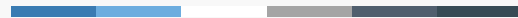




SAINOM'S FRANCHISE

BOOST UP GO TO PARTNER



TO BE THE DESTINATION DESSERT STORE IN ASEAN

WHO ARE WE ?

พวกเราคือใคร เพื่อนซี้สายหวาน ร้านนมที่เป็นมากกว่าคาเฟ่



“เพื่อนซี้สายหวาน” ที่มีความหลากหลาย
เกิดมา...ทำงานเพื่อส่งมอบความสุขให้คนที่ชอบทาน
ของหวาน ที่มีความหลากหลาย คุ่มค่า ครบ ที่เดียวจบ



“ยิ้มแย้มเป็นกันเองเหมือนมาบ้านเพื่อนซี้
ที่สะดวกสบาย”
บริการลูกค้าด้วยความพร้อม และรวดเร็วของ
พนักงานทุกคน เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีสบายๆ



เป็น “จุฬารวมพลของคนไส้ใจ”

คนขาย..ไส้ใจ ในประสบการณ์ที่ดีของลูกค้านักทุกเพศทุกวัย
ลูกค้า..เชื้อใจ ชื่นชอบ และมั่นใจที่จะแนะนำคนรัก คนที่
ตนเองไส้ใจมาทานสินค้าของเรา



“เป็นร้านนมที่มากกว่าคาเฟ่”

ส่งมอบสินค้าด้วยความคุ้มค่า ด้านคุณภาพ , รสชาติ
หน้าตา ความสะอาด และความรวดเร็ว



ขยายสาขา 2 พัฒนาสินค้า

เพิ่มพื้นที่ให้บริการภายในร้าน เริ่มเป็นที่รู้จักของคนในย่านนนทบุรี

2014

FUN

2013

START



จุดเริ่มต้น..จากร้านนมรถเข็น

ที่ทำน้ำปากเกร็ด ที่ตั้งใจส่งมอบสินค้าคุณภาพให้กับลูกค้า ดึงดูดด้วยการตลาด Online to Offline ส่งเสริมการขายด้วยกลยุทธ์การตลาด 4P



ไฟไหม้ที่สาขาแรกที่เป็นบ้านด้วย

เกิดเหตุการณ์ไฟไหม้ที่สาขาแรกที่กาน้ำปากเกร็ด และเป็นจุดเปลี่ยนให้ศึกษาพัฒนาแบรนด์เป็นรูปแบบเฟรนไชส์

2016

SIMPLE

2015



ขยายสาขาเพิ่มรวมกันเป็น 4 สาขา

บุกตลาดสินค้าหอมหวาน ก่อนที่บิงซูจะเป็นที่นิยมของคนไทย และ พัฒนาแบรนด์เข้าสู่ห้างสรรพสินค้า



ขยายมากกว่า 35 สาขา

ขยายสาขาสร้างแบรนด์ด้วยระบบแฟรนไชส์มาตรฐาน เริ่มเป็นที่รู้จักระดับประเทศ มีสาขาที่ประสบความสำเร็จมากกว่า 35 สาขา

2018

MAGICAL

2017



กำหนดวิสัยทัศน์ร้านใส่โนม

สร้างแบรนด์ร้านใส่โนม โดยกำหนดวิสัยทัศน์ว่า... เราจะเป็นร้านขนมหวานที่เป็นจุดหมายปลายทางของลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน

TO BE THE DESTINATION DESSERT STORE IN ASEAN

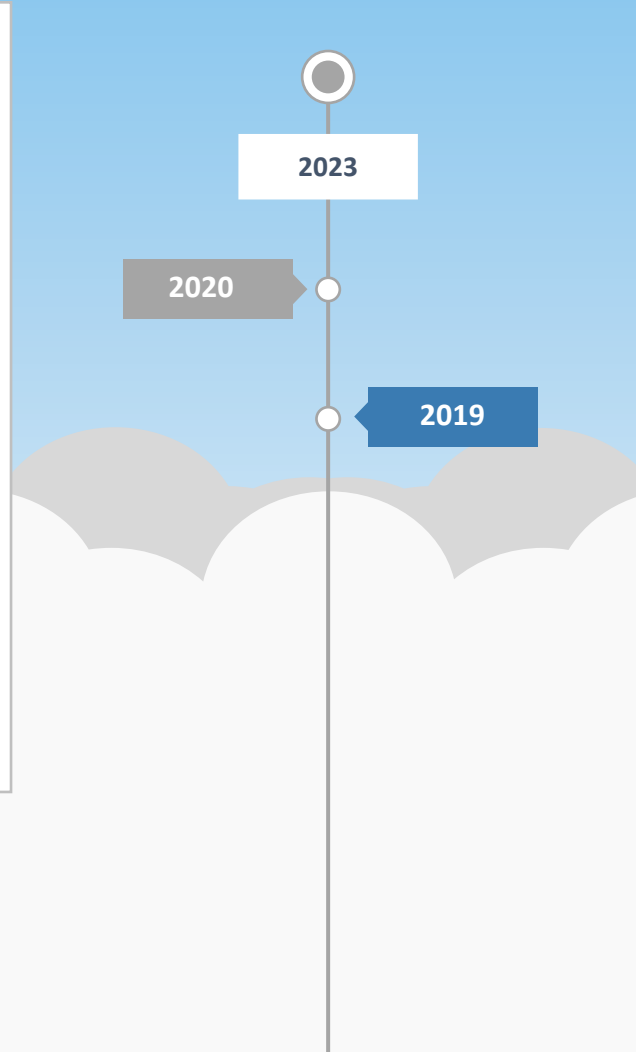
เราจะเป็นร้านขนมหวานที่เป็นจุดหมายปลายทางของลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน



กำหนดยุทธศาสตร์ SaiNom's 4D

ร่วมโครงการ B2B และ FRANCHISE STANDARD ของ DBD

กำหนดยุทธศาสตร์ SaiNom's 4D Drive thru / Delivery / Digital marketing / Delicious products เพื่อพาแบรนด์ไปสู่วิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ในปี 2023




แฟรนไชส์...ร้านใส่นม
นับวันความสำเร็จเร็วกว่า 50 สาขา ทั่วประเทศ

ขยายสาขาไปมากกว่า 50 สาขาทั่วประเทศ

เข้าพัฒนาแบรนด์กับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (DBD) โครงการ SMART RESTAURANT รุ่น 1 และขยายสาขาไปมากกว่า 50 สาขาทั่วประเทศ



VISION

เราจะเป็นร้านขนมหวานที่เป็นจุดหมายปลายทางของลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน

TO BE THE DESTINATION DESSERT STORE IN ASEAN

MISSION

พันธกิจของร้านใส่นม



Quality
สร้างมาตรฐานระดับสูง
ให้กับคุณภาพสินค้า



Service
การบริการที่รวดเร็ว



Value
ส่งมอบความคุ้มค่าให้ลูกค้า



Concept
รักษาปัจจัยความสำเร็จ



BRAND CONCEPT

ปัจจัยความสำเร็จของแบรนด์ คือสิ่งที่เราส่งมอบให้กับลูกค้า

จุดรวมพลของคนใส่ใจ

คนขาย...ใส่ใจ ในคุณภาพ มาตรฐานการทำสินค้าทุกชิ้น ให้ออกมาอร่อย , สะอาด , รวดเร็ว , หน้าตาดี รู้ใจลูกค้า
ลูกค้า...ใส่ใจ ชื่นชอบ และมั่นใจที่จะแนะนำคนรัก คนที่ตนเองใส่ใจมาทานสินค้าของเรา

มีความหลากหลาย

มีการออกสินค้า SEASONING ตามฤดูกาลหรือกระแสขนมหวานตลอดเวลา คงความหลากหลายแต่เข้าใจในมุมมองกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตามแนวคิดเพื่อนช้สายหวาน



ความคุ้มค่า

ทั้งความเหมาะสมของราคา , โปรโมชันพิเศษที่มอบให้แก่ลูกค้า และความสะดวกรสบาย ผ่านแนวคิด การเป็นร้านนมที่มากกว่ากาแฟ ที่มีบริการ เดลิเวอรี่ , โดฟท์กู และสั่งอาหารล่วงหน้าผ่านโมบายแอปพลิเคชัน

บรรยากาศร้านสบายน่านั่ง

มุ่งเน้นสร้างบรรยากาศที่ ยิ้มแย้มเป็นกันเองเหมือนมาบ้านเพื่อนช้ ที่สะดวกสบาย ฟ่อนคลายสไตล์กาแฟ ที่มีโทนสีวางสะอาดสะอ้าน เพลงกันสมัย กลิ่นหอมธรรมชาติ อุ่นทรมามีการควบคุมอย่างเหมาะสม

SaiNom's Target Group

กลุ่มสายหวาน ไม่ว่าจะเป็นสาย Full time , สายหวาน Part Time , สายหวานทานคลีน (แตก) ในวันพิเศษ และสายหวานที่ชอบทานขนมหวานที่ไม่หวาน มีความชื่นชอบในร้านนม นมหวาน

ที่อร่อย สะอาด คุ้มค่า คุ้มราคา มีสินค้าหลากหลาย บรรยากาศสบายๆชื่นชอบในการถ่ายรูป และ ร้านที่มีบริการที่เอาใจใส่ในประสบการณ์ที่ดี ของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ปลูกฝังแนวคิด "จุดรวมพลังของคนใส่ใจ" ทำให้ลูกค้าเชื่อใจ



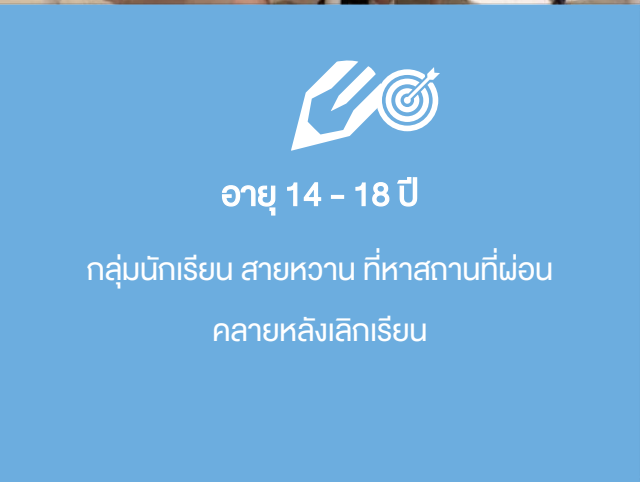
อายุ 19 - 22 ปี

กลุ่มนักศึกษาสายหวานปาร์ตี้ ที่หาร้านชิลๆ
สร้างความบันเทิงได้ทั้งวัน



อายุ 31 - 41 ปี

กลุ่มครอบครัว ลูกเล็กสายหวานทานคัมที่ขยายตัว
จาก 3 กลุ่มแรกและส่งลูกค้ากลับเข้ากลุ่ม 14 -18 ปี



อายุ 14 - 18 ปี

กลุ่มนักเรียน สายหวาน ที่หาสถานที่ผ่อน
คลายหลังเลิกเรียน



อายุ 23 - 30 ปี

กลุ่มหนุ่มสาว คนทำงาน ที่หาร้านทานมือเที่ยงที่
สะดวกรวดเร็ว และชิวเอาทีได้หลังเลิกงาน



เครื่องดื่ม

ราคาเริ่มต้น 20 -100 บาท

เมนูมสดหลากหลายรสชาติ ทั้งร้อน เย็น บั่น ซานมไข่มุกไข่มุก , บราวซูก้า , กาแฟ และ ผลไม้สดมุกที่ที่สามารถทานกับโยเกิร์ตได้อย่างเข้ากัน มากกว่า 50 เมนู



บิงซู ไอศกรีม

ราคาเริ่มต้น 60 - 200 บาท

ขนมบิงทานกับไอศกรีมเกล็ดหิมะ ลาเวนเดอร์ไฟหลากหลายรสชาติ , บิงซู ทานกับท็อปปิ้งวิปครีม และอื่นๆ อีกมากมาย ตามแบบฉบับของร้านใส่เมนู อีกมากกว่า 20 เมนู



ทองหวาน

ราคาเริ่มต้น 30 - 150 บาท

ขนมปังปังหลากหลายหน้า เช่น เนยนมสังขยา , บราวนี่ , วิปครีม , สตอเบอร์รี่ ช็อคโกแลต และ เมนูวาฟเฟิล , บิงเย็น อันนี้โกสต์ ทั้งคาว หวาน และ ชีส มากกว่า 40 เมนู



อาหาร ทองว่าง

ราคา 60 - 200 บาท

ข้าวโพดขี้ส , สปาเกตตี้ , กะเพราไก่กรอบ ข้าวยำ , โทกทอด , นกเก็ต , เฟรนฟราย คลุกฝุ่น รสชาติหลากหลาย เหมาะกับทั้งเด็ก และ ผู้ใหญ่ สามารถทานเป็นอาหารมื้อหลัก และ ของทานเล่นได้อีกมากกว่า 30 เมนู

ปังสตีกสังขยา

ราคา 55 บาท

1 ในชิกเนเจอร์ที่ครองใจใครหลายคน และต้องกลับมาซ้ำคือ "สังขยา" หอม ไบเตย หอมนม หวานมัน และที่สำคัญ เราทำสดใหม่ทุกวัน ทานคู่ขนมปังสตีกกรอบๆ



วาฟเฟิลบราวนี่

ราคา 89 บาท

เมนูที่เปิดตัวมาก็ได้รับความนิยมอย่างล้นหลามด้วยรูปลักษณ์ที่แปลกใหม่ เป็นที่จดจำ และสำคัญกว่าคือรสชาติ แป้งวาฟเฟิลที่เป็นสูตรลับกรอบนอกนุ่มใน พร้อมส่วนผสมต่างๆที่เสิร์ฟเข้ามาในจานคุ้มค่าที่จะโดนอย่างแน่นอน



โคตรซ็อก

ราคา 50 บาท

เครื่องดื่มชิกเนเจอร์ที่ครองใจสายซ็อกโกแลตเข้มข้น ด้วยสูตรพิเศษที่ไม่เหมือนใครตอกย้ำความเข้มข้นกับซอสซ็อกโกแลตรอบแก้ว และเสริมความนุ่มละมุนด้วยวิปครีม



ลาวาภูเขาไฟ

ราคา 85 บาท

เมนูชิกเนเจอร์ที่อยู่คู่ใจคนมาอย่างเนิ่นนาน แต่ยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่องด้วยราคาที่เป็นมิตร กับส่วนผสมทุกอย่างที่เราให้แบบจุใจ ภูมิใจชาวแก๊งค์ทั้งวัยเรียน วัยทำงาน

รักษาปัจจัยความสำเร็จด้วยแนวคิด " เพื่อนซี้สายหวาน "



STORE MODEL & BRANCH

มุ่งเน้นสร้างบรรยากาศที่ ยิ้มแย้มเป็นกันเองเหมือน
มาบ้านเพื่อนซี้ ที่สะดวกสบาย ผ่อนคลายสไตล์คาเฟ่
ที่คุ่มโทนสีขาวสะอาดสะอ้าน เพลงกันสมัย กลิ่น
หอมธรรมชาติ อุ่นหฤหิมมีการควบคุมอย่าง
เหมาะสม



SaiNom's 2 Models



ร้านในห้างสรรพสินค้า

เน้นเป็นโซนเปิด เข้าถึงได้ง่าย ใช้บรรยากาศห้างร่วมกับบรรยากาศร้าน ส่งมอบความสะดวกสบายสไตล์คาเฟ่ในห้าง



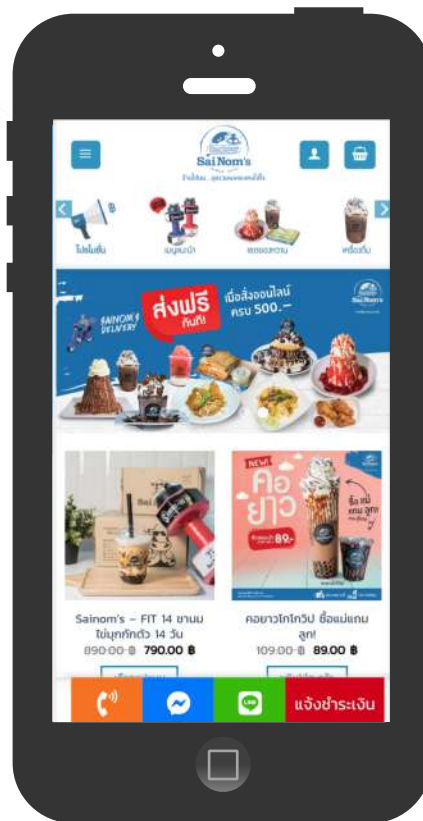
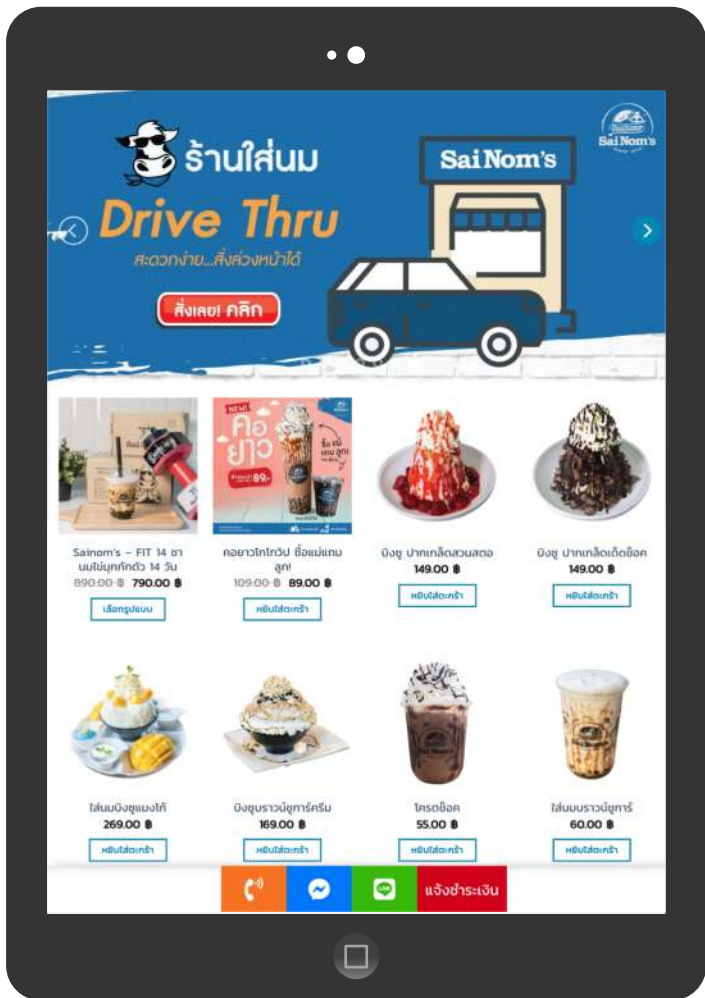
ร้านในอาคารพาณิชย์ หรือ สแตนอโลน

เน้นคุมโทนสีขาว สะอาดสะอาด ผสมกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ เปิดเพลงทันสมัย กลิ่นหอมธรรมชาติ อุ่นหุภูมิมีการควบคุมอย่างเหมาะสม

รักษาปัจจัยความสำเร็จด้วยแนวคิด "ยิ้มแย้มเป็นกันเองเหมือนมาบ้านเพื่อนซี้ที่สะดวกสบาย"

SaiNom's Highlight

ยุทธศาสตร์ 4D เพื่อพาแบรนด์ร้านใส่นมไปสู่วิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ในปี 2024 ด้วยแนวคิดการ “เป็นร้านนมที่มากกว่ากาแฟ”



- 1 **Drive thru** เพิ่มความสะดวกและลดเวลารอคอยของลูกค้า ด้วยการสั่งผ่านโมบายแอปก่อนเข้ามารับสินค้าที่ร้าน หรือสั่งล่วงหน้าก่อนเดินทางมาทานที่ร้าน
- 2 **Delivery** ด้วยระบบของทางร้านใส่นมเพิ่มช่องทางการขาย ลดการจ่ายค่า GP ให้กับทาง Platform Delivery ต่างๆ
- 3 **Digital Marketing** ด้วยระบบ CRM และสะสมแต้ม เปลี่ยนจาก Customer ให้เป็น User
- 4 **Delicious Product** ผ่านการทำ R&D สินค้าอย่างต่อเนื่อง

SaiNom's Support

ระบบสนับสนุนตั้งแต่การเริ่มต้น ไปจนถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการ
สร้างยอดขาย ทั้งในด้าน การตลาด , การปฏิบัติงาน และ ระบบไอที



Initial Processes

คุณสมบัติผู้สมัคร และ กระบวนการเริ่มต้น

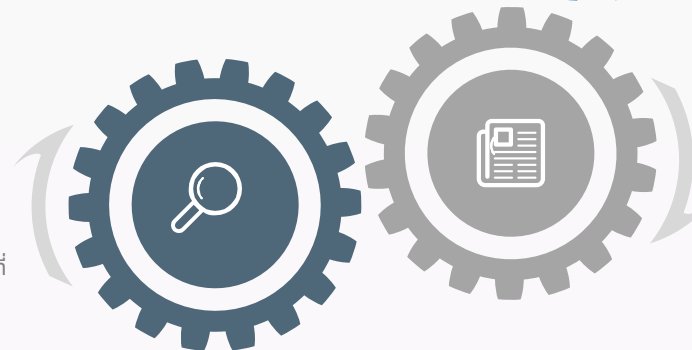


Step E เปิดตามกำหนดการ
พร้อม ทีมงาน Support ดูแล 5 วัน



Step D เข้าฝึกอบรม 7+7
พร้อมวางแผนเรื่องการสั่ง
วัตถุดิบและอุปกรณ์

Step C ดำเนินการสร้างร้าน
พร้อมจัดหา บุคลากรและวาง
กำหนดการฝึกอบรม



Step B ทำสัญญาแฟรนไชส์
ออกแบบ 3D / วางแผนกำหนดการสร้างร้าน
ระยะเวลาการก่อสร้าง และ กำหนดการเปิด

คุณสมบัติหลัก

พร้อมใส่ใจ ลงมือปฏิบัติงานเองได้ และเป็นผู้บริหารจัดการธุรกิจเอง

1

พร้อมเรียนรู้การทำงานด้วยตนเองทั้ง OP และ MKT

2

พร้อมทำตามนโยบายที่แบรนด์กำหนด

3

มีความพร้อมทางด้านเงินลงทุน

4

การคัดเลือกแฟรนไชส์ซี

คือ...ส่วนสำคัญที่สุดในการสร้างระบบแฟรนไชส์ที่สำเร็จ เพราะเปรียบเสมือนการเลือกคู่แต่งงาน หากได้คู่ดีก็มีชัยไปกว่าครึ่งทาง

Step A ตรวจสอบคุณสมบัติ
เพื่อผ่านการคัดเลือก และ ทำการจองพื้นที่
ขาย ก่อนนัดวันเข้าคัดกรองทำเลขาย

Investment Model

รูปแบบการลงทุนร้านใส่นม

รายละเอียด	อาคารพาณิชย์ หรือ สตูดิโอ	ในห้างสรรพสินค้า
ขนาดพื้นที่	40 – 50 ตารางเมตร	40 – 50 ตารางเมตร
ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์	250,000	250,000
ค่าออกแบบ	×	50,000
ค่าจัดทำป้าย	75,000	75,000
ค่าครัว + อุปกรณ์ครัว	225,000	300,000
ค่าก่อสร้างพร้อมตกแต่ง	650,000	900,000
ค่าอื่นๆ	50,000	50,000
งบลงทุนรวมทั้งหมด	1,250,000	1,625,000



คำนวณรายได้ต่อเดือน

อาคารพาณิชย์ หรือ สแตนอไลน์

จำนวนบิล : วัน
80 บิล

ค่าเฉลี่ย : บิล
135 บาท

ยอดขาย : วัน
10,800 บาท

ยอดขาย : เดือน
324,000 บาท

COST STRUCTURE อาคารพาณิชย์

รายละเอียด	%	ยอดเงิน
TOTAL SALES	100%	324,000
ค่าแรง	20%	65,000
ค่าเช่าที่	7.7%	25,000
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์อื่นๆ	1%	3,240
FIXED COST	28.7%	93,240
ต้นทุนอาหาร	40%	129,600
ค่าสาธารณูปโภค	5%	16,200
ค่าส่งเสริมการตลาด	1%	3,240
ค่าลิขสิทธิ์	3%	9,720
VARIABLE COST	49%	158,760
NET PROFIT	22.3%	72,000



ค่าแรง			
ตำแหน่ง	จำนวน	ค่าจ้าง	คิดเป็นเงิน
ผจก. ร้าน	1	15,000	15,000
รอง ผจก. ร้าน	1	12,000	12,000
ผลิตสินค้า	4	9,500	38,000
รวมทั้งสิ้น			65,000

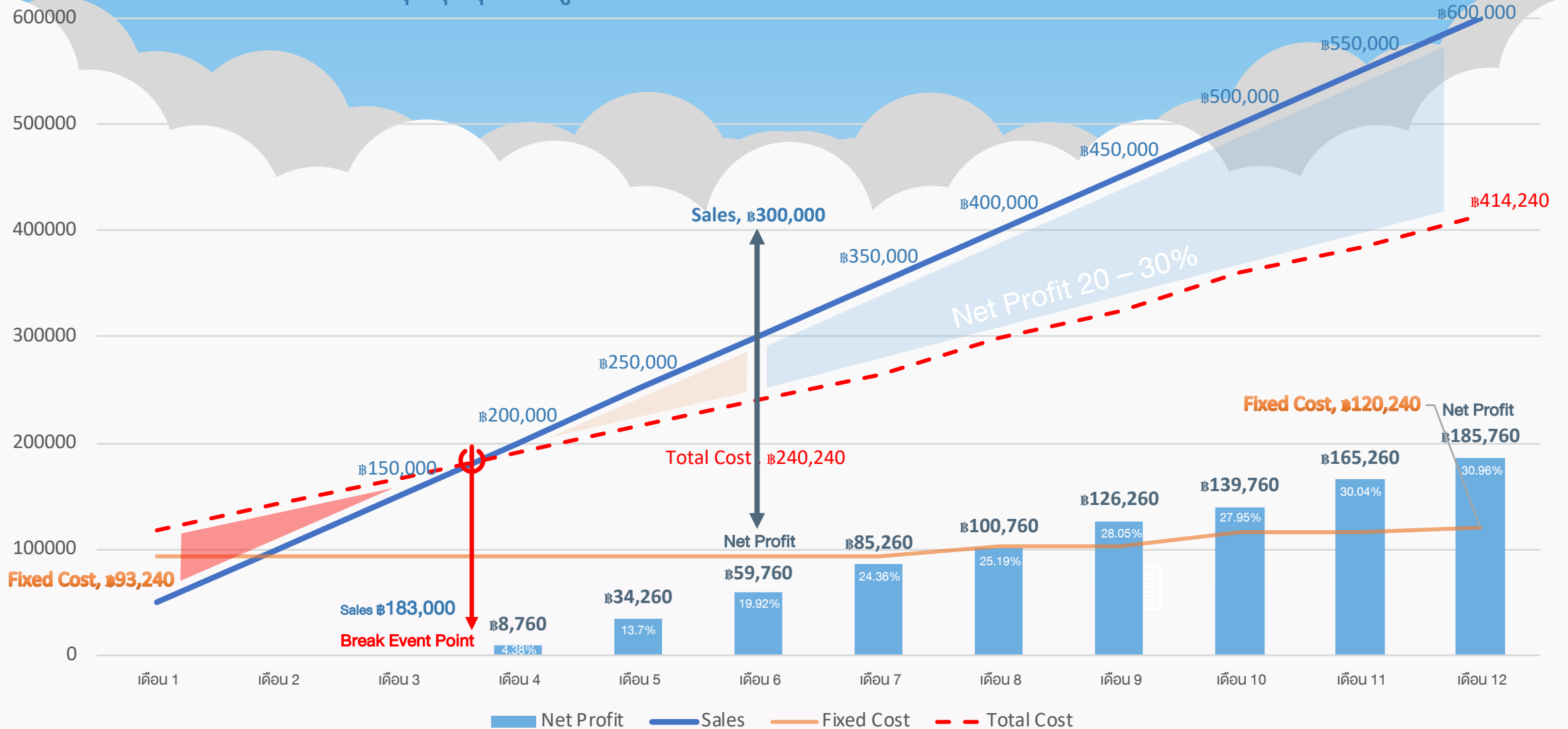
■ กำไรสุทธิ

■ ค่าใช้จ่าย



Break event point & Profit Model

จุดคุ้มทุน และ รูปแบบการทำกำไร ร้านในอาคารพาณิชย์ หรือ สแตนออนไลน์



Payback Period

1.	เงินลงทุน (ร้านในอาคารพาณิชย์)	1,250,000 บาท
2.	ยอดขายต่อเดือน	324,000 บาท
3.	กำไรสุทธิเดือนละ	72,000 บาท
4.	กำไรสุทธิปีละ	864,000 บาท
5.	ROI (return on investment)	69.12% : ปี
6.	ระยะเวลาคืนทุนประมาณ	1ปี 6 เดือน

Target

80บิล : วัน

135฿ : บิล

Avg. 10,800฿ : วัน



Investment Model

รูปแบบการลงทุนร้านใส่นม

รายละเอียด	อาคารพาณิชย์ หรือ สตูดิโอ	ในห้างสรรพสินค้า
ขนาดพื้นที่	40 – 50 ตารางเมตร	40 – 50 ตารางเมตร
ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์	250,000	250,000
ค่าออกแบบ	×	50,000
ค่าจัดทำป้าย	75,000	75,000
ค่าครัว + อุปกรณ์ครัว	225,000	300,000
ค่าก่อสร้างพร้อมตกแต่ง	650,000	900,000
ค่าอื่นๆ	50,000	50,000
งบลงทุนรวมทั้งหมด	1,250,000	1,625,000



จำนวนบิล : วัน
80 บิล



ค่าเฉลี่ย : บิล
150 บาท



ยอดขาย : วัน
12,000 บาท



ยอดขาย : เดือน
360,000 บาท

คำนวณรายได้ต่อเดือน

ร้านในห้างสรรพสินค้า

COST STRUCTURE ร้านในห้างสรรพสินค้า

รายละเอียด	%	ยอดเงิน
TOTAL SALES	100%	360,000
ค่าแรง	18.05%	65,000
ค่าเช่าที่	12.5%	45,000
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์อื่นๆ	1%	3,600
FIXED COST	31.55%	113,600
ต้นทุนอาหาร	35%	126,000
ค่าสาธารณูปโภค	5%	18,000
ค่าส่งเสริมการตลาด	1%	3,600
ค่าลิขสิทธิ์	3%	10,800
VARIABLE COST	44%	158,400
NET PROFIT	24.45%	88,000



ค่าแรง			
ตำแหน่ง	จำนวน	ค่าจ้าง	คิดเป็นเงิน
ผจก. ร้าน	1	15,000	15,000
รอง ผจก. ร้าน	1	12,000	12,000
ผลิตสินค้า	4	9,500	38,000
รวมทั้งสิ้น			65,000

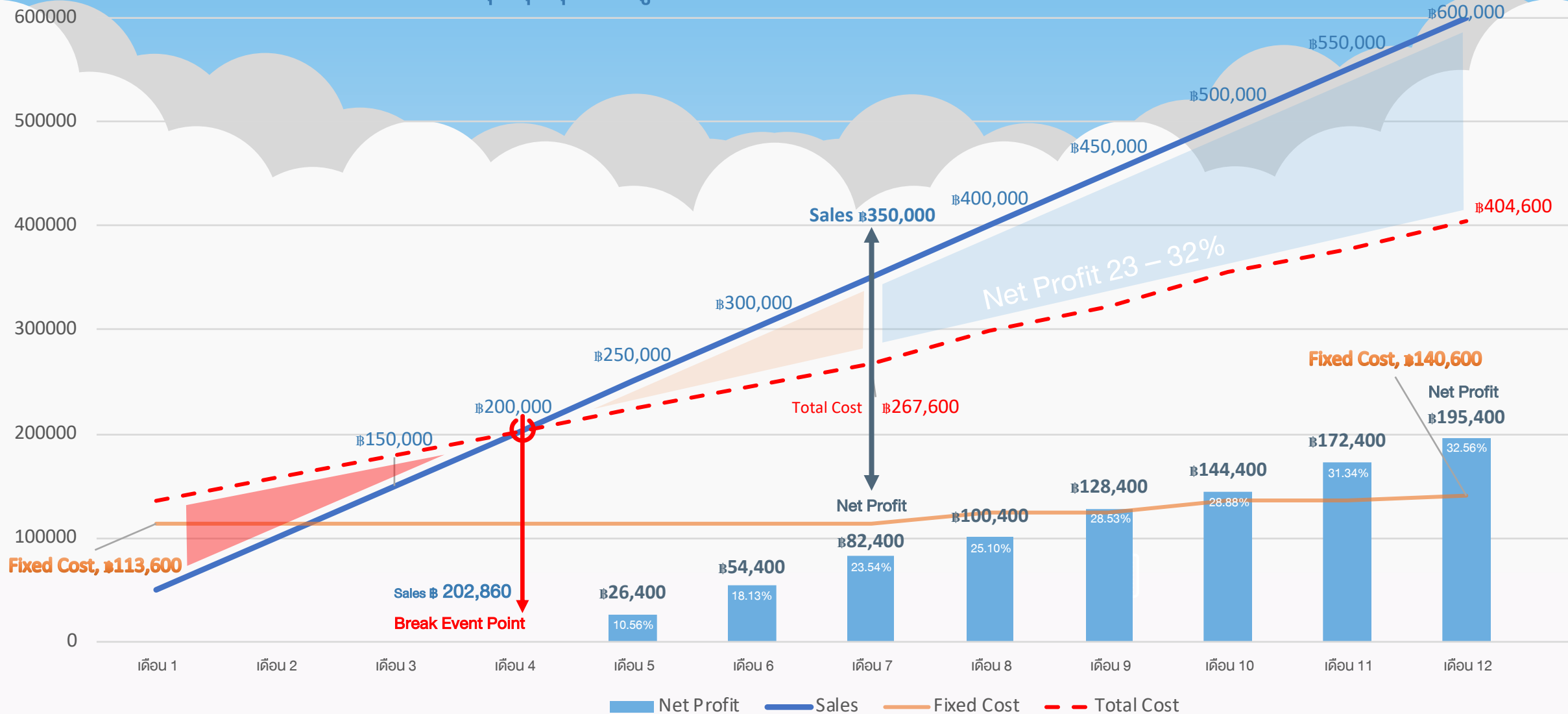
■ กำไรสุทธิ

■ ค่าใช้จ่าย



Break event point & Profit Model

จุดคุ้มทุน และ รูปแบบการทำกำไร ร้านในห้างสรรพสินค้า



Payback Period

1.	เงินลงทุน (ร้านในห้างสรรพสินค้า)	1,625,000 บาท
2.	ยอดขายต่อเดือน	360,000 บาท
3.	กำไรสุทธิเดือนละ	88,000 บาท
4.	กำไรสุทธิปีละ	1,056,000 บาท
5.	ROI (return on investment)	64.98% : ปี
6.	ระยะเวลาคืนทุนประมาณ	1ปี 7 เดือน

Target

80บิล : วัน

150฿ : บิล

Avg. 12,000฿ : วัน



SaiNom's Support

ระบบสนับสนุน และ เครื่องมืออุปกรณ์ช่วยเหลือของร้านในสม



Marketing Support

- ทำ R&D คิดค้นเมนูใหม่
- พัฒนา Branding
- วางแผนการตลาดประจำปี



Operation Support

- ฝึกอบรมการปฏิบัติงาน / บริการ
- ดูแลมาตรฐาน และ Check list
- ระบบเรียนรู้ Offline SOP



IT Support

- ระบบ POS และ CRM
- Web Application & Line OA
- ระบบเรียนรู้ Online E-learning



Store Support

- สรรหาวัตถุดิบในราคาสมาชิก
- จัดส่งวัตถุดิบจำเป็น
- จัดซื้อ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ร่วมกัน



Thanks for Watching

TO BE THE DESTINATION DESSERT STORE IN ASEAN

Contact us:



www.sainoms.com



info@sainoms.com



facebook.com/SaiNoms