

สารบัญ

บทที่ 1 ภาพรวมองค์กรและผลิตภัณฑ์	1
วิสัยทัศน์	1
พันธกิจขององค์กร	1
วัตถุประสงค์ขององค์กร	3
รูปแบบธุรกิจ (ที่มาของรายได้และกำไร)	3
คุณค่าที่องค์กรเสนอให้กับลูกค้า	4
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของรูปแบบธุรกิจ	5
กลยุทธ์ทางธุรกิจ	6
<i>Focus Group</i> กลยุทธ์มุ่งเน้นลูกค้า	6
<i>Differentiation</i> กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง	7
บทที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์	8
สภาวะแวดล้อมโดยทั่วไป	8
สภาพตลาดสินค้า/บริการ	10
สภาวะแวดล้อมทางการแข่งขัน	12
<i>Five Forces Analysis</i>	12
<i>SWOT Analysis</i>	14
การวิเคราะห์คู่แข่ง	16
บทที่ 3 การวิเคราะห์การวิจัยตลาด	17
วัตถุประสงค์การวิจัย	17
ระเบียบวิธีวิจัย	17
สรุปผลการวิจัย	18
บทที่ 4 แผนการตลาด	24
การแบ่งส่วนตลาด (MARKET SEGMENTATION)	24
การเลือกตลาดเป้าหมาย (MARKET TARGETING)	26
การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (MARKET POSITIONING)	26
ส่วนประสมทางการตลาด (MARKETING MIX)	28
แผนการจัดกิจกรรมทางการตลาด	32

บทที่ 5 การออกแบบ พัฒนา และวางแผนปฏิบัติการ.....	33
TECHNOLOGY DEVELOPMENT – การออกแบบพัฒนาเว็บไซต์.....	33
TECHNOLOGY DEVELOPMENT – การออกแบบพัฒนาระบบ CRM.....	35
PROCUREMENT & SALES & SERVICE – การเลือกสินค้า การขายสินค้า และบริการหลังการขาย.....	36
OUTBOUND LOGISTIC – การจัดส่งสินค้า	37
ระบบการชำระเงิน	38
บทที่ 6 กลยุทธ์องค์กร.....	40
โครงสร้างของกลุ่มผู้บริหารบริษัท XPLODINGOFFER.COM	40
แผนกำลังคน	41
สถานที่ตั้งสำนักงาน	42
บทที่ 7 แผนการเงิน.....	43
สมมุติฐานทางการเงิน.....	43
การประมาณการยอดขาย	44
เงินลงทุนขั้นต้น.....	44
การประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	45
งบประมาณเงินสด 3 ปี.....	46
งบกำไรขาดทุน	49
งบกระแสเงินสด.....	50
งบดุล	51
การประเมินโครงการลงทุน	52
บทที่ 8 การบริหารความเสี่ยงและแผนฉุกเฉิน	56
ภาคผนวก ก.....	58
ภาคผนวก ข.....	66
ภาคผนวก ค.	70
ภาคผนวก ง.	71
บรรณานุกรม	72