

BUSINESS STRATEGY BY BUSINESS MODEL CANVAS



อาจารย์กิริณา จิระเศรษฐากุล
(ที่ปรึกษา วิทยากร โค้ช)

“Without STRATEGY, Execution is Aimless.

หากปราศจากกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจจะเป็นไปอย่างไร้จุดหมาย เพราะกลยุทธ์เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการทำธุรกิจ เพื่อให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนได้ในทิศทางที่ถูกต้อง ได้ผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายและภายในกรอบเวลาที่กำหนดไว้ ในยุคสมัยปัจจุบันที่ปัจจัยต่างๆ รอบตัวมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หากองค์กรขาดกลยุทธ์ที่ชัดเจนอาจไม่สามารถนำพาองค์กรให้บรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ จึงจำเป็นต้องมีการจะต้องพร้อมที่จะรับมือให้เท่าทันต่อสถานการณ์นั้นๆ ด้วยการมีแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี ผ่านพื้นผ้าใบโมเดลธุรกิจหรือ Business Model Canvas ซึ่งถูกเคลมว่าเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจสมัยใหม่ที่ทรงประสิทธิภาพมากที่สุดในศตวรรษที่ 21 นี้

หลักสูตร **Business Strategy by Business Model Canvas** ได้พัฒนาขึ้นเพื่อให้ผู้อบรมเข้าใจหลักการของกลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด ด้วยการผสมผสานระหว่างหลักการและshow case ที่น่าสนใจ, การนำคุณค่าหรือจุดแข็งขององค์กรมาสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของธุรกิจด้วย SWOT นำมาสู่การวางกลยุทธ์ของธุรกิจและการตลาดผ่าน Business Model Canvas (BMC) เพื่อให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้วิทยากรจะนำประสบการณ์จากการทำงานมากกว่า 20 ปี สอดแทรกแนวทางเทคนิค และวิธีการต่าง ๆ โดยเน้นการทำ workshop และการมีส่วนร่วมของผู้อบรมด้วยเทคนิคการบรรยายแบบ ABL (Activity Based Learning)

วัตถุประสงค์ (Objectives)

- เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้และเข้าใจกลยุทธ์ทางธุรกิจ และกลยุทธ์ทางการตลาดผ่าน Business Model Canvas (BMC)
- เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้จาก BMC ไปใช้ในทางปฏิบัติเพื่อวางแผนกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความตระหนัก เห็นความสำคัญและมีทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้บริหารและผู้วางกลยุทธ์ในอนาคต

รูปแบบการเรียนรู้ (Methodology)

- การบรรยาย 40 %
- การทำกิจกรรม และการแสดงความคิดเห็น 60 %

ระยะเวลาการอบรม

1 วัน เวลา 09.00-16.00 น.

CONTACT

Time	Content	Workshop
9.00 – 10.30 u.	Module 1 : หลักการและความสำคัญของกลยุทธ์ <ul style="list-style-type: none"> ○ แนวคิดและความหมายของกลยุทธ์ ○ หลักการของกลยุทธ์ธุรกิจ ○ องค์ประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์ 	สร้างแนวคิดสำหรับการวางกลยุทธ์
10.45 – 12.00 u.	Module 2 : รู้จักและเข้าใจเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของธุรกิจ <ul style="list-style-type: none"> ○ SWOT ○ 4Ps ○ Customer Personas 	การใช้เครื่องมือมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ
13.00 – 14.30 u.	Module 3 : มองธุรกิจรอบด้านผ่าน Business Model Canvas (BMC) <ul style="list-style-type: none"> ○ Value Proposition ○ Customer Segments ○ Customer Relationship ○ Channels ○ Revenue Streams ○ Key Activities ○ Key Resources ○ Key Partners ○ Cost Structure 	การใช้เครื่องมือ BMC มาวิเคราะห์ธุรกิจขององค์กร
14.45 – 16.00 u.	Module 4 : ประยุกต์ใช้ในการวางกลยุทธ์ <ul style="list-style-type: none"> ○ กลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ที่สำคัญ ○ สรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ และสิ่งที่จะไปทำ 	สรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ และสิ่งที่จะไปทำ

CONTACT