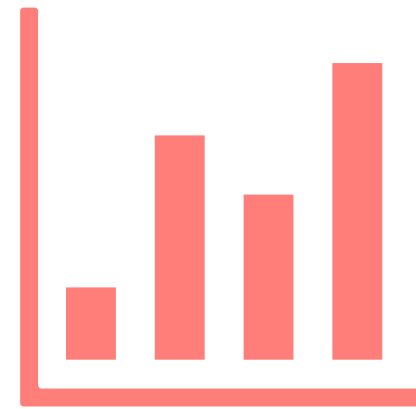
Source: Trends Matrix by Vijay Kumar, 2013

SCENARIO

PROJECT

DATE

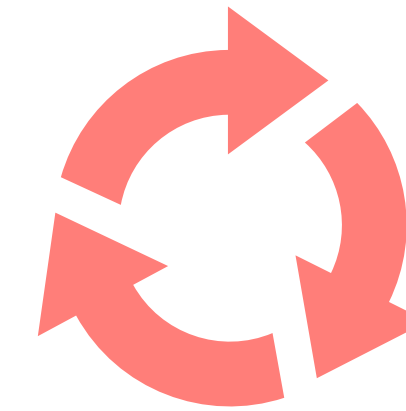
SCENARIO DEVELOPMENT PROCESS



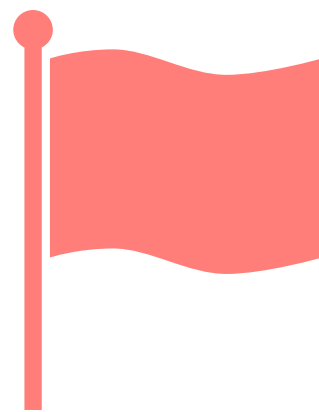
1. Framing The Futures



2. Driving Forces & Linkage



3. Critical Uncertainties



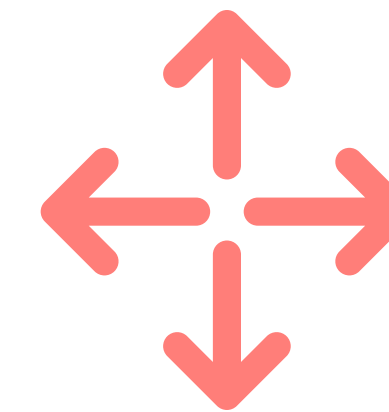
4. Indications & Signposts



5. Implications & Options



6. Scenario Stories



7. Scenario Matrix

SCENARIO

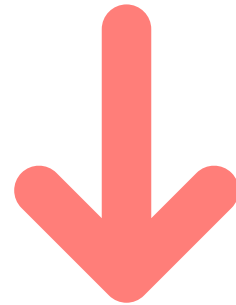
PROJECT

DATE

SCENARIO MATRIX

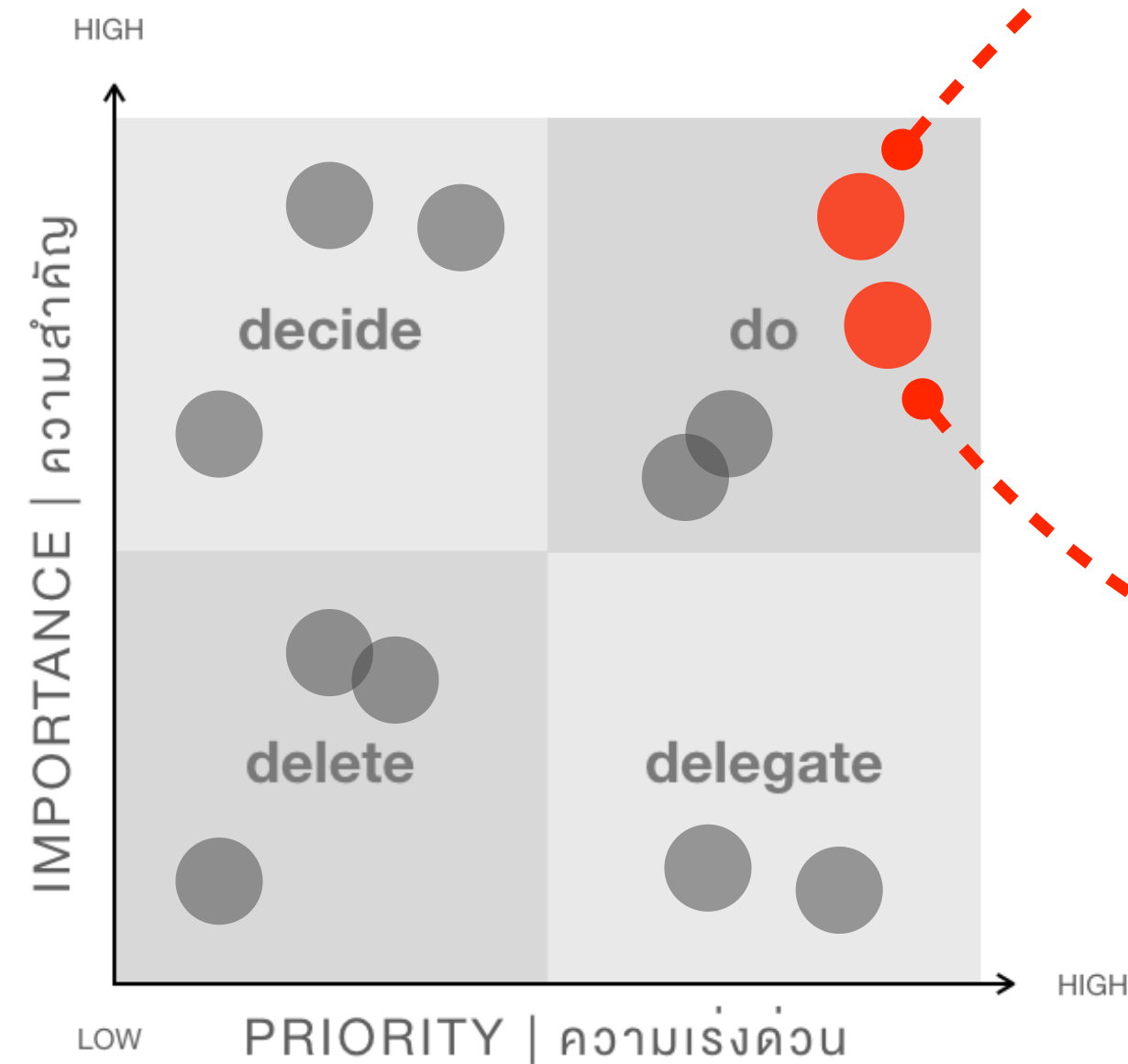
Driving Forces

ปัจจัยขับเคลื่อน



Critical Uncertainties

ปัจจัยพลิกผัน



Key Uncertainty 1

Key Uncertainty 2

Positive Development

Scenario A

Scenario B

Scenario C

Scenario D

Positive Development

Negative Development

Negative Development

SCENARIO

PROJECT

DATE

SCENARIO STORY

DISTRIBUTION

COMMUNICATION

Alternative
Scenario

Positive
Development

Best Case
Scenario

Scenario A

Scenario B

Negative
Development

Positive
Development

Scenario C

Scenario D

Worst Case
Scenario

Negative
Development

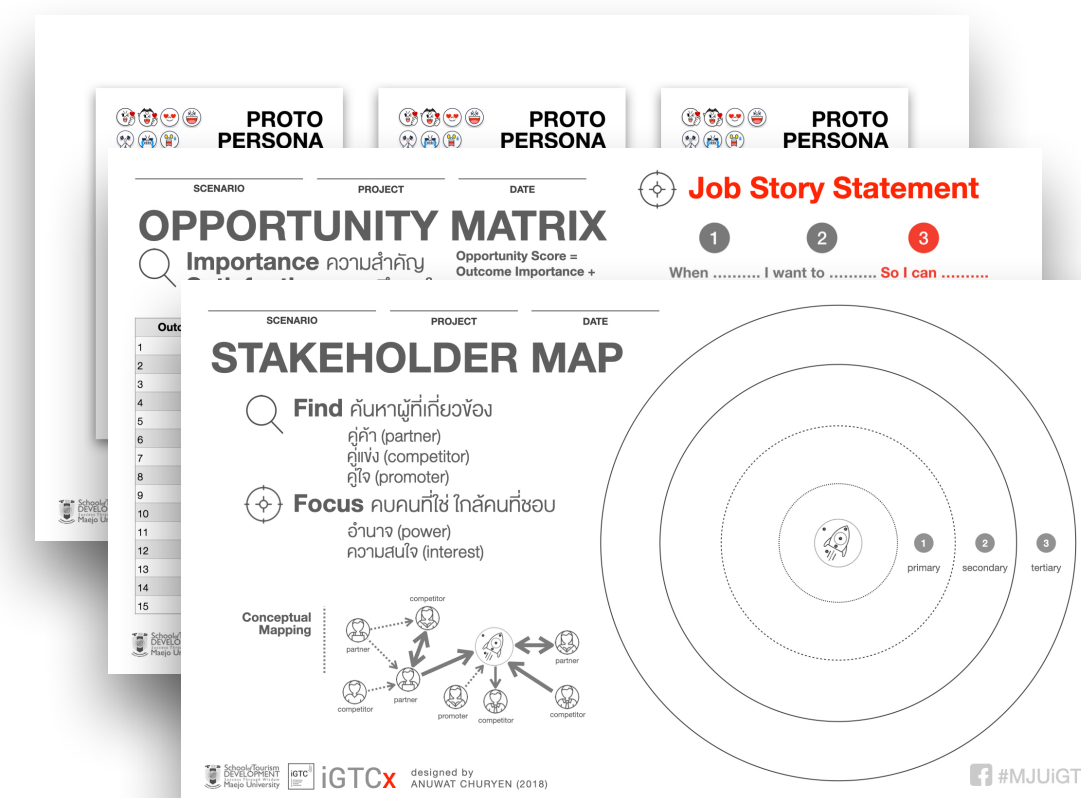
Alternative
Scenario

Workshop Playbook / Method Card

User Research

Paper Size A4 | Colour Printing

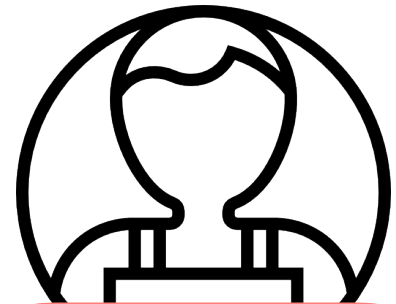
- 1 รู้จักเรา เข้าใจตัวตน
- 2 คิดค้น “สู่อนาคต”
- 3 เข้าใจ “ลูกค้า” มองหา “โอกาส”
- 4 วาดแผนภาพการเปลี่ยนแปลง





PROTO PERSONA

NAME



INNOVATOR

BEHAVIOURS

DEMOGRAPHICS

NEED/GOALS

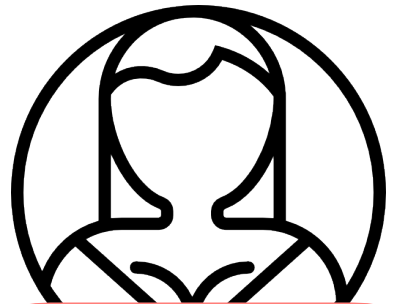


@mjuigtc
www.mjuigtc.com



PROTO PERSONA

NAME



EARLY ADOPTER

BEHAVIOURS

DEMOGRAPHICS

NEED/GOALS

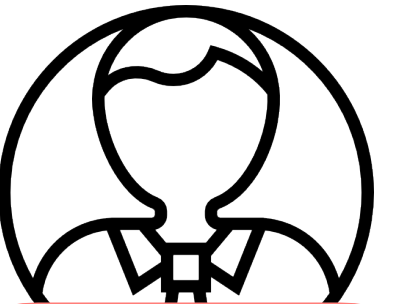


@mjuigtc
www.mjuigtc.com



PROTO PERSONA

NAME



FUTURE USER

BEHAVIOURS

DEMOGRAPHICS

NEED/GOALS



@mjuigtc
www.mjuigtc.com

SCENARIO

PROJECT

DATE

Importance

Satisfaction

ความสำคัญ

ความพึงพอใจ

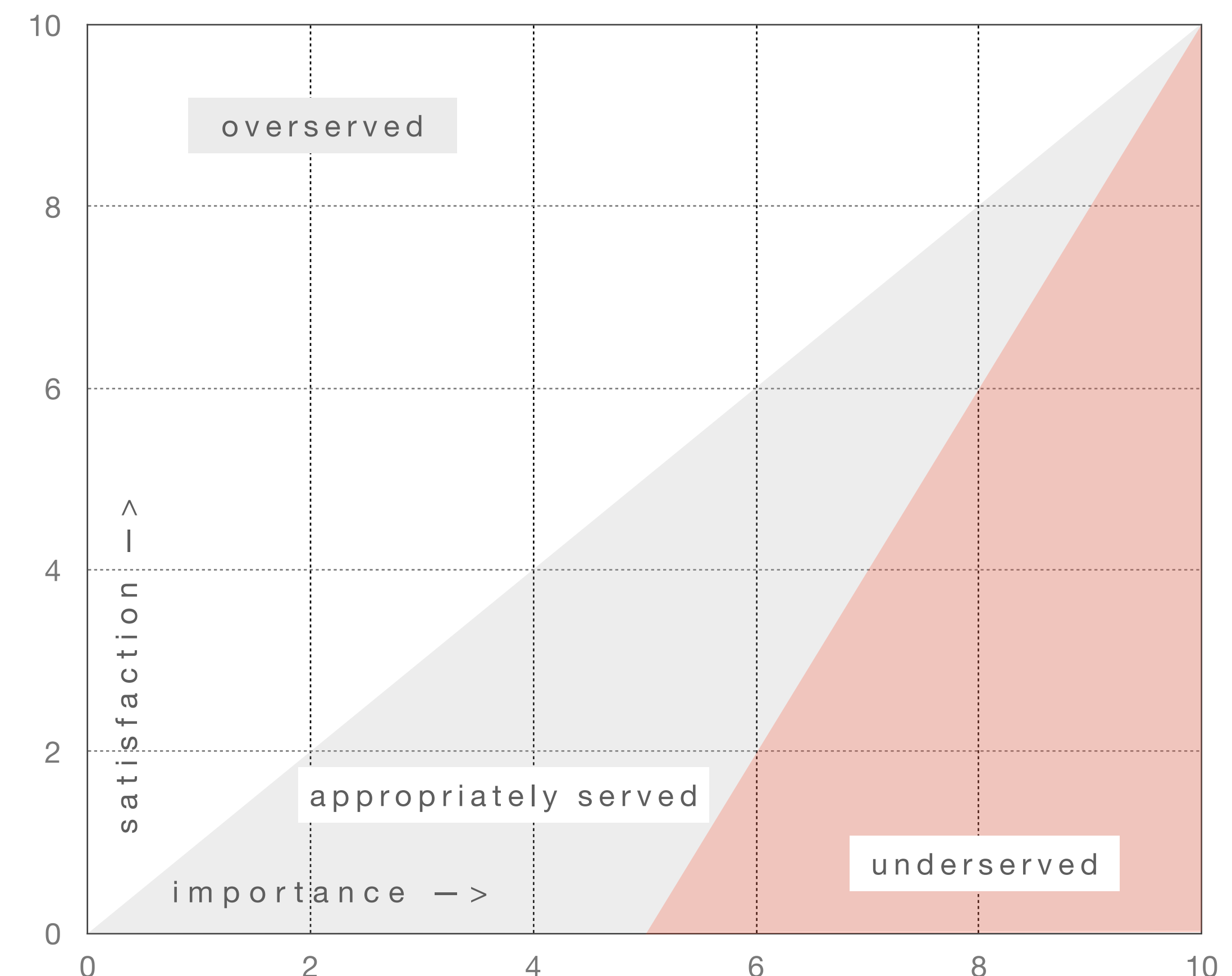
Opportunity Score =

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			



SCENARIO

PROJECT

DATE

STAKEHOLDER MAP

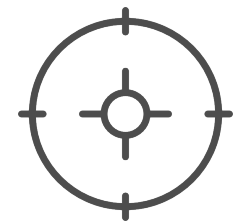


Find ค้นหาผู้ที่เกี่ยวข้อง

คู่ค้า (partner)

คู่แข่ง (competitor)

คู่ใจ (promoter)

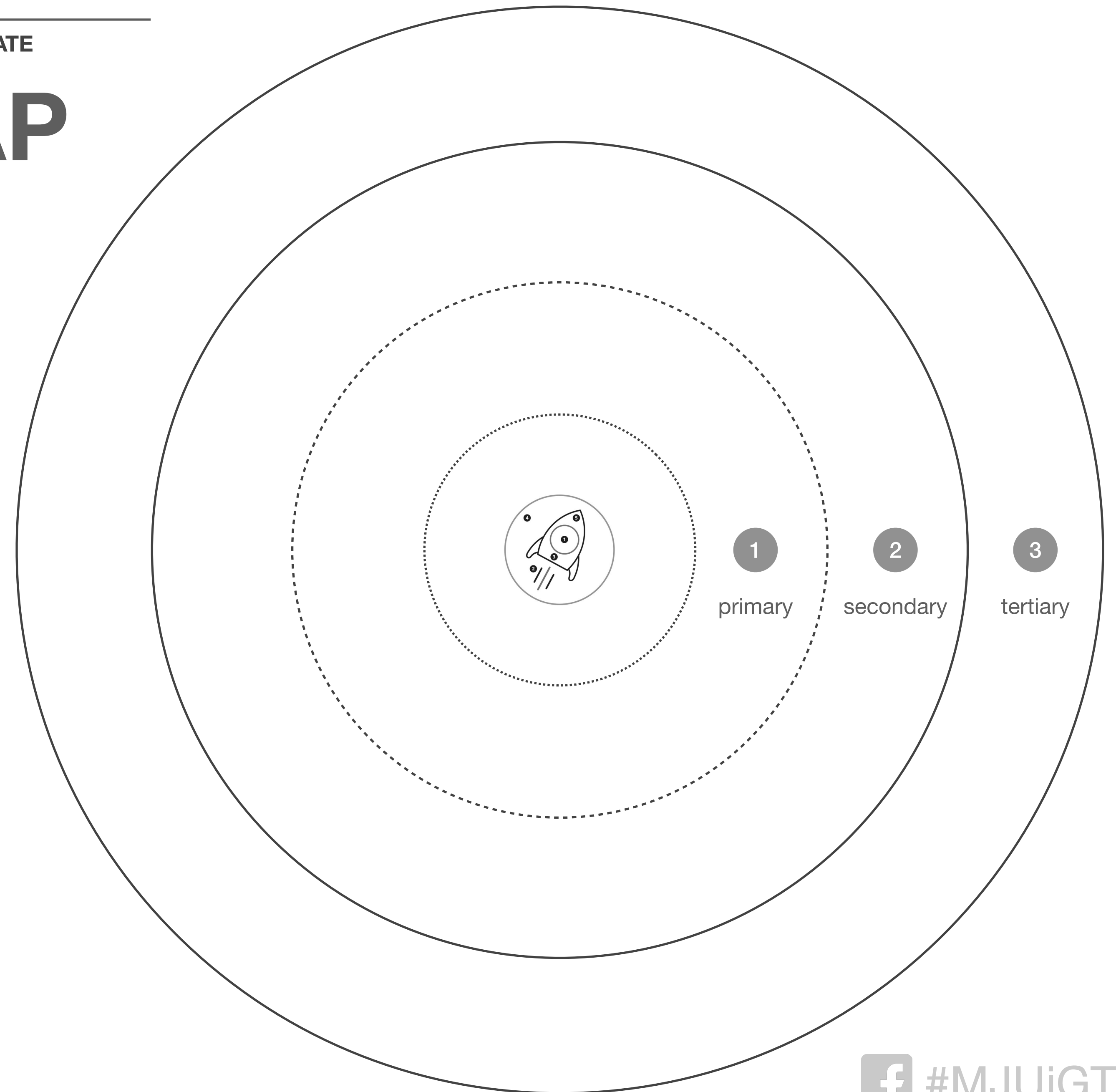
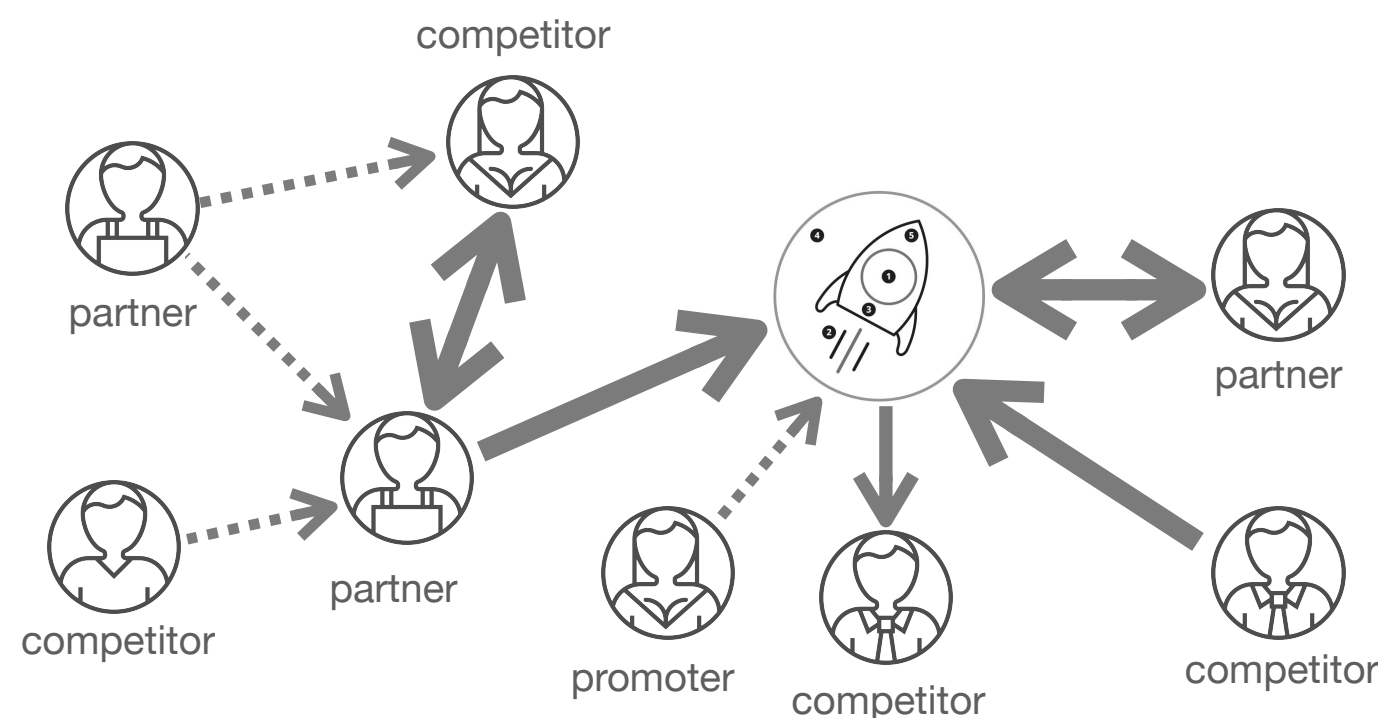


Focus คบคนที่ใช้ ไกล่คนที่ชอบ

อำนาจ (power)

ความสนใจ (interest)

Conceptual
Mapping



Source: Moonshot Canvas by Futur/io



PROTO
PERSONA

NAME

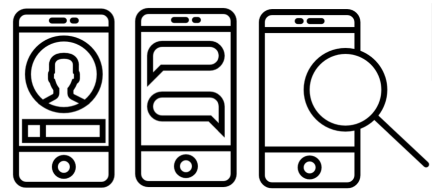
BEHAVIOURS

DEMOGRAPHICS

NEED/GOALS



@mjuigtc
www.mjuigtc.com



NARRATIVE
INQUIRY

USER STORY

KEY INSIGHTS

INSIGHTS

INSIGHTS

INSIGHTS

INSIGHTS

FUTURE CONTEXT

USER SCENARIO

SCENARIO

SCENARIO

SCENARIO

SCENARIO



@mjuigtc
www.mjuigtc.com

@mjuigtc
www.mjuigtc.com

@mjuigtc
www.mjuigtc.com

@mjuigtc
www.mjuigtc.com

@mjuigtc
www.mjuigtc.com

@mjuigtc
www.mjuigtc.com

x1 Narrative

Workshop Playbook / Meta Card

Narrative Inquiry

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

x6



x6



x6



The diagram is a mind map centered on a circle labeled "Persona". Five branches radiate from the center, each labeled "User Story 1" through "User Story 5". Each branch contains a "Key Insight" bubble (highlighted with a red outline) and a list of "Job Story" boxes. The "Key Insight" bubbles are connected to the "Job Story" boxes by red lines, indicating a relationship between the insights and the specific job stories. The "Job Story" boxes are arranged in a vertical column on the right side of each branch.

```

graph LR
    Persona((Persona)) --- US1[User Story 1]
    Persona --- US2[User Story 2]
    Persona --- US3[User Story 3]
    Persona --- US4[User Story 4]
    Persona --- US5[User Story 5]
    
    US1 --- KI1(Key Insight)
    KI1 --- JS1_1[Job Story]
    KI1 --- JS1_2[Job Story]
    KI1 --- JS1_3[Job Story]
    KI1 --- JS1_4[Job Story]
    KI1 --- JS1_5[Job Story]
    
    US2 --- KI2(Key Insight)
    KI2 --- JS2_1[Job Story]
    KI2 --- JS2_2[Job Story]
    KI2 --- JS2_3[Job Story]
    KI2 --- JS2_4[Job Story]
    KI2 --- JS2_5[Job Story]
    
    US3 --- KI3(Key Insight)
    KI3 --- JS3_1[Job Story]
    KI3 --- JS3_2[Job Story]
    KI3 --- JS3_3[Job Story]
    KI3 --- JS3_4[Job Story]
    KI3 --- JS3_5[Job Story]
    
    US4 --- KI4(Key Insight)
    KI4 --- JS4_1[Job Story]
    KI4 --- JS4_2[Job Story]
    KI4 --- JS4_3[Job Story]
    KI4 --- JS4_4[Job Story]
    KI4 --- JS4_5[Job Story]
    
    US5 --- KI5(Key Insight)
    KI5 --- JS5_1[Job Story]
    KI5 --- JS5_2[Job Story]
    KI5 --- JS5_3[Job Story]
    KI5 --- JS5_4[Job Story]
    KI5 --- JS5_5[Job Story]
  
```

x1 Narrative

x3

x5

บทเรียน (SCENARIO) ปัญหา (PROBLEM) ผลลัพธ์ (SOLUTION)

เรื่องผู้ใช้ (User Story)

ในฐานะ: (As a) ระบุ บุคคล/หน่วยงาน กลุ่มผู้เกี่ยวข้อง กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้สืบ

ต้องการ: (I want) *(type of user / persona / role)*

เพื่อให้: (so that) บรรลุตาม พฤติกรรม กระแส/การ กระแส/ผลงาน *(action)*

เพื่อ: (so that) อธิบายภาพและโครงสร้าง รายละเอียด รายละเอียด รายละเอียด *(outcome)*

 IGTCS INSTITUTE FOR
GLOBAL TRAINING CENTER (2018)

 #myjiguit

The diagram illustrates the 5W1H framework for problem-solving, structured as follows:

- Top Row (Context):**
 - Background (Background)
 - Source (Source)
 - Goal (Goal)
- Central Framework:**
 - Who (As a):** Represented by a person icon. It leads to **Persona (As a)**, which includes *(person, character, role)*.
 - What (What):** Represented by a magnifying glass icon. It leads to **Activity (action, situation)**.
 - Why (Because):** Represented by a question mark icon. It leads to **Reason (aim, need, outcome)**.
 - How (But):** Represented by a person icon. It leads to **Obstacle (restriction, obstacle, friction)**.
- Bottom Row (Outcome):**
 - Impact (Impact)
 - Result (Result)
 - Feedback (Feedback)

Arrows indicate the flow from the central framework to the bottom row, and from the bottom row back to the top row, forming a continuous cycle.

name (ชื่อ)	name (project)	url (งาน)
ความต้องการ “จากข้อไป” (Job Story) เมื่อ... (When) (situation / context) ฉันจะ (I want to) (motivation) เพื่อที่จะ (so I can) (expected outcome)		
IGTCx powered by  INNOVATION CHALLENGE 2018  mjuigtcx		

ความต้องการหรือหลัก (Key Insight)

เพราะ (As a) เรา "อยากกิน" ผัสดูเหมือนกินผักมากมาย คุณสิริ

..... (persona, character, role)

..... (activity, action, situation)

เพราะ (because) ถึงขนาด หรือ ถึงขนาด ที่คิดถึงความแตกต่าง

..... (aim, need, outcome)

แต่ (but) แน่นอน สิ่งเดียว ที่ทุกคน ประจักษ์ชัด เห็นตรงกัน, least

..... (restriction, outcome, friction).

IGTCx Powered by INSTITUTE OF GRADUATE THAILAND (IGTCx)

@mjuigtcx

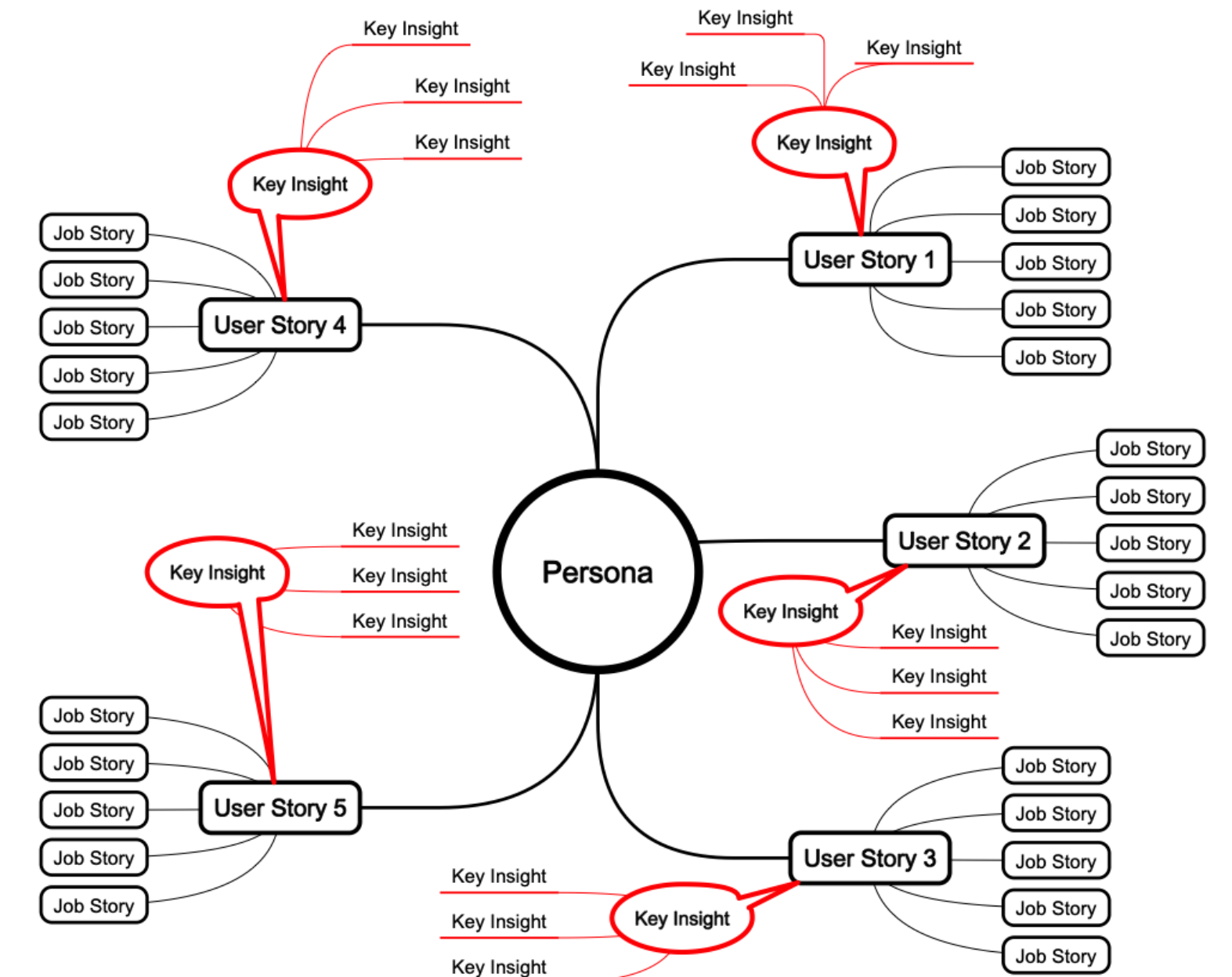
สถานะ (STATUS)	หัวข้อ (PROJECT)	ผู้ทำ (PART)
ความต้องการ “ฉากกัปกิ” (Job Story) เมื่อ... (When) (situation / context) ฉันจะ... (I want to) (motivation) เพื่อที่จะ... (so I can) (expected outcome)		
 IGTC Facilitated by ANALYST CONSULTING 2016		

Input/Topic (หัวข้อ)	Sample Product (ตัวอย่างผลิตภัณฑ์)	Unit (หน่วย)
ความต้องการหลัก (Key Insight)		
ในฐานะ (As a) ...	รูป "บุคคลิก" ที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มผู้ใช้	
.....	(person, character, role)	
.....	(activity, action, situation)	
เพราะ (because) ...	ถึงสาเหตุ หรือ สิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการ	
.....	(aim, need, outcome)	
แต่ (but) ...	นำเสนอ สิ่งขัดขวาง ปัญหา อุปสรรค ปัญหาอุปสรรค	
.....	(restriction, obstacle, friction)	

intention (intendence)	inspire (project)	out (part)
ความต้องการ “อยากทำไป” (Job Story) เมื่อ... (When) อนุบาล เริ่มเรียน ภาษาแรกๆ การจัดการเรียนรู้อย่าง ฉันจะ: (I want to) ทำความ พยายาม การสร้าง การสอนสอน ไม่อยาก เพราะ: (so I can) จะสำเร็จเร็วขึ้น และสนุกขึ้นในภาษาที่ฉันกำลังเรียน	(situation / context) (motivation)	(expected outcome)

structured economics	inspire (project)	out (part)
ความต้องการ “วาทศิลป์” (Job Story) เมื่อ... (When) ฉุกเฉิน บริษัท สถานการณ์ การจัดการการรับมือ (situation / context) ฉันจะ (I want to) ทำอะไร พบกับคน กระทำถ้า การขอข้อมูล ไม่อยาก (motivation) เพื่อที่ (so I can) แบ่งปันข้อมูลกับคนอื่นถูกใช้แลกเปลี่ยนการช่วยกันออกมา (expected outcome)		

กิจกรรม (ACTIVITIES)	เนื้อหา (SUBJECTS)	ผู้ทำ (PERSON)
ความต้องการ "อยากได้ไป" (Job Story)		
เมื่อ... (When)	อุปกรณ์ บริการ สถานการณ์ การจัดการกรณีฉุกเฉิน	
..... (situation / context)		
ฉันจะ (I want to)	หาข้อมูล พบทีมบริหาร ปรึกษาหารือ การลงมติ	
..... (motivation)		
เพื่อที่จะ (so I can)	ระบุตัวผู้เกี่ยวข้อง และปรับปรุงนโยบายภายใต้การดูแลผู้รับผิดชอบ	
..... (expected outcome)		

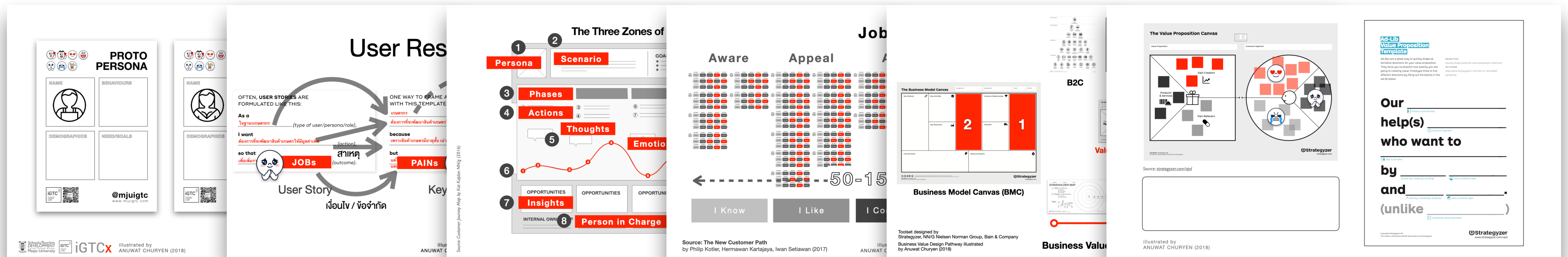


facilitated by CoLAB,
International Gastronomy
Tourism Centre (iGTC)

Workshop Playbook / Method Card

Value Proposition Design

Paper Size A4 | Colour Printing





PROTO PERSONA

NAME



INNOVATOR

BEHAVIOURS

DEMOGRAPHICS

NEED/GOALS

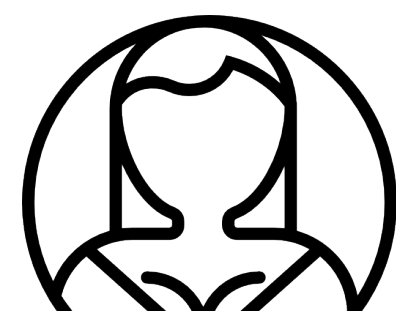


@mjuigtc
www.mjuigtc.com



PROTO PERSONA

NAME



EARLY ADOPTER

BEHAVIOURS

DEMOGRAPHICS

NEED/GOALS

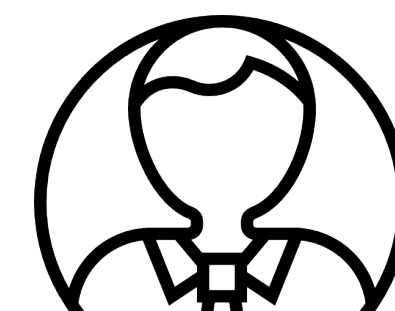


@mjuigtc
www.mjuigtc.com



PROTO PERSONA

NAME



FUTURE USER

BEHAVIOURS

DEMOGRAPHICS

NEED/GOALS



@mjuigtc
www.mjuigtc.com

User Narrative



The Three Zones of a Customer Journey Map



Job Map

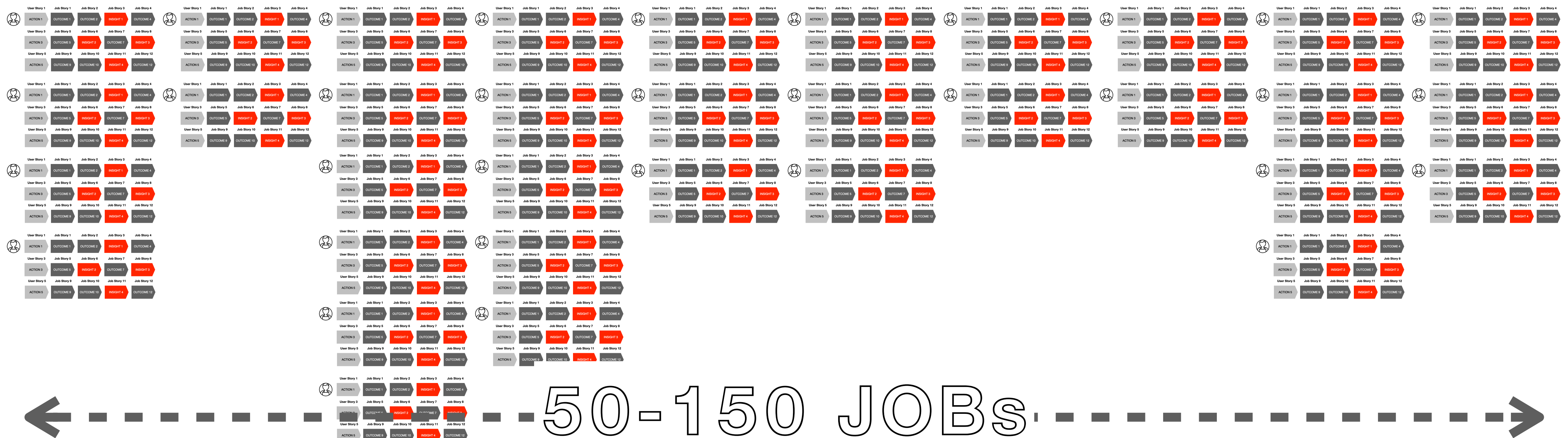
Aware

Appeal

Ask

Act

Advocate



I Know

I Like

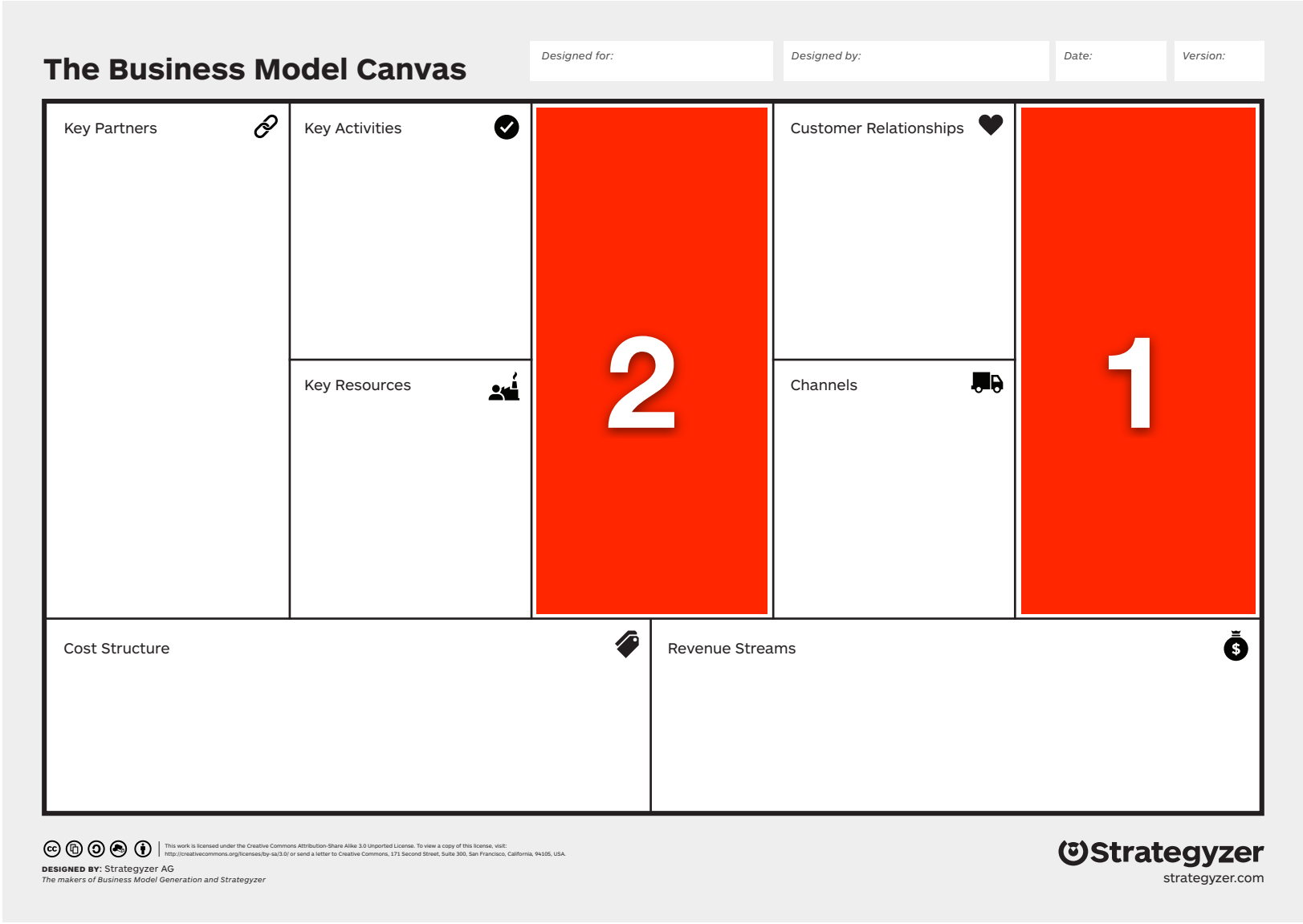
I Convinced

I'm Buying

I Recommend

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

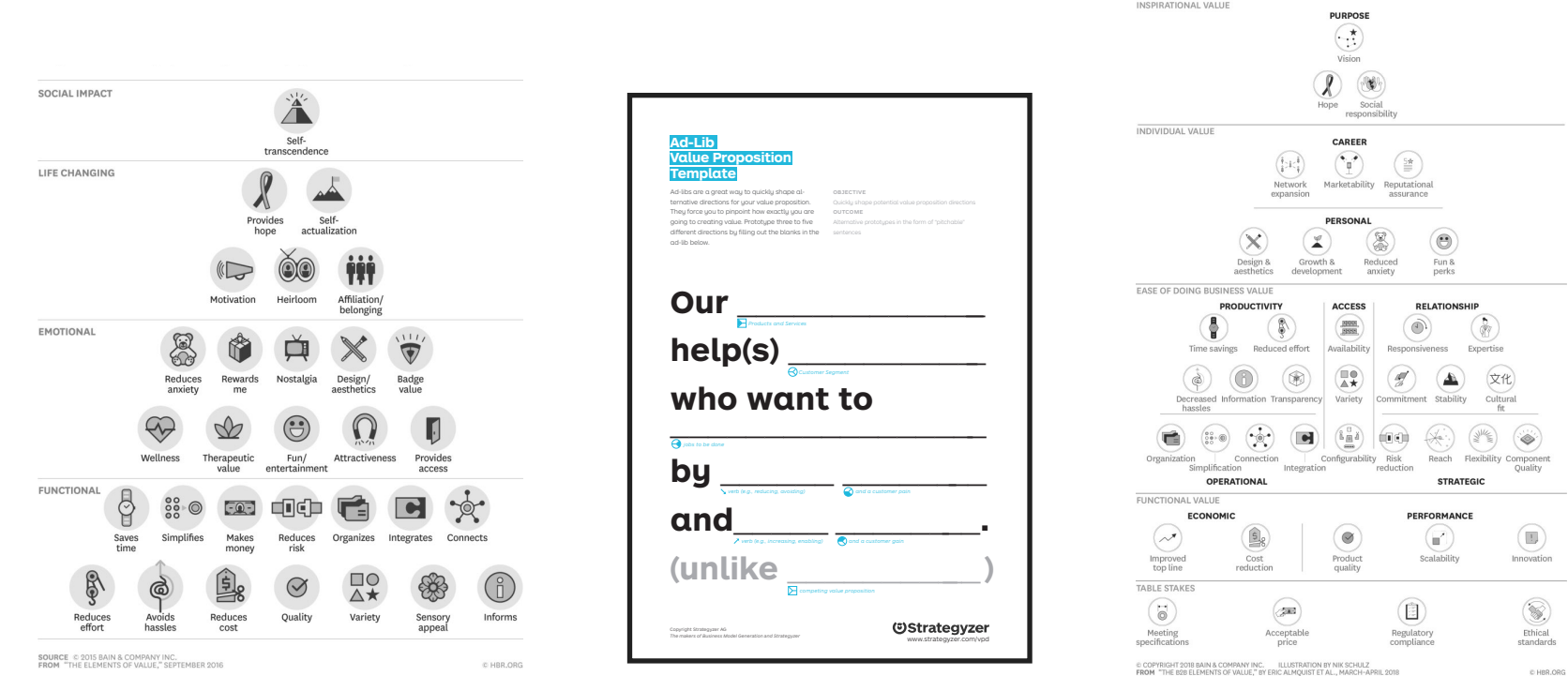
illustrated by
ANUWAT CHURYEN (2018)



Business Model Canvas (BMC)

Toolset designed by
Strategyzer, NN/G Nielsen Norman Group, Bain & Company

Business Value Design Pathway illustrated
by Anuwat Churyen (2018)

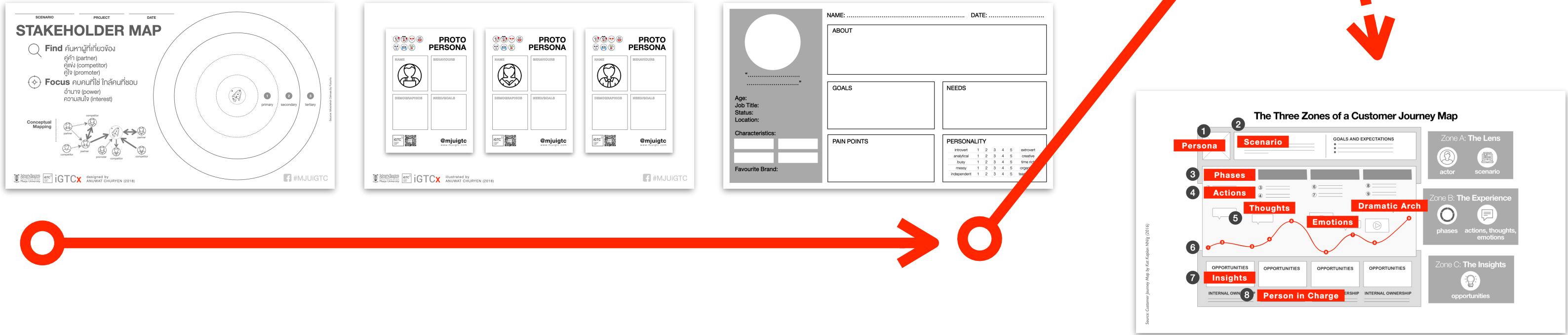


B2C

B2B

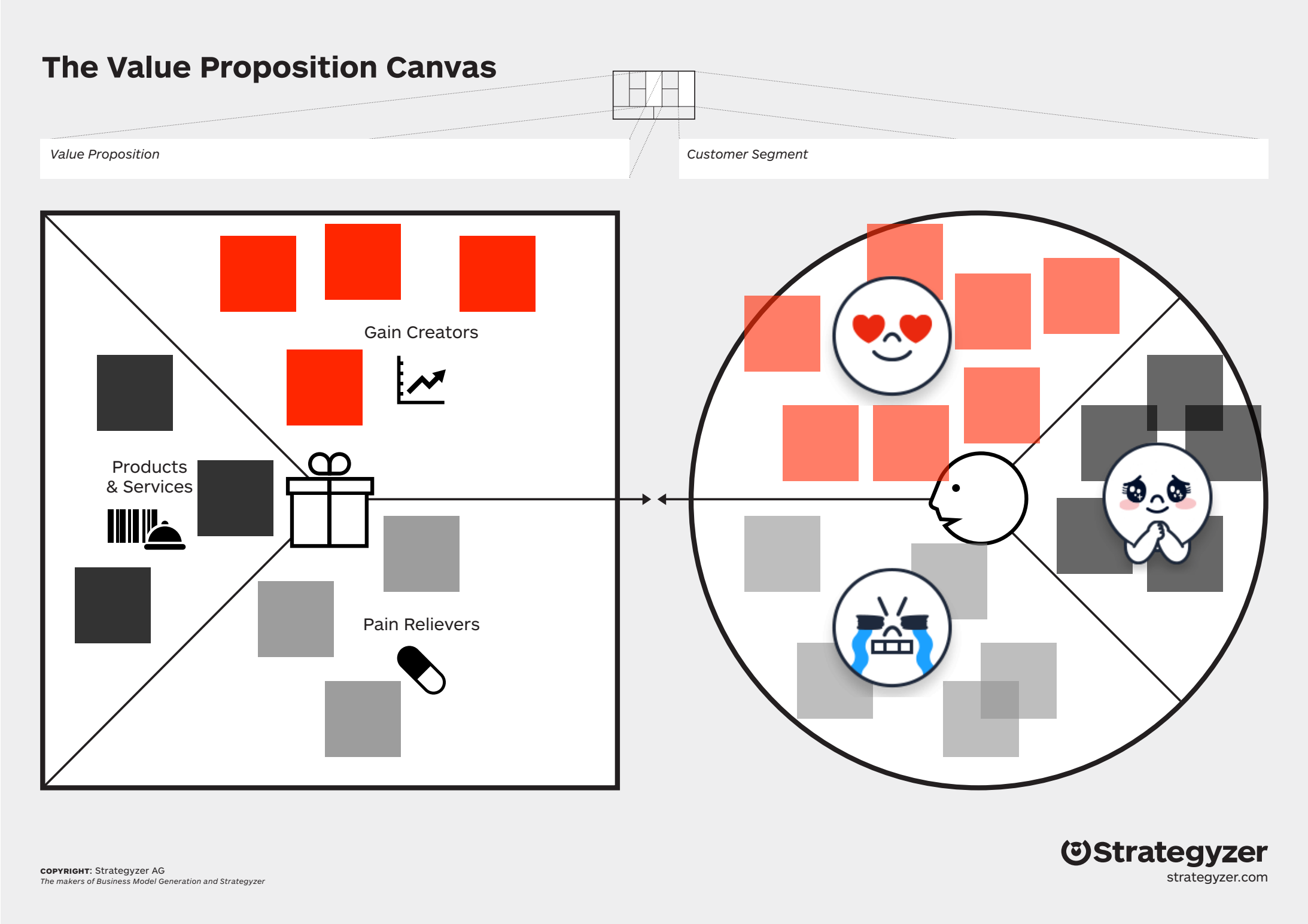
Value Map

Customer Profile



Business Value Design Pathway

Value Proposition Canvas (VPC)



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 “สู่ออนาคต”
- 3 เข้าใจ “ลูกค้า” มองหา “โอกาส”
- 4 วาดแผนภาพการเปลี่ยนแปลง



กำหนดเป้าหมาย และผลลัพธ์สุดท้าย ของการพัฒนา

WHAT
อะไร

วัตถุประสงค์ (Objective)

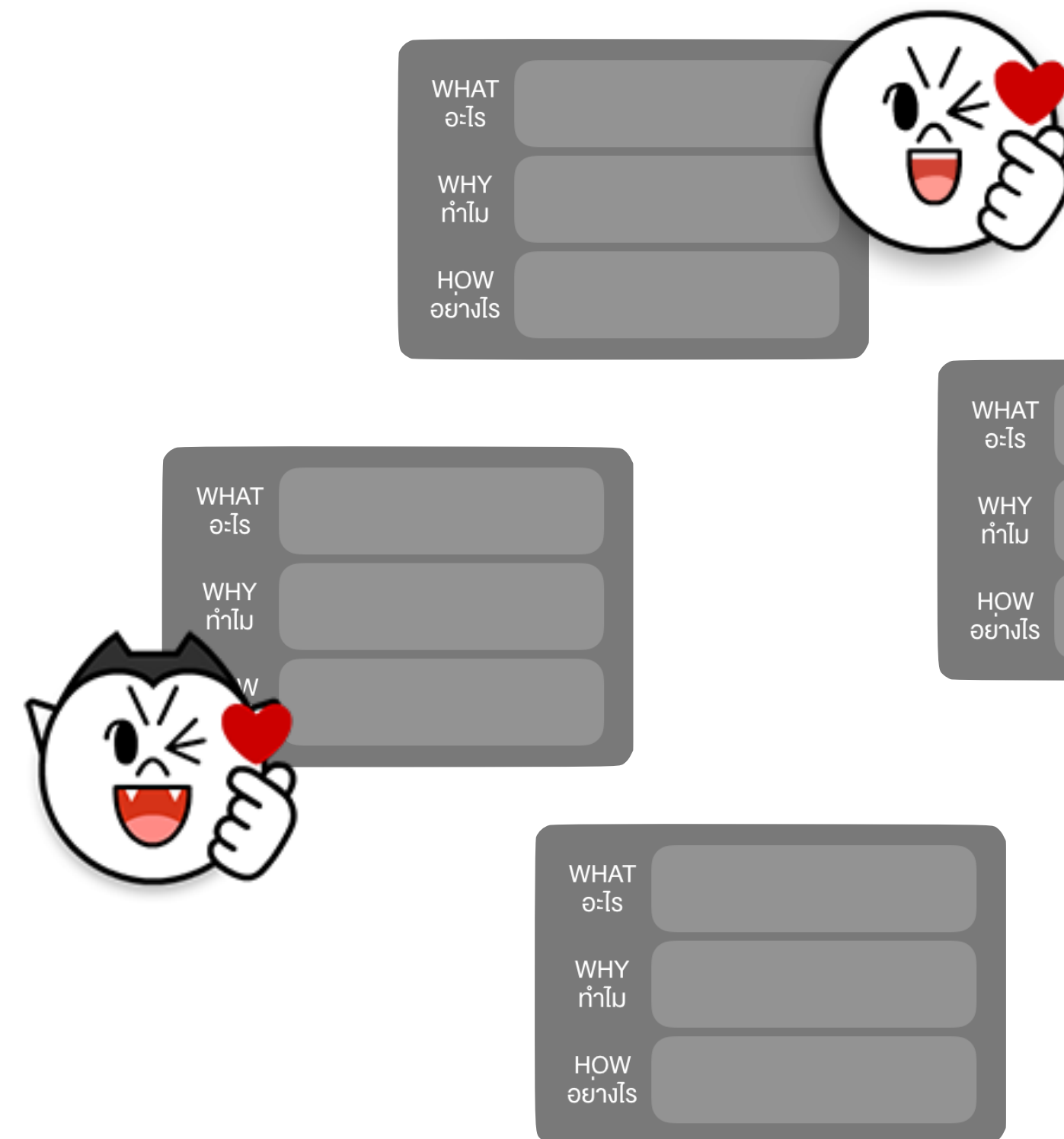
WHY
ทำไม

เป้าหมาย (Purpose)

HOW
อย่างไร

ผลลัพธ์สุดท้าย (Key Results)

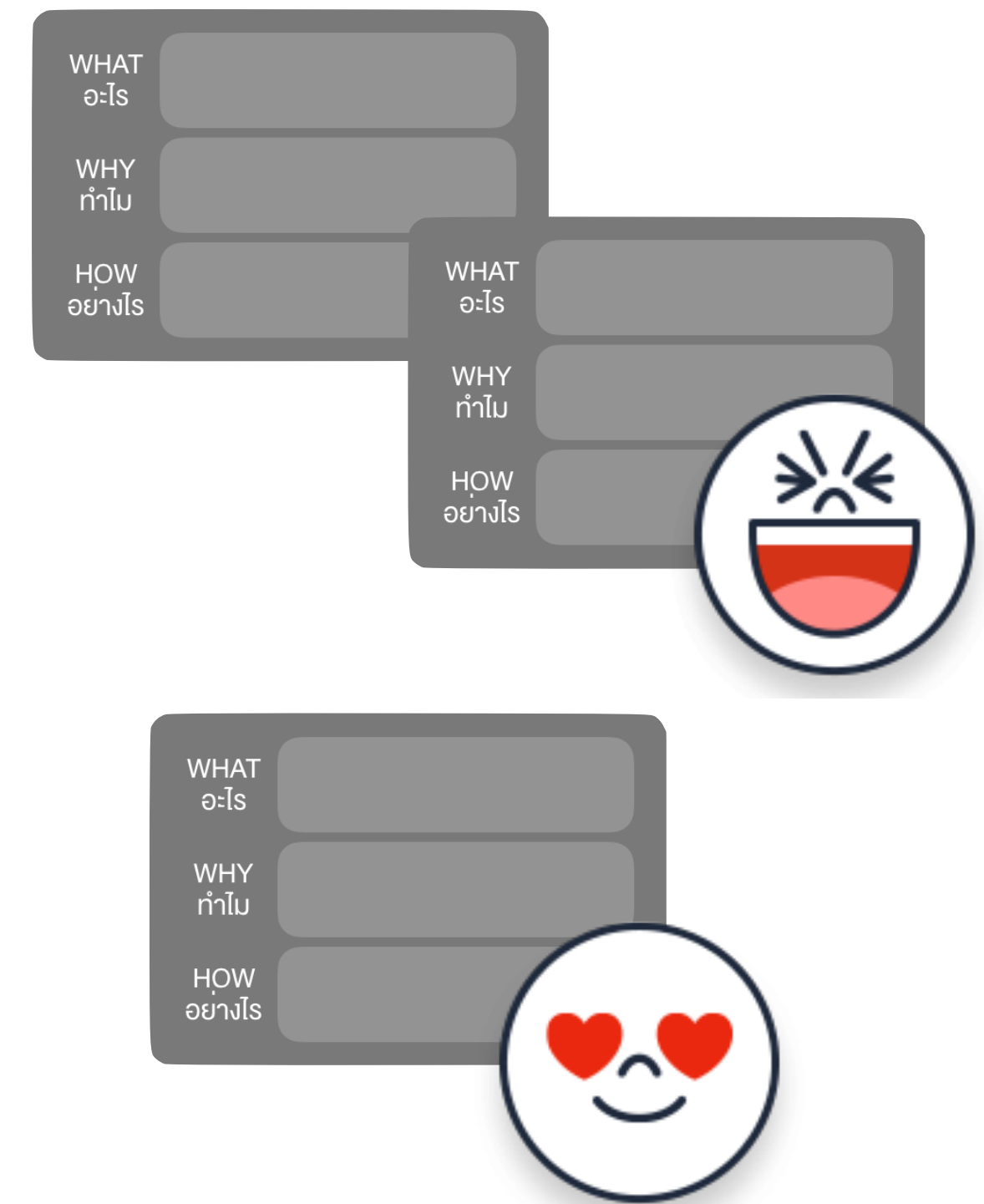
ระยะสั้น

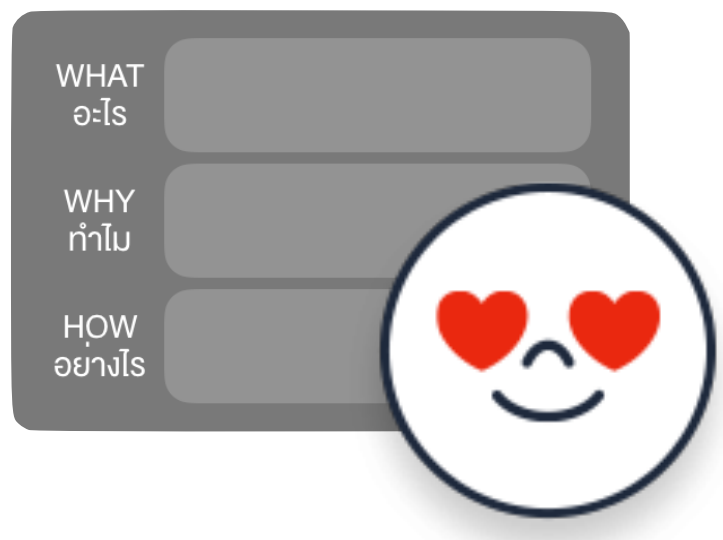


ระยะกลาง

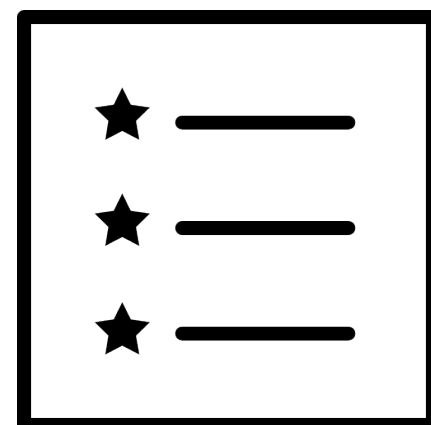


ระยะยาว

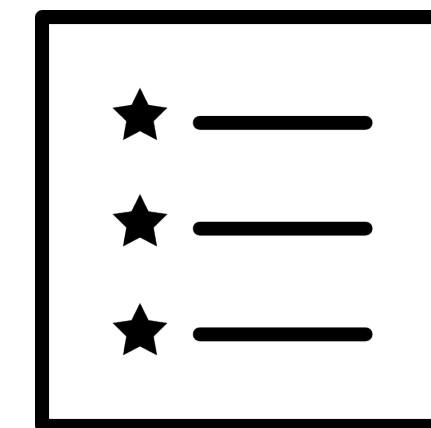
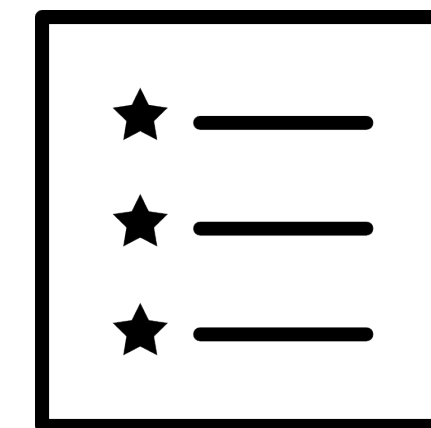
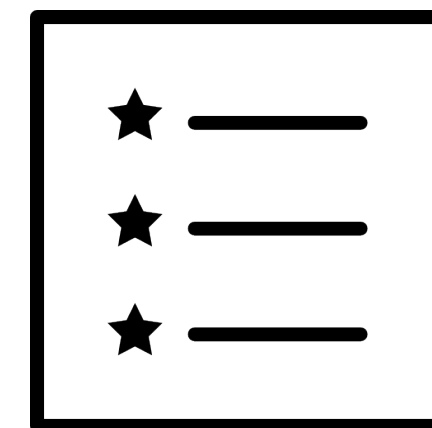




วัตถุประสงค์
Objective



ผลลัพธ์
Key Results



สิ่งที่ต้องทำ
Tasks (Backlog)



ดำเนินการ
W.I.P.



สำเร็จ
Done



Workshop Playbook / Reference

Playbook Package

Reference: Viva Toolkit by IDEO

