

PRODUCT OPPORTUNITY

MINI GUIDE & WORKSHEET

มองหาไอเดียสินค้าตัวถัดไป จากข้อมูลแบรนด์ที่มีอยู่แล้ว

สำหรับแบรนด์ที่มีสินค้าอยู่แล้ว

ใช้ไทม์นี้เพื่อทบทวนสินค้าปัจจุบัน ฟังเสียงลูกค้า และคิดไอเดียสินค้าใหม่แบบง่ายๆ ก่อนตัดสินใจพัฒนาจริง

ไม่ต้องมีข้อมูลครบทุกข้อ และไม่จำเป็นต้องส่ง Worksheet นี้ให้ Cocometrics

ชื่อแบรนด์	
วันที่	
สินค้าที่กำลังสนใจ (ถ้ามี)	

จัดทำโดย Cocometrics Co., Ltd. — Color Cosmetics Manufacturer

READ FIRST

ก่อนคิดสินค้าใหม่ ลองกลับมาดูสิ่งที่แบรนด์มีอยู่แล้ว

แบรนด์ที่ทำตลาดมาแล้วมีข้อได้เปรียบสำคัญ: คุณมีข้อมูลจริงจากยอดขาย ลูกค้าที่ซื้อซ้ำ รีวิว คำถาม และ Feedback

สินค้าใหม่ไม่จำเป็นต้องเริ่มจาก “ของใหม่ทั้งหมด” เสมอไป

บางครั้งโอกาสอาจอยู่ในเจดสีที่ยังขาด, texture ใหม่ของสินค้าที่ขายดี, สูตรที่ช่วยแก้ pain point เดิม หรือสินค้าที่ใช้คู่กับของเดิมได้ดีขึ้น การเริ่มจากสิ่งที่ลูกค้ากำลังบอกเราอยู่แล้ว ช่วยให้ไอเดียใหม่มีเหตุผลรองรับมากกว่าการเดาจากความรู้สึกเพียงอย่างเดียว

Don't start with “What should we launch?”

Start with “What are our customers already telling us?”

แนวคิดง่ายๆ ก่อนเริ่ม

- ดูสินค้าที่ขายดีและซื้อซ้ำก่อน — สิ่งเหล่านี้คือสัญญาณว่าลูกค้าเห็นคุณค่าอะไรในแบรนด์
- ฟัง Voice of Customer — รีวิว แรท คำถามซ้ำๆ และ Pain Point ช่วยให้เห็นสิ่งที่ลูกค้ายังต้องการ
- คิดจากการต่อยอดได้ — สีใหม่, finish ใหม่, texture ใหม่ หรือสินค้าที่ใช้คู่กับของเดิม ก็เป็น Product Opportunity ได้
- ก่อนลงทุน ให้เช็ก 3 เรื่อง: ลูกค้ามีสัญญาณว่าต้องการใหม่ / เข้ากับแบรนด์ใหม่ / ทำได้จริงในงบและการผลิตหรือไม่

ใช้ข้อมูลเท่าที่มี

ไม่ต้องมี Dashboard หรือ Market Research เต็มรูปแบบ แค่ลองย้อนดูยอดขาย รีวิว และบทสนทนากับลูกค้าในช่วงที่ผ่านมา ก็เริ่มมองเห็น Pattern ได้แล้ว

STEP 1

3 จุดที่ควรดูก่อนหาไอเดียสินค้าใหม่

ลองใช้เวลา 10-15 นาที ทบทวนข้อมูลที่มีอยู่ โดยไม่ต้องวิเคราะห์ให้ซับซ้อน

01 YOUR BEST SELLERS	อะไรขายดี? ลูกค้าซื้อซ้ำอะไร? ลองดูว่าสินค้า/เจดที่ขายดีมีอะไรเหมือนกัน เช่น texture, finish, สี, ราคา หรือรูปแบบการใช้งาน
02 CUSTOMER FEEDBACK	ลูกค้าชมอะไร บ่นอะไร หรือถามหาอะไรซ้ำๆ? ดูจากรีวิว แชน DM คำถามก่อนซื้อ และ Feedback หลังใช้สินค้า
03 CURRENT PRODUCT LINE	ตอนนี้แบรนด์มีอะไรแล้ว และอะไรที่ยังขาด? อาจเป็น shade, texture, finish, format หรือ category ที่ต่อยอดจากสินค้าปัจจุบันได้

Quick Notes

สินค้าที่ขายดีที่สุด	
สิ่งที่ลูกค้าชอบหรือซื้อซ้ำ	
คำขอ / Pain Point ที่ได้ยินบ่อย	
สิ่งที่ Product Line ยังไม่มี	

STEP 2

Quick Product Opportunity Check

ติ๊กเฉพาะข้อที่ตรงกับสิ่งที่คุณเห็นจากข้อมูลจริงของแบรนด์

จากสินค้าที่มีอยู่

- ☐ มีสินค้าหรือเคสหนึ่งที่ขายเด่นกว่าตัวอื่นชัดเจน
- ☐ มี shade / texture ที่ลูกค้าซื้อซ้ำบ่อย
- ☐ มีสินค้าที่ลูกค้าชอบ แต่ยังมี Pain Point บางอย่าง
- ☐ มีสินค้าบางตัวที่ลูกค้ามักซื้อคู่กัน

จากเสียงลูกค้า

- ☐ มีสินค้าที่ลูกค้าถามหาซ้ำๆ แต่แบรนด์ยังไม่มี
- ☐ มีคำขอเรื่องสี / texture / finish ที่พบหลายครั้ง
- ☐ มี Pain Point เดิมที่ลูกค้าพูดถึงซ้ำ
- ☐ ลูกค้าต้องไปซื้อสินค้าบางประเภทจากแบรนด์อื่นเพิ่ม

จาก Product Line

- ☐ มี category ที่ต่อยอดจากสินค้าขายดีได้
- ☐ มีโอกาสเพิ่ม shade / finish / texture
- ☐ มีสินค้าที่สามารถทำเป็น complementary product ได้
- ☐ มีสินค้าเดิมที่อาจ refresh ได้ แทนการสร้างใหม่ทั้งหมด

ถ้าติ๊กได้หลายข้อ...

ไม่ได้แปลว่าต้องรีบออกสินค้าใหม่ แต่แปลว่ามี “สัญญาณ” ที่น่าลองสำรวจต่อในขั้นถัดไป

STEP 3

เปลี่ยนสัญญาณที่เห็น ให้กลายเป็นไอเดียสินค้า

ลองเชื่อมสิ่งที่พบจากยอดขายและ Feedback เข้ากับ Product Idea แบบง่ายๆ

สิ่งที่สังเกตเห็น	ไอเดียที่อาจลองสำรวจ
ลูกค้าขอสีหม่นเพิ่ม	เพิ่ม Muted Nude / Mauve shades
Lip Tint ขายดี แต่ลูกค้าบ่นว่าแห้ง	ลองสำรวจ softer / glossy tint texture
ลูกค้าซื้อ Lip + Blush คู่กันบ่อย	ลอง matching shade collection หรือ multi-use color
ลูกค้าถามหา Base Makeup	ลองสำรวจ Skin Tint / Concealer

Your Turn

สิ่งที่ฉันสังเกตเห็น	ไอเดียที่อยากลองคิดต่อ

Tip

อย่าเพิ่งถามว่าไอเดียไหน "ดีที่สุด" ให้เริ่มจากไอเดียที่มีหลักฐานจากลูกค้าเดิม และสามารถทดลองต่อได้ง่ายที่สุดก่อน

STEP 4

เลือก 1 ไอเดียที่อยากสำรวจต่อ

ยังไม่ต้องตัดสินใจผลิต แค่เลือกหนึ่งไอเดียที่มีเหตุผลพอจะนำไปศึกษาต่อ

สินค้าที่อยากลองพัฒนาต่อ	
เหตุผลที่เลือก	
ลูกค้ากลุ่มไหนน่าจะสนใจ	
สิ่งที่อยากให้ต่างจากสินค้าปัจจุบัน	
Texture / Finish ที่สนใจ	
Shade Direction ที่สนใจ	

จากตรงนี้ไปต่อยังไง?

ถ้าเริ่มเห็น direction แล้ว สามารถใช้อิเดียนี้เป็นจุดตั้งต้นในการสำรวจ Formula Library และ Shade Library ของ Cocometics ก่อน โดยยังไม่จำเป็นต้องส่ง Worksheet นี้ให้บริษัท

WHEN YOU'RE READY

Explore Formula · Explore Shade Library · Start Product Planning

หมายเหตุ

ไกด์นี้เป็นเครื่องมือช่วยจัดความคิดเบื้องต้น ไม่ใช่การประเมินตลาดหรือคำแนะนำทางธุรกิจ และไม่มีคำตอบที่ถูกต้องหรือผิด

แนวคิดประกอบ: Product Line Extension และ Voice of Customer — อ้างอิงหลักการจาก Shopify และ Productboard (เข้าถึงข้อมูลปี 2026)