



# แผนงานธุรกิจในช่วง COVID-19 สำหรับคุณ

---

ใช้ The Grid เพื่อ

- ดำเนินการประเมินผลกระทบอย่างเป็นระบบและชัดเจน
- ระบุถึง โขลู่ชั้นที่เป็นไปได้สำหรับความท้าทายเฉพาะที่คุณกำลังเผชิญอยู่
- จัดลำดับความสำคัญก่อนหลังและเริ่มดำเนินการ

เราหวังว่า เอกสารฉบับนี้จะสามารถช่วยเหลือธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาด  
ในครั้งนี้อย่างไรก็ตาม

# บทนำ

หลายๆธุรกิจกำลังได้รับผลกระทบเนื่องจากผลของการระบาด ในขณะนี้ เพื่อนของเราหลายคนตกงาน

มีผู้คนมากมายที่ต้องการให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่รู้จะอย่างไร เราทุกคนล้วนเผชิญกับความท้าทายที่แตกต่างกันไป จึงไม่มีโซลูชันที่ตายตัว

The Grid อาจให้ความช่วยเหลือได้ในระดับหนึ่ง โดยเป็นหลักการที่จะแสดงให้เห็นถึงปัจจัยทั้งหมดซึ่งมีผลกระทบต่อธุรกิจของคุณได้ในหน้าเดียว ช่วยให้คุณสามารถเข้าใจในความท้าทายและโอกาสที่ธุรกิจของคุณกำลังเผชิญอยู่ รวมถึงยังช่วยให้คุณสามารถมองเห็นความเกี่ยวข้องโดยนัยในการตัดสินใจเชิงธุรกิจใดๆ

ตั้งแต่เมื่อมีการเริ่มโครงการมา เราได้ช่วยเหลือผู้มีหน้าที่ในการตัดสินใจว่าพันรายทั่วโลก รวมถึงตัวเราเองด้วยเช่นกัน! และเราเชื่อว่า จะช่วยให้คุณจัดสรร โครงสร้างที่สร้างสรรค์ในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนเช่นนี้

และเราได้มีการจัดทำชุดแผนงานแบบกำหนดเองขึ้น เพื่อช่วยให้คุณสามารถเข้าใจถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่จะมีผลต่อความสำเร็จของคุณ หรือได้รับผลกระทบจากการระบาด ในครั้งนี้ คุณสามารถปรับใช้ได้ด้วยตัวของคุณเอง หรือกับทีม (จากระยะไกล!)

เรายังได้รวบรวมหลายสิ่งเข้าไว้ด้วยกัน

- วิดีโอทาง [YouTube](#) ที่จะช่วยอธิบายเกี่ยวกับ The Grid และวิธีการใช้งาน
- คำอธิบายโดยย่อเกี่ยวกับรูปแบบ ในท้ายเอกสารฉบับนี้

ถึงเวลาที่จะต้องดำเนินการกันแล้ว หากต้องการความช่วยเหลือ สามารถติดต่อเราได้ที่ [hello@methodical.io](mailto:hello@methodical.io).

ขอให้ทุกคน โชคดี และปลอดภัย

ทีมงาน The Methodical



# ความต้องการและความประสงค์ของลูกค้า

## ค่านิยมและความเชื่อของลูกค้า

ลูกค้าต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่สะท้อนถึงค่านิยม ความเชื่อ หรือภาพลักษณ์ เช่น การสนับสนุนธุรกิจในพื้นที่ หรือความเชื่อที่ว่า การปรับกลุ่มราคาเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง

- ความเชื่อและค่านิยมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปเนื่องด้วยการระบาดหรือไม่ เราจะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้อย่างไร
- สิ่งใดที่คุณไม่ควรที่จะทำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะทำให้ค่านิยมของลูกค้าลดลง
- การดำเนินการใดที่จะได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าอย่างแน่นอน

## เป้าหมายของลูกค้า

ผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกอย่างเป็นวิธีที่ลูกค้าสามารถบรรลุเป้าหมายที่พวกเขาสนใจ โดยเป้าหมายนี้อาจจะเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิงตามผลที่เกิดขึ้น

- สิ่งใดที่เป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับลูกค้าหรือผู้ที่กำลังจะเป็นลูกค้าของคุณ ในสถานการณ์ปัจจุบัน
- คุณจะสนับสนุนเป้าหมายเหล่านี้ต่อไปได้อย่างไร
- ลูกค้าเผชิญหน้ากับความท้าทายเฉพาะหรือสำคัญใด

## อุปสรรค

อุปสรรคคือปัญหาใดๆ ที่หยุดหรือจำกัดความสามารถของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจกับคุณ การดำเนินการภาครัฐที่ผ่านมา เช่น นโยบายการกำหนดให้อยู่แต่ในบ้าน เป็นหนึ่งตัวอย่างที่เห็นได้ชัด

- ลูกค้าเผชิญหน้ากับอุปสรรคใหม่ใด มีผลกระทบต่อทางการเงิน ทางกายภาพ หรือเพียงเป็นทางเลือกง่ายๆ เนื่องจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่
- คุณจะช่วยลดอุปสรรคเหล่านี้ หรือช่วยให้ลูกค้าสามารถผ่านพ้นไปได้อย่างไร

## หมายเหตุและความคิดเห็น

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## การแข่งขัน

### หมวดหมู่

หมวดหมู่คือประเภทของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น เครื่องปั้นดินเผา สายการบิน หรือซอฟต์แวร์การประชุมทางวิดีโอ ล้วนเป็นตัวอย่างหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ สถานการณ์การระบาดทั่วโลกในปัจจุบันทำให้ความต้องการในหมวดหมู่ต่างๆ ทั้งหมดนี้มีการบิดเบือนไปอย่างชัดเจน

- อุปสงค์และอุปทานตามหมวดหมู่ได้รับผลกระทบอย่างไรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
- หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณมีขีดจำกัดเฉพาะใดบ้าง
- มีความท้าทายหรือโอกาสที่เหมือนกันสำหรับทุกคนในหมวดหมู่เดียวกันหรือไม่
- มีหมวดหมู่ใดที่คุณสามารถคาดการณ์ได้ว่า มีอุปสงค์สูงกว่าอุปทาน และคุณสามารถสามารถเพิ่มมูลค่าในหมวดหมู่นั้นๆ ได้หรือไม่

### อาณาเขตที่ตั้ง

สถานที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันจะได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 ที่แตกต่างกัน และมีระดับความรุนแรงที่แตกต่างกัน

- ลูกค้าที่อยู่ในภูมิภาคหรือภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันได้รับผลกระทบอย่างไรบ้าง คุณจะสามารถตอบสนองสำหรับพื้นที่ที่แตกต่างกันอย่างไรบ้าง
- ผู้จัดหาที่อยู่ในภูมิภาคหรือภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันได้รับผลกระทบอย่างไรบ้าง คุณจะสามารถตอบสนองสำหรับพื้นที่ที่แตกต่างกันอย่างไรบ้าง

### ทางเลือกและสินค้าทดแทน

ทางเลือกคือคู่แข่งโดยตรง เช่น สายการบินคู่แข่ง สินค้าทดแทนเป็นคู่แข่งทางอ้อม เช่น สายการบินและรถไฟ ปัจจุบันหลายธุรกิจมีการแข่งขันในสาขาที่แตกต่างกันไป

- ลูกค้ามีการแก้ไขปัญหา ซึ่งโดยปกติแล้วคุณจะเป็นผู้ดำเนินการแก้ไขให้ ในวิธีที่ต่างกันหรือไม่ ดูเหมือนว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงเพียงชั่วคราว หรือจะเป็นการถาวร
- คุณมีคู่แข่งกลุ่มใหม่เพิ่มขึ้นหรือไม่
- ทางเลือก โดยตรงหรือสินค้าทดแทนที่สำคัญที่สุดสำหรับรายการที่คุณนำเสนอมีอะไรบ้าง
- หากร่วมมือ อาจช่วยให้สามารถผ่านพ้นไปได้ดียิ่งขึ้น ควรมีการร่วมมือกันกับลูกค้าของคุณหรือไม่

### หมายเหตุและความคิดเห็น

---

---

---

---

---



## การนำเสนอ

### ข้อเสนอ

ข้อเสนอสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นแนวคิดที่จะทำให้ลูกค้าสนใจ ลูกค้าจะต้องสามารถมองเห็นเหตุผลที่ชัดเจนที่จะทำให้สนใจเลือกในทางเลือกนี้ ทั้งนี้อาจต้องมีการปรับข้อเสนอของคุณ

- สิ่งใดที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าได้สูงสุดสำหรับลูกค้าของคุณ ในสถานการณ์ปัจจุบัน
- ข้อเสนอใดของคุณที่จะต้องเปลี่ยนแปลง (เช่น เปลี่ยนเป็นระบบออนไลน์ เพิ่มการบริการด้วยตัวเอง เป็นต้น)
- คุณจะใช้ทักษะหรือทรัพยากรของคุณในการช่วยผู้ที่ตกยากได้อย่างไร

### ความน่าสนใจของแบรนด์

หากมีการดำเนินการผิดพลาด การตอบสนองต่อสถานการณ์ปัจจุบันของคุณอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อแบรนด์และชื่อเสียงของคุณได้อย่างมากมาย คำนึงถึงลูกค้าของคุณและผู้ตกยากเป็นสำคัญ และทำในสิ่งที่ถูกต้อง

- คุณทำสิ่งใดที่อาจทำให้แบรนด์ของคุณเสียหายได้หรือไม่
- หากคุณมีการตั้งพันธมิตรของคุณไว้ คุณจะอยู่รอดด้วยพันธมิตรนี้หรือไม่
- คุณมีการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้เข้าใจตรงกันหรือไม่

### ประสบการณ์ของลูกค้า

ด้วยสถานการณ์ที่มีความละเอียดอ่อน ทั้งในเรื่องการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และความไม่มั่นใจในอนาคต ความรู้สึกของลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในขณะนี้

- คุณให้ความสำคัญสูงสุดต่อสถานการณ์ของลูกค้าที่กำลังเกิดขึ้นหรือไม่ คุณให้ความสำคัญต่อผลกระทบสำคัญที่เกิดขึ้น ผลกระทบที่เกิดขึ้นในฉับพลัน ความถี่ในการเกิดผลกระทบ หรือจำนวนลูกค้าที่ได้รับผลกระทบหรือไม่
- พนักงานต้อนรับได้รับผลตอบกลับอย่างไรบ้าง และคุณจะสามารถให้การสนับสนุนพวกเขาอย่างไรบ้าง
- คุณจะสามารถช่วยในการจัดการความตึงเครียดที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้อย่างไรบ้าง

### หมายเหตุและความคิดเห็น

---

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



# รายได้

## รูปแบบรายได้

รูปแบบรายได้ของคุณคือวิธีที่คุณสร้างรายได้ ตัวอย่างเช่น ราคาตายตัว หรือมีการเรียกเก็บเงินตามชั่วโมง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบรายได้ของคุณอาจช่วยให้ข้อเสนอของคุณได้รับความสนใจยิ่งขึ้น

- การเปลี่ยนแปลงรูปแบบรายได้ของคุณ เช่น การแนะนำบริการพิเศษที่ไม่มีค่าใช้จ่าย บริการแบบราคาคงที่ หรือบริการที่สามารถใช้งานได้โดยไม่จำกัด จะสามารถช่วยลูกค้าของคุณได้หรือไม่
- การเปลี่ยนแปลงรูปแบบรายได้ของคุณจะมีผลกระทบต่อธุรกิจของคุณอย่างไร

## การกำหนดราคา

การกำหนดราคามักจะมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติเช่นนี้ ควรคำนึงถึงซึ่งกันและกันเป็นสำคัญ ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ ไม่ใช่รายได้ของคุณ!  
(เช่น แบรินต์พรีเมียม/หรูไม่ควรนำเสนอส่วนลดเพื่อเพิ่มปริมาณ)

- ความเต็มใจหรือความสามารถในการจ่ายมีผลกระทบอย่างไร
- คุณจะสามารถทำอะไรได้บ้างในการสนับสนุนลูกค้าที่ได้รับผลกระทบทางการเงิน

## ยอดขาย

จะมีการกำหนดยอดขายจากปริมาณที่ลูกค้าสั่งซื้อ และความถี่ที่ลูกค้าซื้อ สำหรับความต้องการในบางธุรกิจไม่มีการลดลง ในขณะที่บางธุรกิจมีผลตรงกันข้าม

- ยอดขายมีผลกระทบอย่างไร ในปริมาณ ความถี่ หรือทั้งสอง
- การจัดการสินค้าคงเหลือและสินค้าคงคลังมีความหมายโดยนัยเป็นอย่างไร

## หมายเหตุและความคิดเห็น

---

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



## อำนาจในการต่อรอง

### กับลูกค้าและผู้จัดหา

ความสมดุลในอำนาจการต่อรองระหว่างคุณ ลูกค้าของคุณ และผู้จัดหาของคุณ จะเป็นตัวกำหนดว่าใครจะได้รับผลประโยชน์มากที่สุด ในช่วงเวลาปกติอำนาจในการต่อรองเป็นสิ่งที่ดี ช่วยให้สามารถสร้างข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ดีและเหมาะสม แต่ในสถานการณ์ปัจจุบัน เราขอให้ทุกภาคส่วนต่อต้านการมุ่งหวังเพียงผลประโยชน์ แต่มุ่งเน้นไปที่การสร้าง ความนิยมและมีการเจรจาต่อรองที่สร้างสรรค์ เพื่อช่วยลดแรงกดดันที่เกิดขึ้นโดยรอบกับทุกๆ ฝ่าย

- อำนาจในการต่อรองจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด
- คุณจะสร้างความนิยมสำหรับลูกค้าและ/หรือผู้จัดหาในอนาคตได้อย่างไร
- คุณจะสามารถผลักดันให้ลูกค้าและ/หรือผู้จัดหาดำเนินการตัดสินใจ เพื่อช่วยลดแรงกดดันที่พวกเขาได้รับอยู่ ในขณะนี้ได้หรือไม่ คุณจะสามาร่วมมือกับพวกเขาเพื่อนำเสนอตัวเลือกหรือแผนในการปรับแก้หรือไม่

### กฎและข้อบังคับ

ธุรกิจทุกภาคส่วนจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับพื้นฐาน เช่น กฎหมายว่าด้วยเรื่องของภาษี หรือสุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงข้อบังคับเฉพาะอุตสาหกรรม ในขณะที่รัฐบาลพยายามจำกัดผลกระทบของไวรัส กฎที่เราต้องปฏิบัติตามจึงอาจมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละวัน

- มีกฎและข้อบังคับใดๆ ที่กำหนดใช้ และคุณมีการปฏิบัติตามหรือไม่
- คุณทราบหรือไม่ว่า รัฐบาลมีสนับสนุนในภาคส่วนใดที่คุณสามารถขอรับได้บ้าง
- คุณจะสามารให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าและผู้จัดหาในการปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับที่มีผลกระทบต่อธุรกิจของพวกเขาได้หรือไม่

### หมายเหตุและความคิดเห็น

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



# ต้นทุน

## ต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่ เช่น ค่าเช่าหรือเงินเดือน ยังคงเหมือนเดิม ไม่ว่าคุณจะขายได้มากแค่ไหน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจุดคุ้มทุนและผลกำไรที่ตามมา ในสถานการณ์ปัจจุบันธุรกิจจำนวนมากขาดรายได้ แต่ยังคงมีต้นทุนคงที่ที่ต้องจ่ายสูง คำแนะนำโดยตรงไปตรงมาของเรา หากคุณต้องการตัดต้นทุนเหล่านี้ ขอให้พิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กรโดยรวม ไม่ใช่เพียงแค่สถานะเงินสดหมุนเวียนของคุณเท่านั้น

- ค่าใช้จ่ายคงที่คุกคามความอยู่รอดของคุณหรือไม่
- คุณจะสามารถลดต้นทุนคงที่ลงได้โดยไม่กระทบต่อคุณภาพในการบริการ ความสัมพันธ์กับผู้จัดหา หรือความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานของคุณหรือไม่ ยกตัวอย่าง ซีอีโอบางคนเสนอตัวลดรายได้ของตนเองลงโดยสมัครใจเพื่อปกป้องพนักงานของพวกเขา เป็นต้น
- สามารถเจรจากับผู้จัดหาเพื่อลดต้นทุนของคุณหรือไม่

## ต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปรขึ้นอยู่กับปริมาณ เช่น วัสดุที่ต้องใช้ในการผลิต ตัวอย่างเช่น การผลิตรถยนต์จะมีต้นทุนผันแปรสูงกว่าการผลิตซอฟต์แวร์ เป็นต้น

- การลดต้นทุนผันแปรจะส่งผลกระทบต่อความเป็นไปของธุรกิจอย่างเห็นได้ชัดหรือไม่
- หากส่งผลกระทบ คุณจะสามารถลดต้นทุนเหล่านี้ในลักษณะที่ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพหรือประสบการณ์ของลูกค้าได้หรือไม่

## รายจ่ายที่เป็นสินทรัพย์

รายจ่ายกลุ่มนี้เป็นการลงทุนระยะยาว เช่น โรงงานหรืออุปกรณ์ ผลกระทบที่มีต่อผลกำไรของบริษัทจะมีการกระจายตลอดอายุการใช้งานของสินทรัพย์ หากคุณมีการกำหนดเป็นสินทรัพย์แล้ว อาจถึงเวลาที่จะสร้างแผนสำหรับอนาคต

- ตอนนี้เป็นเวลาที่ดีที่จะลงทุนในสินทรัพย์หรือไม่
- ส่วนการลงทุนที่คุณวางแผนไว้ยังคงเป็นการลงทุนที่ดีสำหรับธุรกิจของคุณหรือไม่

## หมายเหตุและความคิดเห็น

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---





# ฐานลูกค้า

## ความตระหนักรู้

ไม่มีใครที่จะอยู่ๆ ก็สามารถเป็นลูกค้าได้ จนกว่าพวกเขาจะตระหนักรู้ว่า คุณมีตัวตน มีธุรกิจของคุณอยู่ และผลิตภัณฑ์ที่คุณนำเสนอ การสร้างและรักษาความตระหนักรู้เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างและรักษาฐานลูกค้าของคุณไว้

- คุณให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และทันเวลาเกี่ยวกับผลกระทบในธุรกิจของคุณและที่มีต่อลูกค้าของคุณ รวมถึงวิธีการตอบสนองของคุณหรือไม่
- คุณมีการตั้งระดับความคาดหวังของลูกค้าไว้อย่างชัดเจนหรือไม่
- คุณให้คำตอบกับคำถามที่มีการสอบถามจากลูกค้ากันมากหรือไม่
- นี่เป็น โอกาสที่จะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยการแบ่งปันความรู้ความสามารถที่คุณทำได้หรือไม่

## การมองหาลูกค้ากลุ่มใหม่

การมองหาลูกค้ากลุ่มใหม่ดูเหมือนจะเป็นไปไม่ได้เลยในขณะนี้ แต่ธุรกิจต่างๆ กำลังคิดค้นวิธีการที่จะรับมือวิกฤตนี้และให้ได้ลูกค้าใหม่ๆ กันมากขึ้น

- กลับไปมองที่ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เช่น ลูกค้ามุ่งเน้นและมีเป้าหมายใด ในขณะนี้
- พิจารณาข้อเสนอของคุณใหม่ เช่น คุณจะสามารถสร้างคุณค่าให้กับผู้คน (ลูกค้าทั่วไป) ได้อย่างไรในเวลานี้
- รวมถึง มีอุปสรรคอะไรบ้างที่จะทำให้ลูกค้าไม่สามารถดำเนินธุรกิจกับคุณได้ และคุณจะแยกพวกเขาออกได้อย่างไร

## การคงลูกค้าไว้

การรักษา การคงลูกค้าของคุณไว้ มักเป็นสิ่งสำคัญ แต่หากมีความจำเป็นต้องยกเลิกหรือไม่สามารถเป็นลูกค้าได้อีก ให้พวกเขามีภาพที่ดีในแบรนด์ของคุณ อย่าให้มีจุดต่างในความคิดเกี่ยวกับแบรนด์ของคุณ

- ลูกค้าที่มีอยู่มีความต้องการอะไรเป็นพิเศษในขณะนี้หรือไม่
- คุณจะสามารถให้การสนับสนุนสำหรับลูกค้าประจำของคุณในสถานการณ์ที่ยากลำบากนี้ได้อย่างไร
- คุณจะช่วยให้พวกเขายังคงสามารถ ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณอย่างง่ายดายได้อย่างไร

## หมายเหตุและความคิดเห็น

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## การลอกเลียนแบบ

### การคุ้มครองทางกฎหมาย

โดยทั่วไป การคุ้มครองทางกฎหมายนี้จะเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิบัตร เครื่องหมายทางการค้า และลิขสิทธิ์ ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเพื่อป้องกันไม่ให้คู่แข่งคัดลอกคุณ นอกจากนี้ ยังสามารถเกี่ยวข้องกับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละแขนงเฉพาะ เช่น ความลับทางการค้าที่จัดขึ้นภายใต้ข้อตกลงที่เป็นความลับ

- คุณมีทรัพย์สินทางปัญญา ข้อมูล ความรู้ หรือความเชี่ยวชาญ ที่อาจมีประโยชน์ในการช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตหรือไม่
- คุณมีการพิจารณาที่จะแบ่งปันความเชี่ยวชาญของคุณ หรือให้สิทธิ์ในการเข้าถึง IP ของคุณเพื่อช่วยเหลือผู้ที่ต้องการความช่วยเหลืออยู่ในขณะนี้หรือไม่

### ข้อได้เปรียบที่ยั่งยืน

ข้อได้เปรียบที่ยั่งยืน เช่น โครงสร้างต้นทุนที่ไม่เหมือนใคร ระบบนิเวศน์ของผลิตภัณฑ์ หรือผลกระทบต่อเครือข่าย อาจทำให้ไม่สามารถที่จะลอกเลียนแบบธุรกิจของคุณได้ และยังสามารถทำให้คุณมีอำนาจในการแจกจ่ายความช่วยเหลือให้แก่คนที่มีความต้องการในขณะนี้ได้

- คุณมีข้อได้เปรียบใดๆ ในตลาดของคุณที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้หรือไม่ เช่น ระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจ ผลกระทบทางด้านเครือข่าย เป็นต้น
- คุณจะนำข้อได้เปรียบเหล่านั้นมาใช้เพื่อประโยชน์ของลูกค้า คู่ค้า และสังคม โดยรวมได้อย่างไร

### ความล่าช้าของคุณแข่ง

บางแบรนด์อาจมีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อให้ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ โดยการก้าวไปข้างหน้าให้เร็วกว่าคู่แข่ง หรือทำให้ยากในการสร้างอุปสรรคขวางการดำเนินงาน ในเวลาอันวิกฤตนี้ แรนด์ที่สามารถก้าวไปได้เร็วมักจะสามารณำเสนอความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นได้มากที่สุด ดังที่ *Dyson* ได้พิสูจน์แล้วว่า มีการพัฒนาเครื่องช่วยหายใจได้ภายในสัปดาห์

- คุณมีข้อได้เปรียบในความเร็วที่เหนือกว่าผู้อื่นหรือไม่
- คุณจะสามารถใช้ระดับความเร็วที่เหนือกว่านี้เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าของคุณหรือกลุ่มที่ได้รับผลกระทบอย่างไรบ้าง

### หมายเหตุและความคิดเห็น

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# การปรับตัว

## เงินสด

หากคุณขาดสภาพคล่องในเงินสด คุณไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อได้ ยิ่งคุณมีสภาพคล่องในเงินสดตีมากเพียงใด คุณจะมีทางเลือกได้มากและดียิ่งขึ้นเพียงนั้น หากคุณขาดสภาพคล่องในเงินสด ให้หยุดดำเนินการ!

- คุณมีเงินสดอยู่ในมือเท่าใด และจะใช้ได้อีกนานเพียงใด
- หากสภาพคล่องเป็นปัญหา คุณจะมีทางเลือกใดบ้าง เช่น ความช่วยเหลือจากรัฐบาล หนี้ หุ้น การลดต้นทุน การเจรจาต่อรองกับผู้จัดหา เป็นต้น ให้พิจารณาแต่ละส่วนอย่างรอบคอบ

## ความสามารถในการขยาย

การเกิดระบอบาตใหญ่ทั่วโลกนี้ ทำให้เกิดอุปสงค์ที่ผิดเพี้ยนไปเป็นอย่างมาก ในหลายภาคส่วน ทำให้บางภาคส่วนจำเป็นต้องขยายตัวอย่างรวดเร็ว และบางภาคส่วนต้องหยุดการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

- คุณจำเป็นต้องขยายหรือลดขนาดลง หากต้องดำเนินการเช่นนั้น จะต้องมีการขยายหรือลดเท่าใด และเป็นระยะเวลาานเท่าใด
- หากขยาย วิธีไหนจะเป็นวิธีที่ดีที่สุด การเป็นพันธมิตร การจ้างบริษัทภายนอก การเพิ่มผู้จัดหา การจ้างงาน
- หากลดขนาดลง จะสามารถดำเนินการอย่างไรโดยไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อบริการและคุณภาพที่ได้รับ

## ความซับซ้อนและความคงทน

ความซับซ้อนและความคงทนในธุรกิจอาจทำให้การเปลี่ยนแปลงทิศทางการดำเนินการเป็นไปได้ยากมาก หากเป็นไปได้ อาจกลายเป็นปัญหาที่ร้ายแรงมากในปัจจุบัน

- ความซับซ้อนหรือความคงจะทำให้คุณไม่สามารถดำเนินการตอบสนองได้อย่างไร
- คุณจะสามารดัดชั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับราชการและแถบการดำเนินการที่เป็นสีแดง ซึ่งทำให้ความคืบหน้าช้าลงได้
- สิ่งสำคัญที่สุดที่จะต้องเปลี่ยนแปลง ในช่วงเหตุการณ์ปัจจุบันนี้

## หมายเหตุและความคิดเห็น

---

---

---

---

---

---

---

---

ถึงตอนนี้ คุณน่าจะมีแนวคิดมากมายที่จะต้องพิจารณาในการปรับ ไขแล้ว เราหวังว่าคุณจะมีแนวคิดใหม่ๆ ในการรับมือ! ขอให้โชคดีและสุขภาพแข็งแรง

# The Grid โมเดลหลักที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของธุรกิจ

เพื่อความสำเร็จ ทุกธุรกิจจะต้องดำเนินการตามเป้าหมายสามประการ ได้แก่ **ความพึงพอใจ** **ความสามารถในการทำกำไร** และ **อายุการใช้งานที่ยืนยาว** เป้าหมายเหล่านี้ได้รับผลกระทบจากปัจจัยสามส่วน: **ลูกค้า ตลาด และตัวองค์กรเอง** สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของปัจจัยเก้าส่วนที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จของทุกธุรกิจ ในแต่ละช่อง จะประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญสามประการที่ตั้งอธิบายไว้ด้านล่าง

## ความพึงพอใจ

## ความสามารถในการทำกำไร

## อายุ, การใช้งานที่ ยืนยาว

ลูกค้า

**ความต้องการและความประสงค์**

**ค่านิยมและความเชื่อของลูกค้า**  
ลูกค้าต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่สะท้อนถึงค่านิยม ความเชื่อ หรือภาพลักษณ์ เช่น การขับขี Harley หรือความเชื่อที่ว่า ยิ่งมีพิกเซลที่สูง จะยิ่งมีคุณสมบัติที่ดี

**เป้าหมายของลูกค้า**  
ผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกอย่างเป็นวิธีที่ลูกค้าสามารถบรรลุเป้าหมายที่พวกเขาสนใจ คุณสามารถตลาดด้วยเนื้อหาที่ปลาสนใจ!

**อุปสรรค**  
ปัญหาและอุปสรรคที่เป็นสิ่งกีดขวางไม่ให้คุณบรรลุเป้าหมายหรือรับข้อเสนอของคุณ ตัวอย่างเช่น ทักษะที่จำเป็นหรือเทคโนโลยีที่เข้ากันไม่ได้

ตลาด

**การแข่งขัน**

**หมวดหมู่**  
หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณเป็นตัวกำหนดระดับการแข่งขัน ลูกค้าชอบซื้อสินค้าจากหมวดหมู่ที่ชัดเจน ซึ่งสามารถทำการเปรียบเทียบได้ง่ายกว่า

**อาณาเขตที่ตั้ง**  
สถานที่ตั้งสำหรับธุรกิจของคุณและพื้นที่ที่คุณครอบครองมีผลต่อโอกาสที่คุณจะได้รับ ข้อกำหนดที่คุณต้องปฏิบัติตาม และคู่แข่งที่คุณเผชิญ

**ทางเลือกและสินค้าทดแทน**  
ทางเลือกคือคู่แข่งโดยตรง เช่น สายการบินคู่แข่ง สินค้าทดแทนเป็นคู่แข่งทางอ้อม เช่น สายการบินและรถไฟ

องค์กร

**การนำเสนอ**

**ข้อเสนอ**  
ข้อเสนอสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นแนวคิดที่จะทำให้ลูกค้าสนใจ ลูกค้าจะต้องการมองเห็นเหตุผลที่ชัดเจนที่จะทำให้สนใจเลือกในทางเลือกนี้

**ความน่าสนใจของแบรนด์**  
ความคาดหวังและการเชื่อมโยงที่ผู้คนมีเกี่ยวกับธุรกิจของคุณ ความน่าสนใจของแบรนด์ ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการทั้งหมดของคุณ

**ประสบการณ์ของลูกค้า**  
หากเว็บไซต์ของคุณไม่น่าสนใจ พนักงานไม่สุภาพ หรือมีความยุ่งยากในการส่งคืนสินค้าที่ชำรุด จะเป็นผลให้ความพึงพอใจลดลง ไม่ว่าผลิตภัณฑ์ของคุณจะดีแค่ไหนก็ตาม

รายได้

**รูปแบบรายได้**  
รูปแบบรายได้ของคุณคือวิธีที่คุณสร้างรายได้ ตัวอย่างเช่น ราคาตายตัว หรือมีการเรียกเก็บเงินตามชั่วโมง

**ราคา**  
การกำหนดราคามักจะมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร จะลดราคาเพื่อให้ได้กำไรบ้าง หรือตั้งราคาสูงแต่จะได้ปริมาณการขายที่น้อยลง

**ยอดขาย**  
จะมีการกำหนดยอดขายจากปริมาณที่ลูกค้าสั่งซื้อ และความถี่ที่ลูกค้าซื้อ

อำนาจการต่อรอง

**กับลูกค้า**  
ผู้ซื้อที่มีอำนาจจะสามารถลดอัตรากำไรของคุณลงได้ ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณาอำนาจการต่อรองของคุณกับลูกค้า และวิธีการเปลี่ยนแปลง

**กับผู้จัดหา**  
อำนาจการต่อรองกับผู้จัดหาก็มีความสำคัญที่เท่าเทียมกัน ผู้จัดหาที่มีอำนาจก็สามารถผลักดันสถานการณ์ของคุณได้ด้วยเช่นกัน การเพิ่มผลกำไรของพวกเขาโดยผันเป็นค่าใช้จ่ายของคุณ

**กฎและข้อบังคับ**  
ทุกธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับพื้นฐานที่จำกัดอำนาจของพวกเขา เช่น กฎหมายว่าด้วยการเสียหาย หรือกฎหมายว่าด้วยสุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงข้อบังคับเฉพาะด้านอุตสาหกรรม

ต้นทุน

**ต้นทุนคงที่**  
ต้นทุนคงที่ เช่น ค่าเช่าหรือเงินเดือน ยังคงเหมือนเดิม ไม่ว่าคุณจะขายได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจุดคุ้มทุน และความสามารถในการทำกำไรที่ตามมา

**ต้นทุนผันแปร**  
ต้นทุนผันแปรขึ้นอยู่กับปริมาณ เช่น วัสดุที่จำเป็นในการทำผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น รถยนต์มีต้นทุนผันแปรสูงเมื่อเทียบกับซอฟต์แวร์

**ค่าใช้จ่ายที่เป็นสินทรัพย์**  
โดยประกอบด้วยการลงทุนระยะยาว เช่น โรงงานหรืออุปกรณ์ ผลกระทบที่มีต่อผลกำไรในส่วนนี้จะกระจายไปตามอายุการใช้งานของทรัพย์สิน

ฐานลูกค้า

**การตระหนักรู้**  
บุคคลต่างๆ จะไม่สามารถเป็นลูกค้าได้จนกว่าพวกเขาจะรู้ว่าคุณมีอยู่ การเพิ่มและการรักษาการตระหนักรู้เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างและรักษฐานลูกค้าของคุณ

**การซื้อ**  
การตระหนักรู้จะนำไปสู่การซื้อ ธุรกิจของคุณจะได้ลูกค้าใหม่ คุณจะไม่ไม่มีฐานลูกค้า หากไม่มีใครสนใจซื้อในสิ่งที่คุณนำเสนอ

**การรักษาไว้**  
ฐานลูกค้าของคุณจะไม่เติบโต หากจำนวนลูกค้าที่อยู่ลดลงในอัตราเดียวกับที่มีลูกค้าใหม่เข้ามา การรักษาไว้ การคงไว้ซึ่งลูกค้าของคุณ สำคัญเสมอ

ความสามารถในการเปลี่ยนแปลง

**การคุ้มครองทางกฎหมาย**  
การคุ้มครองทางกฎหมาย สิทธิบัตร, เครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์ สามารถป้องกันไม่ให้คู่แข่งคัดลอกและเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคุณได้

**ข้อได้เปรียบ**  
ข้อได้เปรียบ เช่น โครงสร้างต้นทุนที่เป็นเอกลักษณ์ ระบบนิเวศน์ของผลิตภัณฑ์ หรือผลกระทบจากเครือข่าย ล้วนมีผลต่อการออกแบบสำหรับธุรกิจของคุณทั้งสิ้น

**คู่แข่งไม่สามารถตามทันได้**  
คุณสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์ของคุณไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ โดยการทำให้ธุรกิจของคุณก้าวไกลให้เร็วกว่าคู่แข่ง หรือทำให้มีการต่อรองค้าขายที่ยากขึ้น เพื่อให้คู่แข่งดำเนินการได้ช้าลง

ความสามารถในการปรับใช้

**กระแสเงินสด**  
หากคุณไม่มีเงินสด คุณจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ยิ่งคุณมีกระแสเงินสดที่ดีเพียงใด คุณจะยิ่งมีตัวเลือกที่ดียิ่งขึ้นเพียงนั้น

**ขีดความสามารถหรือความสามารถ**  
การดำเนินงานเต็มขีดความสามารถอาจทำให้คุณไม่สามารถวางแผนสำหรับอนาคตได้ หากธุรกิจของคุณไม่สามารถขยายขนาดได้ ก็จะไม่สามารถเติบโตได้

**ความซับซ้อนและความไม่ยืดหยุ่น**  
ความซับซ้อนและความไม่ยืดหยุ่นในธุรกิจอาจเป็นตัวจำกัดโอเดียใหม่ หรือการเปลี่ยนแปลงความคิดจะทำให้ช้าลง หากยังคงสามารถดำเนินการได้