

ตลาดเกษตรกร



นวัตกรรมการตลาดเพื่อผู้บริโภค



ความสัมพันธ์ของ Business Model Canvas และเทคนิควิเคราะห์ทางการตลาด

2. ผลกระทบทดแทน (Force#2)



3.อำนาจการ
ต่อรองของ
ซัพพลายเออร์
(Force#3)

1.อำนาจการ
ต่อรองของลูกค้า
(Force#1)

4.คู่แข่งรายใหม่ที่
จะเข้ามาสู่ตลาด
(Force#4)

5.สภาพการ
แข่งขันปัจจุบัน
ในอุตสาหกรรม
(Force#5)

P (Positioning)
การกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจ

ตัวอย่างการวิเคราะห์เพื่อสร้างนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อผู้บริโภค

