# แผนการตลาด

## ร้านบัตเตอร์คัพ เบเกอรี่

## อ.อภิชัย มหธรรม

BUTTERCUP

# โลโก้ร้าน

BUTTERCUP

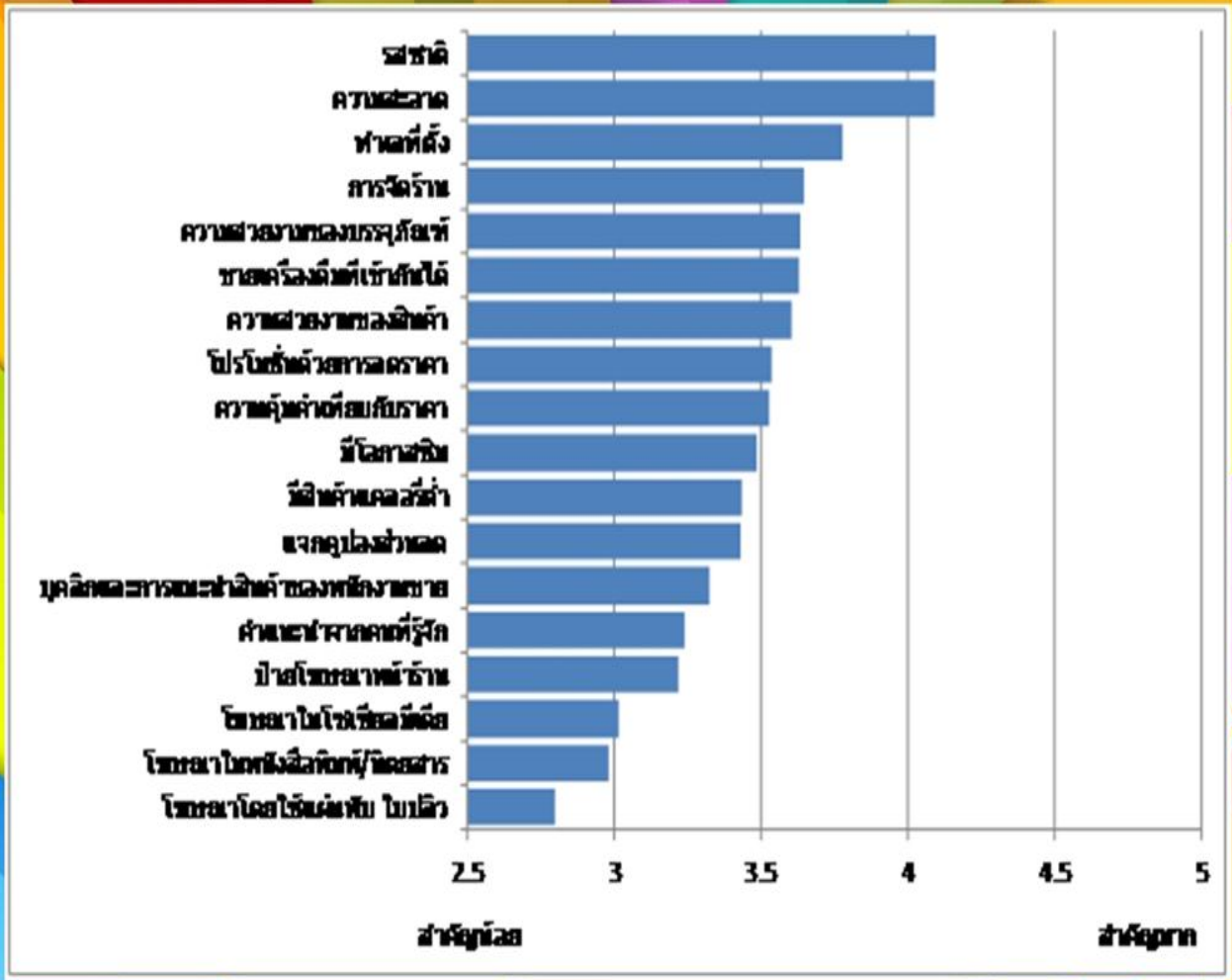
## ปัญหาที่เกิดขึ้นของ BCB ทางธุรกิจ

- ไม่สามารถผลิตเค้กหรือเบเกอรี่ให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคในช่วงยอดขายสูง
- ขาดแคลนพนักงานแต่งหน้าเค้กมีปัญหาในการจ้างอบรมพนักงานระยะสั้น
- ผู้บริโภคหันมาเลือกของขวัญอย่างอื่นมากกว่าเค้ก
- ผู้บริโภคมีร้านประจำอยู่แล้ว
- ต้องการเพิ่มยอดขายจากกลุ่มที่ไม่ใช่ลูกค้าของ BCB
- ช่องทางและพนักงานในการบริการรับสั่งซื้อไม่เพียงพอ
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาดสูงเกินไปไม่ค่อยสื่อสารเข้าถึงผู้บริโภคได้
- กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มระดับบน ธุรกิจต้องการเพิ่มกลุ่มอื่น ๆด้วย

# ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข

ปัจจัยของผู้บริโภคที่เลือกซื้อเค้กและเบเกอรี่

## ด้านการตลาด



# วิเคราะห์ Five Forces Analysis สำหรับธุรกิจร้านเค้กและเบเกอรี่

1. คู่แข่งรายใหม่ (Potential Competitors)

สำหรับธุรกิจร้านเค้กและเบเกอรี่ คู่แข่งขันรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจต่ำอันเป็นผลมาจากความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคกระบวนการทำเค้กเบเกอรี่ของผู้ผลิตและการได้เปรียบสูงสุดด้านต้นทุนค่าใช้จ่ายสำหรับกิจการร้านไม่แพงเกินไป ต้นทุนด้านวัตถุดิบทำให้ผู้ประกอบแต่ละรายไม่ว่าจะเป็นรายเล็กหรือรายใหญ่สามารถที่จะบริหารต้นทุนให้ต่ำกว่าได้

2. คู่แข่งภายในอุตสาหกรรม

(Rivalry among Established Firms)

การแข่งขันในธุรกิจร้านเค้กและเบเกอรี่ มีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากมีผู?ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่เป็นจำนวนมาก ทำให้รูปแบบการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไปเห็นได้จากการแข่งขันโดยการสร้างความแตกต่างทางด้านสินค้าบริการและหีบห่อ รวมทั้งการส่งเสริมการจำหน่ายในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กหันมาแข่งขันด้านราคามากยิ่งขึ้นทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความรุนแรง

WIDEWALLPAPERS.RU

# วิเคราะห์ Five Forces Analysis สำหรับธุรกิจร้านเค้กและเบเกอรี่ ต่อ

3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (The Bargaining Power of Buyers)

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมีสูงมาก เนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกหลายทางในการบริโภคเค้กและเบเกอรี่ ปัจจัยที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลลือกคือตราสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ต่างก็เป็นปัจจัยให้ผู้บริโภคตัดสินใจง่ายขึ้น

4. อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (The Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีจำนวนมาก ดังนั้นอำนาจการต่อรองต่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบ เช่นแป้ง ไข่ นม เนย จึงสูง เพราะการต่อรองของราคาสินค้าแต่ละรายแตกต่างกัน

5. สินค้าทดแทน (Substitute Products)

สินค้าทดแทนสำหรับเค้กและเบเกอรี่นั้นมีเป็นจำนวนมากเช่นขนม ผลไม้ เครื่องดื่มต่างเพราะผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานอาหารว่างอื่นแทนเหรือซื้อเพื่อเป็นของขวัญแทนได้ เช่นกระเช้าผลไม้ทำให้ผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองสูง ร้านเค้กและเบเกอรี่ในปัจจุบันจึง พยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในรูปแบบที่แตกต่างกันไป จึงเป็นโอกาสที่จะมีคู่แข่งเข้ามาสู่ธุรกิจร้านเค้กและเบเกอรี่ได้

WIDEWALLPAPERS.RU

# วิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจร้านบัตเตอร์คัพเบเกอรี่

**จุดแข็ง(Strength)**

- Butter Cup Bakery (BCB) เป็นแบรนด์น้องใหม่ที่สามารถทำยอดขายติดอันดับ 3
- รสชาติและคุณภาพของสินค้าเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป
- ตำแหน่งร้านอยู่ในทำเลที่ดี (อยู่ศูนย์กลางธุรกิจในกรุงเทพ) ลูกค้ามาใช้บริการได้สะดวก
- สินค้ามีความสดใหม่อยู่เสมอ เพราะผลิตวันต่อวัน

**จุดอ่อน (Weakness)**

- Butter Cup Bakery (BCB) ยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบทานเค้กเท่าที่ควร
- ขาดพนักงานที่มีความชำนาญในเรื่องตกแต่งหน้าเค้ก เนื่องจากปัญหาคอขวด (Bottleneck)ที่มีจำนวนของพนักงานแต่งหน้าเค้กที่จำกัด
- ร้าน Butter Cup Bakery (BCB) มีจำนวนสาขาที่น้อย มี 5 สาขา ทำให้ไม่เพียงพอต่อลูกค้าเท่าที่ควร

WIDEWALLPAPERS.RU

# วิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจร้านบัตเตอร์คัพเบเกอรี่

## โอกาส(Opportunity)

- Butter Cup Bakery (BCB) มีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น และฐานลูกค้ามากขึ้นในอนาคต
- จากการที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาและก้าวหน้ามากขึ้น ส่งผลให้กระบวนการผลิตสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้นรวมถึงเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ
- รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก จึงทำให้มีแหล่งเรียนรู้เรื่องประกอบอาหารและเบเกอรี่ รวมทั้งแหล่งช่วยเหลือเรื่องเงินทุนจากองค์กร

## อุปสรรค(Threat)

- แข่งขันมีสินค้าที่หลากหลายและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ให้คู่แข่งสามารถแย่งส่วนแบ่งของกลุ่มลูกค้าจากร้าน Butter Cup Bakery (BCB)
- คู่แข่งขัน เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีความได้เปรียบเทียบทางด้านเงินทุน ตลอดจนการวิจัย การพัฒนาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย

WIDEWALLPAPERS.RU

# การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ : STP

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

| เกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด | การแบ่งส่วนตลาด |
|---|---|
| 1.ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic) | |
| 1.1 ภูมิภาค | - กรุงเทพและปริมณฑล,ภาคเหนือ,ภาคกลาง,ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ,ภาคใต้ |
| 2.ด้านประชากรศาสตร์(Demographic) | |
| 2.1 อายุ | - ต่ำกว่า 6 ปี,6-17 ปี, 18-25 ปี, 26-45 ปี, 46-60 ปี ,60 ปีขึ้นไป |
| 2.2 รายได้ | - สูง,ปานกลาง,ต่ำ |
| 2.3 อาชีพ | ธุรกิจส่วนตัว,ข้าราชการ,พนักงาน,เกษตรกร , นักศึกษา |
| 3.ด้านจิตวิทยา (Psychographic) | |
| 3.1 ชนชั้นทางสังคม | - กลุ่มชนชั้นสูง,กลุ่มชนชั้นกลาง,กลุ่มชนชั้นล่าง |
| 3.2 บุคลิกภาพ | -มีความเชื่อมั่นในตนเอง,มีความเป็นผู้นำ,ชอบทดลอง,มีความกระตือรือร้น |
| 4.ด้านพฤติกรรม (Behavioral) | |
| 4.1 โอกาสในการซื้อ | -ซื้อบ่อย,นานๆซื้อ,ซื้อเฉพาะโอกาส |
| 4.2 อัตราการซื้อ | - ซื้อมาก,ซื้อปานกลาง,ซื้อน้อย |
| 4.3 ความภักดีต่อตราสินค้า | - ภักดีมาก,ภักดีปานกลาง,ไม่ภักดีเลย |

WIDEWALLPAPERS.RU

# การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

## กลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่ม B to C กลุ่มผู้ที่อยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลและเขตจังหวัดใกล้เคียง ในช่วงอายุ 26-45 ปี ทุกเพศ สภาพสังคมกลุ่มคนชั้นกลาง ถึงกลุ่มชนชั้นสูง มีความเป็นผู้นำมีความกระตือรือร้น โอกาสในการซื้อซื้อเฉพาะโอกาสและซื้อบ่อย, มีความภักดีมากกับตราสินค้า

กลุ่ม B to B กลุ่มร้านค้า ธุรกิจโรงแรม ภัตคาร ร้านอาหารในเขตกรุงเทพและปริมลฑลเป็นร้านค้าระดับบน

## กลุ่มเป้าหมายรอง

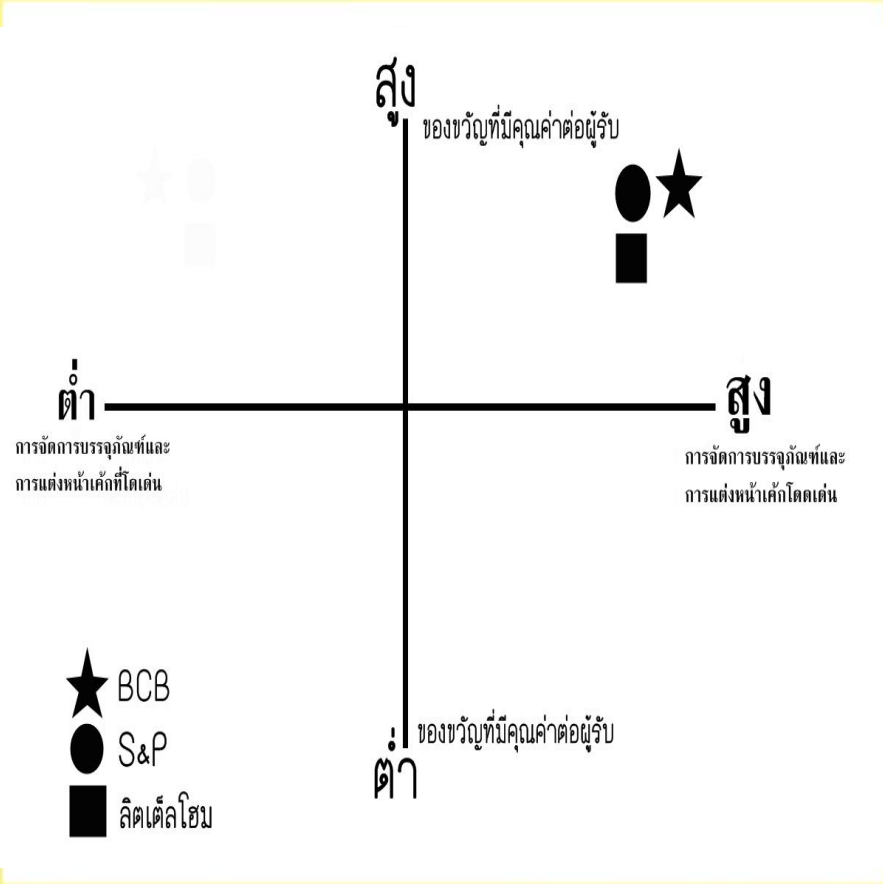
กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปที่ยังไม่เคยซื้อเค้กของร้านบัตเตอร์คัพเบเกอรี่ เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษากลุ่มชนชั้นล่างถึงชนชั้นกลางมีพฤติกรรมชอบทดลองสินค้าใหม่ ๆความถี่นาน ๆซื้อ

WIDEWALLPAPERS.RU

# การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ : STP

## ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Positioning)

เนื่องจากร้านบัตเตอร์คัพเบเกอรี่ มีความโดดเด่นในการแต่งหน้าเค้กสามารถเลือกได้ และมีบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบแฟนซีเหมาะกับการให้เป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ จึงวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ Benefit Positioning เป็นของขวัญที่มีคุณค่าต่อผู้รับและได้วางตำแหน่งในลักษณะของ Different Positioning คือมีการจัดบรรจุภัณฑ์และการแต่งหน้าเค้กที่โดดเด่น




WIDEWALLPAPERS.RU

# เป้าหมายของธุรกิจ 3 ปี

1. ทำให้ร้านเป็นที่รู้จักในด้านความโดดเด่นในแง่ของความเป็นมืออาชีพในการแต่งหน้าเค้กและรสชาติ
2. ร้านจะมีชื่อเป็นหนึ่งในใจ ของลูกค้า เมื่อนึกถึงเค้กและเบเกอรี่ซึ่งมีความโดดเด่นในด้านกระบวนการการผลิต และการให้บริการ
3. ดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ให้เกิดการทดลองใช้บริการ
4. สร้างแคมเปญใหม่ ๆเพื่อตอบสนองลูกค้าที่เป็นสมาชิก
5. รายได้ 500 ล้านบาทสำหรับปีที่ 1 และมีอัตราการเติบโตของรายได้เพิ่ม 20%ต่อปี ตั้งแต่ปีที่ 2ถึงปีที่ 3
6. อัตรากำไรสุทธิ 50% ของรายได้แต่ละปี

WIDEWALLPAPERS.RU

# ด้านการผลิตและการดำเนินงาน

WIDEWALLPAPERS.RU

# วัตถุประสงค์ด้านการผลิต

- เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในช่วงเทศกาลเพื่อเพิ่มยอดขายก่อให้เกิดกำไร เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กิจการ
- เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้ตามมาตรฐานสากล

WIDEWALLPAPERS.RU

# ปัญหาด้านการผลิต

## ความสูญเสียเนื่องจากการผลิตมากเกินไป

ใช้เวลาในการผลิตนาน เพราะเมื่อทำการผลิตแต่ละครั้งในปริมาณมาก BCB สามารถผลิตเค้ก 2000 ปอนด์ต่อวัน หรือ 1000 ก้อน แต่การผลิตจริงๆอยู่แค่ 700 ก้อน หรือ 70-90 % ซึ่งบางครั้งเป็นสินค้าที่ลูกค้าไม่ต้องการ จึงทำให้ลูกค้าได้รับสินค้าช้า และอาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจ

WIDEWALLPAPERS.RU

# ปัญหาด้านการผลิต

## แนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์

1. กำจัดจุดคอขวด โดยการศึกษาเวลาการทำงานของแต่ละขั้นตอนในการผลิตว่าทำงานสมดุลกันหรือไม่ หากพบว่าขั้นตอนใดมีกำลังการผลิตต่ำกว่าขั้นตอนอื่น ๆก็ให้จัดการแก้ไข
2. ผลิตแต่ละชิ้นงานที่ต้องกรในปริมาณที่ต้องการเท่านั้น ซึ่งจะทำให้งานระหว่างกระบวนการผลิตลดลงได้
3. ฝึกพนักงานให้มีทักษะหลายอย่างในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ทำงานได้หลายหน้าที่ เมื่อมีการเร่งด่วนก็สามารถย้ายไปช่วยสถานีอื่น อันจะทำให้การผลิตเป็นไปอย่างต่อเนื่องและลดปัญหาการผลิตที่ไม่เหมาะสมลงได้

WIDEWALLPAPERS.RU

# ปัญหาด้านการผลิต

## ความสูญเสียเนื่องจากการเก็บวัสดุคงคลังที่ไม่จำเป็น

เกิดปัญหาของเหลือของเค้ก ต้องเสียดอกเบี้ยเพิ่มมากขึ้น เท่านั้นวัสดุเกิดการเสื่อมคุณภาพถ้าขาดการจัดเก็บแบบเข้าก่อนออกก่อน (First-In-First-Out) เกิดความซ้ำซ้อนในการสั่งซื้อ ถ้าควบคุมปริมาณและตำแหน่งที่จัดเก็บไม่ถูกต้องต้องการแรงงานในการจัดการเป็นจำนวนมาก เพื่อทำการควบคุมการรับ-จ่าย ตลอดจนดูแล เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงคำสั่งผลิตก็จะเกิดวัสดุตกค้างอยู่ในคลังเป็นจำนวนมาก

WIDEWALLPAPERS.RU

# ปัญหาด้านการผลิต

## แนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์

1. การควบคุมปริมาณการสั่งซื้อจากอัตราการใช้ด้วยระบบที่ง่ายที่สุด ก็คือเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องกับวัตถุประสงค์และข้อจำกัดขององค์การมากที่สุด
2. ปรับปรุงระบบการจัดเก็บให้มีลักษณะเข้าก่อนออกก่อน
3. การผลิตแบบทันเวลาพอดี (JUST-IN-TIME : JIT) เป็นการบริหารการผลิต และเพิ่มผลผลิตของร้าน โดยทำการผลิตสินค้าให้เสร็จและจัดส่งให้กับลูกค้าให้ทันเวลา

WIDEWALLPAPERS.RU

# ด้านการจัดการ

WIDEWALLPAPERS.RU

# วัตถุประสงค์ด้านการจัดการ

- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารเรื่องพนักงาน
- เพื่อปรับปรุงระบบการดำเนินงานในร้าน BCB

WIDEWALLPAPERS.RU

# ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข

## พนักงานไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล

### แนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์

- จ้างพนักงานเพิ่มขึ้น รวมถึงการทำเพิ่ม OT ในช่วงเช้า เพื่อให้การผลิต การแต่งหน้าเค้กได้ปริมาณตามต้องการ โดยจะเพิ่มเป็น 85-100% และยังจะได้เค้กที่ใหม่และมีคุณภาพ
- นำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตให้มากขึ้น เช่น เพิ่มเครื่องตีเค้ก เป็นต้น
- การแต่งหน้าเค้กด้วนตนเอง ซึ่งทางร้านจะแต่งเป็นแบบให้แล้วประมาณ 60-80% ตามต้องการของลูกค้า และให้ลูกค้าแต่งส่วนที่เหลือตามต้องการ ซึ่งจะเป็นกิจกรรมสนุก ๆและยังเพิ่มคุณค่าของเค้กอีกด้วย
- การเปิดโรงเรียนสอนทำเค้กหรือการร่วมมือกับโรงเรียนสอนทำเค้กทำขนมให้มีกิจกรรมฝึกทำเค้กจริง ๆ ในช่วงเทศกาลตามความสมัครใจและมีค่าตอบแทนให้ด้วย

WIDEWALLPAPERS.RU

# ด้านการตลาด

WIDEWALLPAPERS.RU

# วัตถุประสงค์ด้านการตลาด

- เพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค
- เพื่อดึงดูดและกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค
- เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- เพื่อขยายการตลาดสำหรับลูกค้าไม่ใช่สมาชิกของร้าน ให้มีความกว้างขวางขึ้น

WIDEWALLPAPERS.RU

# ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทได้ให้ความสำคัญทั้งด้านคุณภาพของสินค้า และวัตถุดิบ ด้านความสด และด้านความอร่อย กระตุ้นให้ลูกค้าหันมาใจสินค้า จะใช้กลยุทธ์เพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าโดยเพิ่มรสชาติของเค้ก เป็นกลุ่มแบ่งเป็น 3 กลุ่ม เช่นเค้กกล้วยหอม เค้กใบเตย เค้กสตอเบอรี่ เค้กชาเขียว เค้กทุเรียน เค้กมะม่วง และเค้กบลูเบอรี่ เนื่องจากลูกค้าบางกลุ่มอยากจะซื้อเป็นของขวัญและอยากจะทดลอง รสชาติของเค้กที่แปลกใหม่

WIDEWALLPAPERS.RU

# เค้กรสชาติไทย ๆ

- เค้กมะม่วง
- เค้กทุเรียน
- เค้กกล้วยหอม
- เค้กใบเตย

# เค้กรสชาติอินเตอร์

- เค้กสตอร์เบอรี่
- เค้กบูเบอร์รี่
- เค้กชาเขียว

# เค้กรสชาติสากล

- เค้กวนิลา
- เค้กนมสด
- เค้กช็อคโกแล็ต

# สำหรับช่วงเทศกาล สำหรับกลุ่ม B to B

มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์พิเศษและเป็นลักษณะสำเร็จรูป ที่นำมาจัดตกแต่งหน้าแค้กได้อย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เพิ่มความรวดเร็วให้กับกระบวนการผลิตอีกด้วย คือของหวานอินเตอร์อย่างเยลลี่ตัวอักษร

WIDEWALLPAPERS.RU

# ด้านราคา (price)

กลยุทธ์ราคาชุดคือนำสินค้าชนิดเดียวกันหรือต่างชนิดกันจำนวนมากกว่าหนึ่งชิ้นมาจัดเซตขายเป็นชุดในราคาที่ถูกกว่าการซื้อสินค้าเหล่านั้นแยกชิ้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในปริมาณมาก เช่นเซต เค้กกับเครื่องดื่มประเภทสมู๊ทตี้ ถือเป็นสินค้าที่เข้าขากับเบเกอรี่ได้เป็นอย่างเน้นไปที่คุณภาพเพื่อให้ลูกค้าติดใจจะให้ผลดีกว่าในระยะยาว

WIDEWALLPAPERS.RU

BUTTER CUP
BAKERY

# HAPPY NEW YEAR

เค้ก 2 ปอนด์ 380 บาท

+

คุ๊กกี้กล่องละ 189 บาท

สมูทตี้น้ำผลไม้แก้วละ 59 บาท

~~ปกติ 628 บาท~~

**พิเศษ 559 บาท**

BUTTER CUP
BAKERY

# HAPPY NEW YEAR

เค้ก 2 ปอนด์ 380 บาท

+ 129 บาท

พิเศษ

เค้ก 1 ปอนด์

มูลค่า 190 บาท

# กลยุทธ์ทางการตลาด

## ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

รูปแบบออนไลน์

ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเตอร์เน็ตคือเว็บไซต์ในการจำหน่ายสินค้าดังนี้คือสำหรับหน้าร้านและบนเว็บไซต์คือจะต้องแยกหมวดหมู่และรายการของสินค้าลูกค้าจะได้สะดวกในการค้นหาและค้นดูลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นได้ง่ายและสะดวกมาก

-มีการสร้างหน้าเว็บ BCB

-สร้างเว็บไซต์ให้น้าเข้ามาชมและเลือกซื้อสินค้า

-เน้นจุดเด่นและจุดขายบนหน้าเว็บ

-มีการทำแบบสอบถามออนไลน์เพื่อรู้ถึงกลุ่มเป้าหมายหรือสินค้าทีได้ทำขึ้นมาถูกใจมากเพียงใด

WIDEWALLPAPERS.RU

BUTTER CUP
BAKERY

# บัตเตอร์คัพเบเกอรี่

## BCB

**คลิ๊ก!!** ตกแต่งหน้าเค้กที่นี่

ช๊อคโกแล็ตลาน่า(หน้านิ่ม)
Chocolate Lana

บัทเตอร์เค้ก
Butter Cake

โอรีโอ้กล้วยหอม
Banana OREO Cake

พาลีเน่
Palene Cake

บลูเบอรี่เค้ก
Blueberry Cake

ชาเขียวนมสด
GreenTea Fresh Milk Cake

นมสดวนิลา
Vanila Fresh Milk Cake

แบล๊คฟอเรส
Black Forest Cake

ช๊อคสตอเบอรี่
Chocolate Strawberry Cake

ช๊อคโกแล็ตลาวา
Chocolate LAVA

*เค้กสามเหลี่ยมทุกชนิดสามารถปรับเปลี่ยนการแต่งหน้า ราคาขึ้นอยู่กับความวัตถุดิบที่เพิ่มเติมแล้วแต่ตกลง

*ราคาส่ง

# กลยุทธ์ทางการตลาด

## ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เพิ่มช่องทางการขายที่สาขาย่อยในห้างสรรพสินค้าดัง ๆในต่างจังหวัดจำนวน 5 สาขาย่อย

- สาขาเซ็นทรัลพัทยา จ.ชลบุรี
- สาขาเซ็นทรัลขอนแก่น จ.ขอนแก่น
- สาขาเดอะมอลล์นครราชสีมา จ.นครราชสีมา
- สาขาบิ๊กซีหาดใหญ่ จ.สงขลา
- เซ็นทรัล เฟสติวัล เชียงใหม่ จ.เชียงใหม่

WIDEWALLPAPERS.RU

BUTTER CUP
BAKERY

# เพิ่มหน้าร้านหรือสาขาย่อยตามห้างสรรพสินค้า

## จัดโชว์สินค้าและขายแยกชิ้น

# ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

## การโฆษณา

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ของร้านเบเกอรี่จะใช้สื่อทางอินเตอร์เน็ตสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น นิตยสารต่าง ๆที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสนใจ โฆษณาหน้าร้านและป้ายโฆษณา และมีการโฆษณาในรูปแบบ VDO ที่ทางร้านจัดทำขึ้นไปไว้ในหน้าเว็บ BCB และ YouTube

การส่งเสริมการขาย บริษัทยังจัดให้มีรายการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ การส่งเสริมการขายมีบทบาทในการจูงใจให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อสินค้าขึ้น ผู้บริโภคทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและที่มิใช่กลุ่มเป้าหมาย

WIDEWALLPAPERS.RU

# Action Plan

WIDEWALLPAPERS.RU

# กิจกรรมที่ 1 โฆษณาผ่านนิตยสาร

## วัตถุประสงค์:

- เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคผ่านนิตยสารต่างและหมวดอาหาร
- เพื่อสร้างการกระตุ้นซื้อและหาข้อมูล

## การดำเนินงาน:

โฆษณาผ่านนิตยสาร 5 ฉบับได้แก่ทีวีพลู สไปซี่ Aday ครัว Foot Today เป็นนิตยสารรายเดือนโฆษณาทั้งหมดเล่มละ 3 เดือน

## ระยะเวลา :

มกราคม - เมษายน 2557,พฤศจิกายน - กุมพาพันธ์ 2558, พฤศจิกายน - กุมพาพันธ์ 2559

ค่าโฆษณา

| | |
|---|---|
| - นิตยสารทีวีพลู | 210,000 บาท |
| - นิตยสาสไปซี่ | 180,000 บาท |
| - นิตยสาAday | 195,000 บาท |
| - นิตยสาครัว | 120,000 บาท |
| - นิตยสาFoot Today | 120,000 บาท |

ทั้งหมด 5 เล่มเล่มละ 3 เดือน

รวม 2,475,000 บาท ต่อปี

รวมทั้งหมด 3 ปีเป็น รวม 7,425,000 บาท

รวมทั้งหมด 7,425,000 บาท

WIDEWALLPAPERS.RU

# กิจกรรมที่ 2 โฆษณาผ่านป้ายโฆษณา

## วัตถุประสงค์:

-เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค

-เพื่อสร้างการกระตุ้นซื้อและหาข้อมูล

## การดำเนินงาน:

โฆษณาผ่านป้ายบิวบอร์ดหน้าร้าน 10 ร้าน

ป้ายโฆษณาหน้าห้างสยามพารากอน,ป้าย LED อนุสาวรีชัยสมรภูมิ,

สื่อโฆษณาบนทีวีรถไฟฟ้า BTS ช่วงเดือน ธันวาคม-มกราคม

## ระยะเวลา :

ตลอดทั้งปี

ค่าโฆษณา

โฆษณาหน้าห้างสยามพารากอน 600,000 บาท

ป้าย LED อนุสาวรีชัยสมรภูมิ 1,000,000 บาท

สื่อโฆษณาบนทีวีรถไฟฟ้า BTS 400,000 บาท

ป้ายหน้าร้าน

ค่าทำป้าย ป้ายละ 2,000 บาท

ทั้งหมด 10 ป้าย รวม 20,000 บาท ต่อปี

รวมทั้งหมด 3 ปีเป็น รวม 60,000 บาท

รวมทั้งหมด 2,060,000 บาท

WIDEWALLPAPERS.RU

# กิจกรรมที่ 3 สร้างสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Youtube

**วัตถุประสงค์:**
- เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค
- เพื่อสร้างการกระตุ้นซื้อและหาข้อมูล
- เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชอบใช้อินเตอร์เน็ต

**การดำเนินงาน:**

สร้างโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเบเกอร์รี่ของร้านคุณค่า ในการให้เค้กเป็นของขวัญในช่วงเทศกาลสำคัญ โดยนำเสนอผ่านสื่อ Youtube

**ระยะเวลา :**

ตลอดทั้งปี

ค่า ใช้จ่ายในการถ่ายทำ

ค่าพรีเซนเตอร์ 4 คน คนละ 5,000 บาท

ค่าอุปกรณ์ประกอบฉาก 20,000 บาท

ค่าจ้างการถ่ายทำและตัดต่อ 30,000 บาท

รวมทั้งหมด 70,000 บาท

WIDEWALLPAPERS.RU

# โฆษณาผ่านทางแฟนเพจ เฟสบุ๊ค

**วัตถุประสงค์:**

-เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค
-เพื่อสร้างการกระตุ้นซื้อและหาข้อมูล
-เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชอบเล่น เฟสบุ๊ค
-เพิ่มความสนุกในการใช้เฟสบุ๊คผ่านแฟนเพจร้าน

ค่า ใช้จ่ายในการพัฒนาแอฟพลิเคชั่น
ค่าโปรแกรมเมอร์ 1 คน 50,000 บาท
รวมทั้งหมด 50,000 บาท

**การดำเนินงาน:**

สร้างแฟนเพจของร้านบัตเตอร์คัพเบเกอรี่ เพื่อเป็นช่องทางในการโฆษณาสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น สมาชิกสามารถแต่งหน้าเค้กและใส่ข้อความบนเค้กผ่านแอฟของร้านไปโพสในหน้าเฟสของเพื่อนที่ตรงกับวันเกิดได้ฟรี

**ระยะเวลา :**

ตลอดทั้งปี

WIDEWALLPAPERS.RU

BUTTER CUP
BAKERY

# สร้างแฟนเพจ เฟสบุ๊ค

# กิจกรรมที่ 5 กิจกรรมแจกเค้กตัวอย่าง

**วัตถุประสงค์:**
- เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค
- เพื่อสร้างการกระตุ้นซื้อและหาข้อมูล
- เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสชิมเค้กของร้าน BCB

**การดำเนินงาน:**

เป็นกิจกรรมแจกเค้กและคุ๊กกี้ตัวอย่างโดยเป็นเค้กและคุ๊กกี้ขนาดเล็กแจกตามห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพ

**ระยะเวลา :**

1 มกราคม 2557,31 มกราคม 2558

ค่าใช้จ่าย

ค่าพนักงานแจกสินค้า 6 คน คนละ 1,000 บาท

ค่าในการแจก 5,000 ชิ้นชิ้นละ 15 บาท

รวม 75,000 บาท

รวมทั้งหมด 81,000 บาท 2 ครั้ง

รวม 162,000 บาท

WIDEWALLPAPERS.RU

BUTTER CUP
BAKERY

# กิจกรรมแคมเปญ

# แจกเค้กตัวอย่าง

## ตามห้างสรรพสินค้า

# กิจกรรมที่ 6 แคมเปญ ชิม-แช๊ะ-แชร์

**วัตถุประสงค์:**
- เพื่อสร้างการกระตุ้นซื้อและหาข้อมูล
- เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- เพื่อเพิ่มยอดขายของร้าน
- เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

**การดำเนินงาน:**

เป็นกิจกรรมกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคซื้อเค้กร้านบัตเตอร์คัพเบเกอรี่ เป็นกิจกรรมให้ผู้บริโภคได้ชิมเค้กร้าน BCB แล้วร่วมถ่ายรูปกับเค้กโดยมีโลโก้แบรนด์ของร้านอยู่ด้วย เพื่อชิงของรางวัลของที่ระลึกจากทางร้าน พร้อมลุ้นรับส่วนลด 90%ของเค้กและเบเกอรี่ในร้าน

**ค่าใช้จ่าย**

ค่าโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา นิตยสาร วิทยุ 300,000 บาท

ค่าของรางวัลและของที่ระลึก 60,000 บาท

รวมทั้งหมด 360,000 บาท

**ระยะเวลา :**

ตุลาคม 2558 - พฤษภาคม 2559

WIDEWALLPAPERS.RU

BUTTER CUP
BAKERY

# กิจกรรมแคมเปญ

# ชิม-แช๊ะ-แชร์

ถ่ายรูปร่วมกับกับเค้ก
และแบรนด์ของร้าน BCB

ร่วมรับ รางวัลของที่ระลึก
และส่วนทางร้าน ลุ้นเค้กฟรี
1 ปอนด์

# แผนปฏิบัติงาน

| กิจกรรม | 2557 | | | | 2558 | | | | 2559 | | | | งบประมาณ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| โฆษณาผ่านนิตยสาร | ↔ | ↔ | | ↔ | ↔ | | | ↔ | ↔ | | | | 7,425,000 บาท |
| โฆษณาผ่านป้ายโฆษณา | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | 2,060,000 บาท |
| สร้างสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Youtube | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | 70,000 บาท |
| โฆษณาผ่านทางแฟนเพจ เฟสบุ๊ค | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | ↔ | 50,000 บาท |
| กิจกรรมแจกเค้กตัวอย่าง | ↔ | | | ↔ | | | | | | | | | 162,000 บาท |
| แคมเปญ ชิม-แช๊ะ-แชร์ | | | | | | | | ↔ | ↔ | | | | 360,000 บาท |
| รวมทั้งหมด | | | | | | | | | | | | | 10,127,000บาท |

WIDEWALLPAPERS.RU

# ด้านการเงิน

WIDEWALLPAPERS.RU

# วัตถุประสงค์ด้านการเงิน

- เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กิจการ
- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเพิ่มกำไรให้กับธุรกิจ

# ปัญหาและวิธีแก้ปัญหา

ที่ผ่านมานั้นธุรกิจมีฐานะการเงินขาดทุน หนี้สินหมุนเวียนปี 2555 ค่อนข้างเพิ่มมากจาก ปี 2554 ดังนั้นจะต้องเพิ่มสภาพคล่องให้กับกิจการในปี 2556 โดย เพิ่มยอดขายการส่งเสริมการขายให้มากขึ้นและลดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารการตลาดที่สูงเกินความจำเป็นออกซึ่งอาจจะส่งผลต่อกำไรของกิจการเพิ่มขึ้น โดยมีค่าใช้จ่ายดังต่อไปนี้

WIDEWALLPAPERS.RU

# ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและการดำเนินงาน

อัตราค่าจ้างต่อชั่วโมงปกติของเรานั้นอยู่ที่ 37.50 บาทต่อชั่วโมง 300 บาท / 8 ชั่งโมง

ค่าพนักงานทำงานล่วงเวลา OT

วันทำงานปกติ 1.5 เท่า ( 37.50 * 1.5)* 3 ชั่งโมง เวลา 04.00-06.00 น.

วันหยุดจะเท่ากับ 3.0 เท่า ( 37.50 * 3.0)* 3 ชั่งโมง

ค่าพนักงาน Part-time ชั่วโมงล่ะ 30 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการแต่งหน้าเค้กสำเร็จรูป

แม่พิมพ์วุ้นพิมพ์วุ้นพลาสติก 100 - 200 บาท / พิมพ์

ผงเยลลี่คาร์ราจีแนน บรรจุ 1 Kg/ถุง ราคา 845 บาท/สัปดาห์

WIDEWALLPAPERS.RU

# ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

## ค่าใช้จ่ายในการเพิ่มสาขาย่อย

| | |
|---|---|
| อุปกรณ์ในการจัดร้าน | 36,000 บาท/ต่อสาขา |
| เงินเดือนพนักงาน | 8,000 บาท/คน/3 คนต่อสาขา |
| เค้กตัวอย่าง | 34,000 บาทต่อเดือน |
| ค่าเช่าสถานที่ | 25,000บาท/เดือน |
| รวมทั้งหมด | 119,000 บาท ต่อสาขา |

WIDEWALLPAPERS.RU

# ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

## ค่าใช้จ่ายในการสื่อสารและส่งเสริมทางการตลาด

| | |
|---|---|
| โฆษณาผ่านนิตยสาร | 7,425,000 บาท |
| โฆษณาผ่านป้ายโฆษณา | 2,060,000 บาท |
| สร้างสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Youtube | 70,000 บาท |
| โฆษณาผ่านทางแฟนเพจ เฟสบุ๊ค | 50,000 บาท |
| กิจกรรมแจกเค้กตัวอย่าง | 162,000 บาท |
| แคมเปญ ชิม-แช๊ะ-แชร์ | 360,000 บาท |
| รวมทั้งหมด | 10,127,000บาท |

WIDEWALLPAPERS.RU

# THE END

WIDEWALLPAPERS.RU