

B STORE

BE TO GO “เป็นตัวเอง แล้วไปให้สุด”



About Us

Home

About Us

Product

Problem

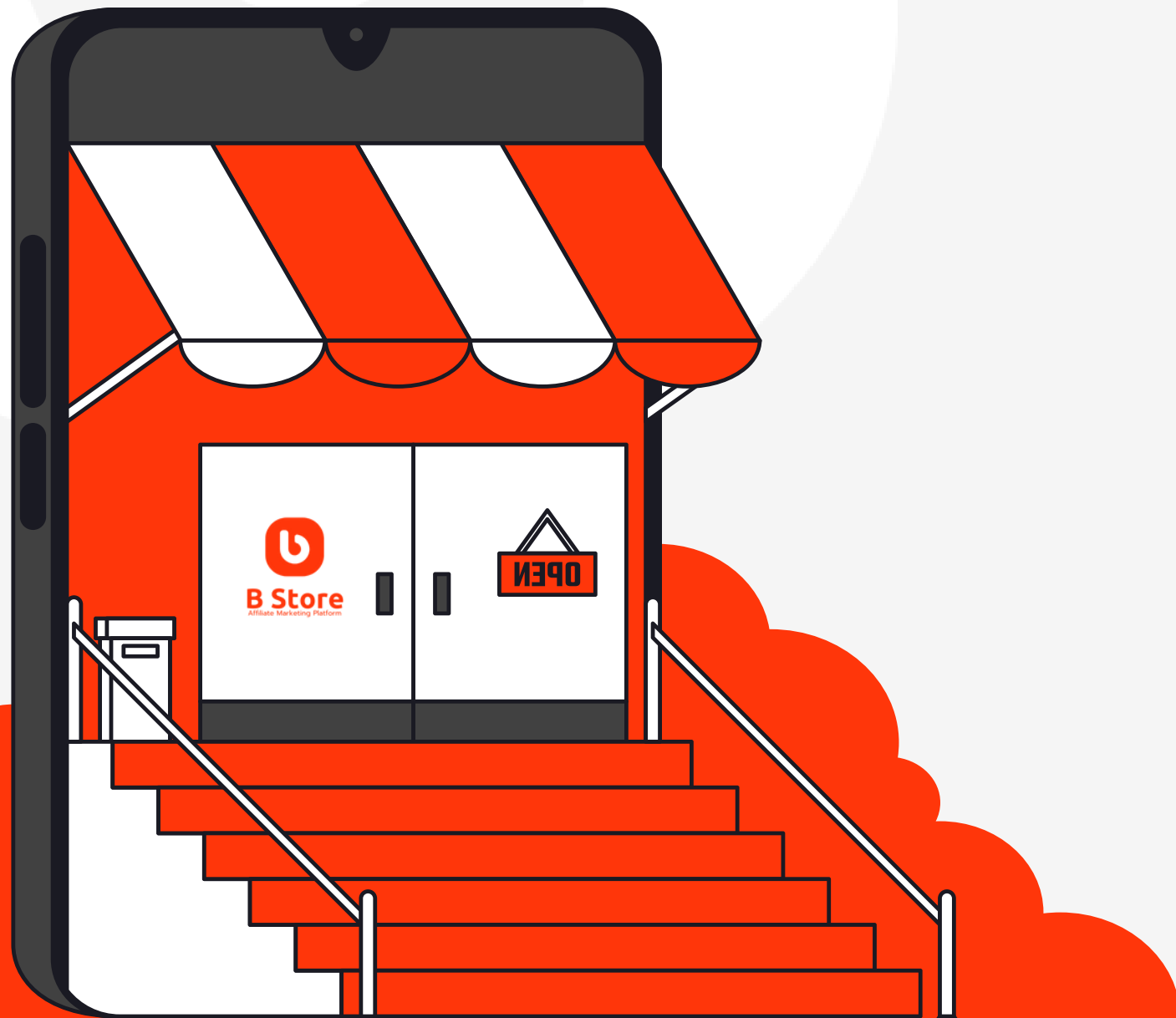
เกี่ยวกับเรา

B Store คือแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่มุ่งเน้นการเป็น ช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์สำหรับเจ้าของแบรนด์ พ่อค้าแม่ค้า และนักธุรกิจ ที่ต้องการสร้างรายได้ผ่านระบบ Affiliate Marketing โดย B Store มีเป้าหมายในการเป็นแพลตฟอร์มอันดับหนึ่งของประเทศไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในการช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน



วิสัยทัศน์ (Vision)

“B Store เป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่เชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และนักธุรกิจ ให้สามารถสร้างรายได้และเติบโตไปด้วยกัน ด้วยระบบที่สะดวก ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพที่สุดในภูมิภาค”





พันธกิจ (Mission)

1. สนับสนุนเจ้าของแบรนด์และผู้ประกอบการ – เปิดโอกาสให้พ่อค้าแม่ค้า เจ้าของธุรกิจ และนักธุรกิจสามารถใช้ B Store เป็นเครื่องมือในการขายสินค้าออนไลน์โดยไม่มีข้อจำกัด
2. สร้างรายได้ให้กับนักธุรกิจ – พัฒนาระบบ Affiliate Marketing ที่มีประสิทธิภาพ ให้นักขายออนไลน์สามารถสร้างรายได้จากการโปรโมตสินค้าโดยไม่ต้องสต็อกของเอง
3. เป็นศูนย์กลางสินค้าคุณภาพสูง – คัดสรรและส่งเสริมเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง มีเอกลักษณ์ในแต่ละหมวดหมู่ และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาด
4. เพิ่มศักยภาพให้กับระบบโลจิสติกส์และช่องทาง Pick-up Point – ให้ B Store ไม่เพียงแต่เป็นร้านค้าออนไลน์ แต่ยังเป็นจุดเชื่อมต่อสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผ่านเครือข่ายจุดปิกอัพที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
5. ขยายตลาดและสร้างความแข็งแกร่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ – พัฒนา B Store ให้เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถรองรับตลาดระดับภูมิภาค ช่วยให้ผู้ขายสามารถเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศได้



About Us

B Store Organizational Structure

โครงสร้างองค์กรของ B Store

ระดับผู้บริหารสูง (Executive Level)

COO.

Chief Operating Officer

ดูแลฝ่ายปฏิบัติการและโลจิสติกส์

CEO.

Chief Executive Officer

ดูแลภาพรวมธุรกิจและกำหนดทิศทางกลยุทธ์

CFO.

Chief Financial Officer

ดูแลฝ่ายการเงินและการบัญชี

CTO.

Chief Technology Officer

ดูแลฝ่ายเทคโนโลยีและระบบแพลตฟอร์ม

CMO.

Chief Marketing Officer

ดูแลฝ่ายการตลาดและการเติบโตของแพลตฟอร์ม

CSO.

Chief Sales Officer

ดูแลฝ่ายขาย ดीलเลอร์ และตัวแทนจำหน่าย

CLO.

Chief Legal Officer

ดูแลฝ่ายกฎหมายและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

B Store Organizational Structure

โครงสร้างองค์กรของ B Store

ฝ่ายกฎหมาย (Legal & Compliance) – CLO ดูแล

1. Legal & Compliance Team

- ตรวจสอบให้ธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2. Contract & Agreement Management

- ดูแลสัญญาและข้อตกลงทางธุรกิจ

3. Intellectual Property & Brand Protection

- ปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาเครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์

4. Regulatory & Government Relations

- ประสานงานกับหน่วยงานรัฐ และดูแลเรื่องกฎหมายการค้า

ฝ่ายปฏิบัติการ (Operations) – COO ดูแล

1. Customer Service Team

- ดูแลบริการลูกค้าและการสนับสนุน

2. Logistics & Fulfillment Manager

- ควบคุมการจัดส่งและระบบโลจิสติกส์

3. Warehouse & Inventory Operations

- บริหารคลังสินค้าและสต็อกสินค้า

ฝ่ายเทคโนโลยี (Technology & Development) – CTO ดูแล

1. Tech Lead (AI & Blockchain)

- ควบคุมการพัฒนา AI และ Blockchain

2. Development Team

- พัฒนาแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน

3. Cybersecurity & Data Privacy

- ปกป้องข้อมูลและความปลอดภัยระบบ

4. System & Cloud Infrastructure

- ดูแลเซิร์ฟเวอร์และโครงสร้างพื้นฐาน



B Store Organizational Structure

โครงสร้างองค์กรของ B Store

ฝ่ายการตลาด (Marketing & Growth) – CMO ดูแล

1. Marketing Lead

- วางกลยุทธ์การตลาดและการขยายแพลตฟอร์ม

2. Performance Marketing Team

- ทำโฆษณาออนไลน์และเพิ่มยอดขาย

3. Affiliate Network Manager

- ดูแลเครือข่ายตัวแทน Affiliate

4. Brand & Content Team

- สร้างเนื้อหาและบริหารแบรนด์

5. Partnerships & Influencer Relations

- ประสานงานพาร์ทเนอร์และอินฟลูเอนเซอร์

ฝ่ายการเงิน (Finance & Accounting) – CFO ดูแล

1. Finance & Accounting Manager

- บริหารบัญชีและการเงินของบริษัท

2. Supplier Payment & Settlement

- ดูแลการชำระเงินให้ซัพพลายเออร์

3. Dealer & Affiliate Payout

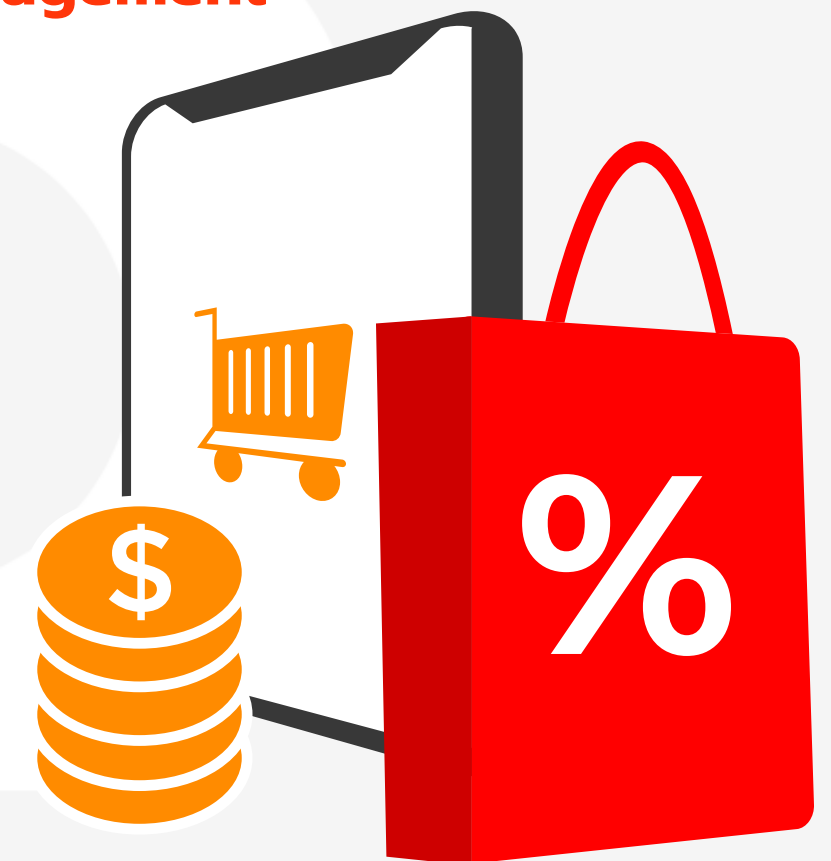
- จัดการค่าคอมมิชชั่นตัวแทนจำหน่าย

4. Financial Analysis & Risk Management

- วิเคราะห์การเงินและบริหารความเสี่ยง

5. Investor Relations

- ดูแลนักลงทุนและขยายแหล่งเงินทุน



B Store Organizational Structure

โครงสร้างองค์กรของ B Store

ฝ่ายการขาย (Sales & Business Development) – CSO ดูแล

1. Sales Manager

- ดูแลการขายและบริหารยอดขาย

2. Franchise Operations

- ดูแลระบบแฟรนไชส์ B Store

3. Dealer Network Management

- ควบคุมเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย

4. Corporate Sales & B2B Partnerships

- ขยายตลาดองค์กรและพาร์ทเนอร์ธุรกิจ

5. Affiliate Support Team

- สนับสนุนตัวแทนขายและเครือข่าย Affiliate

สาขาแฟรนไชส์ (Franchise & Branches)

1. Franchise Manager

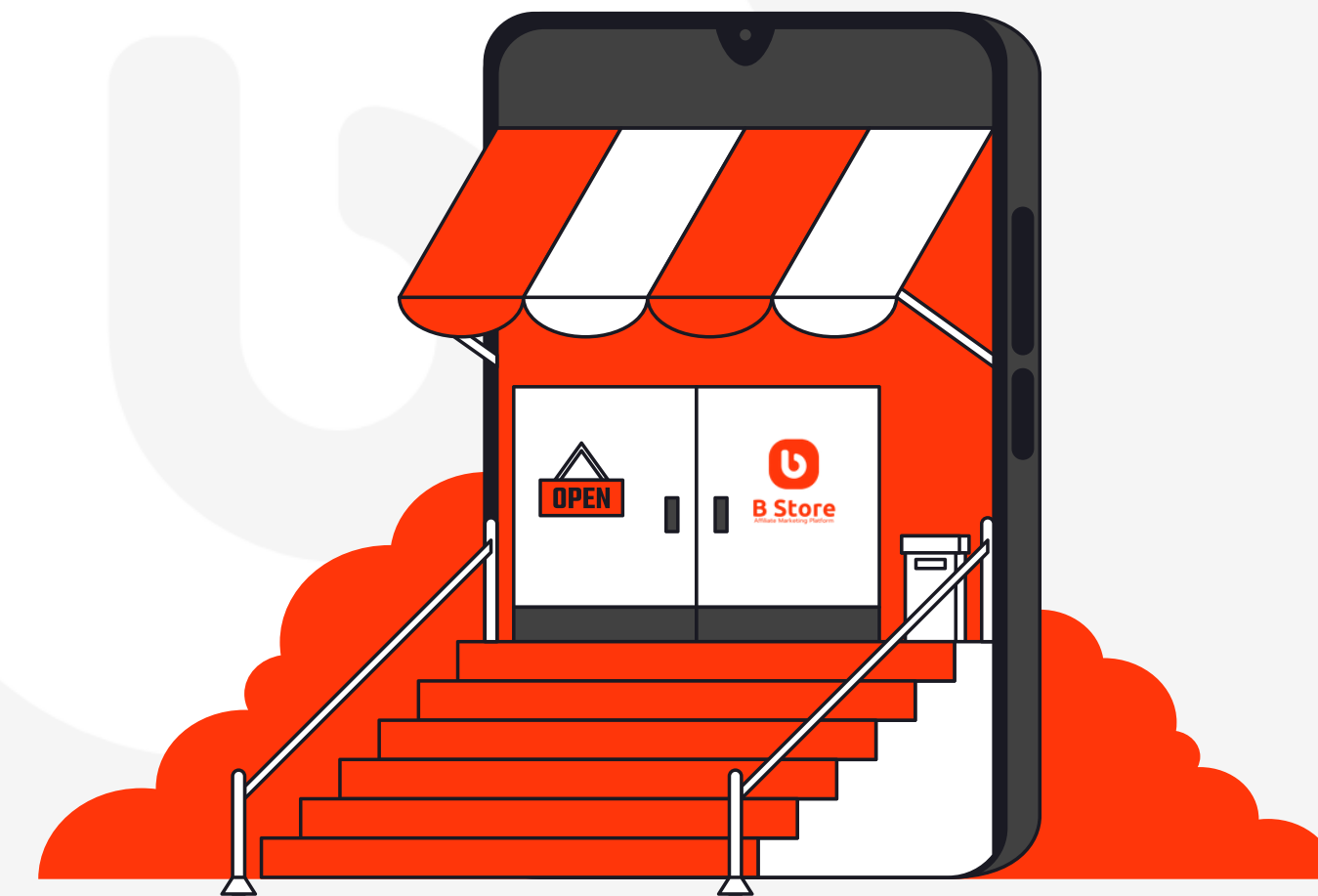
- ดูแลการขยายสาขา B Store

2. Regional Franchise Leaders

- ควบคุมแฟรนไชส์แต่ละภูมิภาค

3. On-Site Store Managers (PTT & PT Stations)

- ดูแลสาขาในปั้มน้ำมัน





“B Store – ก้าวสู่ตลาดโลก สร้างโอกาสไร้ขีดจำกัด”

120 Countries

B Store มุ่งมั่นเป็น แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและ
Affiliate Marketing ชั้นนำระดับโลก ขยายธุรกิจสู่ 120
ประเทศ ภายในระยะเวลา 5 ปี เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้า
ถึงโอกาสทางธุรกิจ สร้างรายได้แบบไร้พรมแดน



120 Countries

- 1 ขยายเครือข่าย B Store สู่ตลาดต่างประเทศอย่างเป็นระบบ
- 2 สนับสนุนพาร์ทเนอร์ในแต่ละประเทศให้เติบโต ด้วยระบบ Affiliate Marketing
- 3 พัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้การจัดส่งสินค้า รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
- 4 ปรับใช้กลยุทธ์การตลาดในแต่ละประเทศ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในท้องถิ่น
- 5 สร้างระบบการชำระเงินที่ยืดหยุ่น รองรับสกุลเงินหลักทั่วโลกและระบบจ่ายค่าคอมมิชชันแบบไร้พรมแดน

120 Countries

แผนกลยุทธ์การขยายสาขาต่างประเทศ

ระยะที่ 1 (ปีที่ 1-2) – สร้างรากฐานในตลาดหลัก 20 ประเทศแรก

- ✓ ขยาย B Store ไปยัง เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ + จีน + อินเดีย + ตะวันออกกลาง + ยุโรปตะวันตก + อเมริกาเหนือ
- ✓ ตั้ง Regional Hubs (ศูนย์กลางภูมิภาค) ใน 5 จุดยุทธศาสตร์ ได้แก่ ไทย, สิงคโปร์, ดูไบ, เยอรมนี, สหรัฐฯ
- ✓ พัฒนาระบบโลจิสติกส์ร่วมกับพาร์ทเนอร์ เช่น DHL, FedEx, Alibaba Logistics

ระยะที่ 2 (ปีที่ 3) – ขยายสู่ 60 ประเทศ

- ✓ เปิด B Store ใน แอฟริกา + อเมริกาใต้ + ออสเตรเลีย + ยุโรปตะวันออก
- ✓ ใช้ระบบ Cross-border Payment Gateway เพื่อให้สามารถจ่ายค่าคอมมิชชันข้ามประเทศได้สะดวก
- ✓ พัฒนาโมเดล Pick-up & Distribution Hub ในเมืองหลักของแต่ละประเทศ

120 Countries

ระยะที่ 3 (ปีที่ 4-5) – ครอบคลุม 120 ประเทศทั่วโลก

- ✓ สร้าง B Store Global Alliance – เครือข่ายพาร์ทเนอร์ระดับนานาชาติ
- ✓ ปรับระบบให้รองรับ Multi-language & Multi-currency
- ✓ เปิดตัว B Store Global Membership เชื่อมโยงนักขายและผู้ซื้อทั่วโลก

เกณฑ์การคัดเลือกประเทศเป้าหมาย

- ✓ ตลาดอีคอมเมิร์ซเติบโตสูง เช่น สหรัฐฯ, อินเดีย, จีน, บราซิล, อินโดนีเซีย
- ✓ มีระบบโลจิสติกส์และการชำระเงินที่พร้อม เช่น สหราชอาณาจักร, ออสเตรเลีย, แคนาดา
- ✓ กฎหมายและข้อบังคับเอื้อต่อธุรกิจ Affiliate Marketing
- ✓ ประชากรมีอัตราการใช้สมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตสูง

120 Countries

โมเดลการขยายธุรกิจ (Expansion Model)

- 1** Direct Market Entry (การขยายตลาดโดยตรง)
 - ▶ เปิดสำนักงานตัวแทนในตลาดสำคัญ
 - ▶ สร้างทีม Local Marketing & Support
- 2** Strategic Partnerships (ความร่วมมือกับพันธมิตรท้องถิ่น)
 - ▶ ร่วมมือกับ Influencer, นักการตลาดออนไลน์ และ Key Opinion Leaders (KOLs)
 - ▶ จัดตั้งพันธมิตรกับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในประเทศนั้น ๆ
- 3** Franchise & Licensing Model (ระบบแฟรนไชส์และการให้สิทธิบริหาร)
 - ▶ มอบสิทธิให้พาร์ทเนอร์ท้องถิ่นบริหาร B Store ภายในประเทศ
 - ▶ แบ่งรายได้จากค่าธรรมเนียมการใช้แพลตฟอร์มและ GP Fee

120 Countries

โครงสร้างค่าคอมมิชชั่นและรายได้ระดับสากล

- ✓ ปรับระบบ GP Fee (25-35%) ให้เหมาะสมกับแต่ละประเทศ
- ✓ ใช้ Global Wallet System เพื่อให้สามารถถอนเงินได้ทุกที่ทุกเวลา
- ✓ มี Affiliate Tier System – ระดับพาร์ทเนอร์ที่ได้รับค่าคอมมิชชั่นสูงขึ้นเมื่อทำยอดขายมากขึ้น
- ✓ สร้าง B Store Global Rank ให้คนทำยอดสูงสุดในโลกได้รับโบนัสพิเศษ

เงื่อนไขสำหรับพาร์ทเนอร์ที่ต้องการเปิด B Store ในประเทศของคุณ

- ◆ มีเครือข่ายนักการตลาดและนักขายที่แข็งแกร่ง
- ◆ มีทีมงานที่สามารถบริหารโลจิสติกส์และบริการลูกค้าในประเทศนั้น ๆ
- ◆ มีความสามารถในการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

120
Countries

สรุป – เป้าหมายของ B Store ในตลาดโลก

- ✓ 120 ประเทศ ภายใน 5 ปี
- ✓ Affiliate Marketing ที่ไร้พรมแดน
- ✓ การชำระเงินและค่าคอมมิชชั่นแบบ Global
- ✓ สร้างเศรษฐกิจดิจิทัลที่เชื่อมโยงผู้ขายทั่วโลกเข้าด้วยกัน

B Store

Be To Go, เป็นตัวเอง แล้วไปให้สุด