

Digital Stamp Card

idea-hub · ai-digital-stamp-card

1. The opportunity

ร้านค้า SME ในไทย — คาเฟ่, ร้านอาหาร, ร้านซักผ้า, บิวตี้ซาลอน — ยังใช้บัตรกระดาษประทับตราเป็นหลัก ซึ่งปัญหาคือลูกค้าทำหาย, ร้านปลอมแปลงง่าย, และเจ้าของไม่มีข้อมูลลูกค้าเลย ตลาด loyalty tech ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีมูลค่าประมาณ \$1.1B (2023) และกำลังโตปีละ 18% ไทยมี LINE penetration สูงถึง 95% ในกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟน ทำให้การทำ loyalty ผ่าน LINE OA เป็น distribution channel ที่ไม่ต้องให้ลูกค้าโหลด app ใหม่ จังหวะนี้ดีเพราะ LINE ออก Messaging API และ LIFF v2 ที่ stable แล้ว และ SME หลังโควิดต้องการ retention tool มากกว่า acquisition.

2. Who would pay

Primary persona: เจ้าของร้านค้า/ร้านอาหารระดับ 1-3 สาขา

- Job title:** เจ้าของกิจการ / ผู้จัดการร้าน
- Industry:** F&B, ร้านซักผ้าหยอดเหรียญ, นวดสปา, ร้านทำผม
- Company size:** 1-5 พนักงาน, รายได้ต่อเดือน ฿50,000-฿300,000
- ทำอะไรอยู่ตอนนี้:** พิมพ์บัตรกระดาษที่ร้านถ่ายเอกสาร ใบละ ฿0.5 หรือใช้ Canva ปั่นเอง — ไม่มีข้อมูลลูกค้า ไม่รู้ว่าใครกลับมา
- Willingness to pay:** ฿299-฿599/เดือน ถ้าเห็นว่าช่วยเพิ่มลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำได้จริง — เทียบกับค่าโฆษณา Facebook ที่จ่ายเดือนละ ฿1,000-฿3,000 โดยไม่รู้ผล

Secondary persona: แพลตฟอร์มขนาดเล็ก 5-20 สาขา ที่ต้องการ centralize ข้อมูลลูกค้าข้ามสาขา 'willing to pay ฿1,500-฿3,000/เดือน

3. Competitor landscape

ชื่อ	URL	จุดอ่อน
Stamp Me	stampmeapp.com	App standalone ไม่ integrate LINE, ไม่ฮิตในไทย, UX ฟร้ง
Stocard	stocard.app	เป็น wallet รวมบัตร ไม่ใช่ tool สำหรับร้านสร้าง loyalty เอง
Yotpo	yotpo.com	

Digital Stamp Card

idea-hub · ai-digital-stamp-card

		เน้น e-commerce enterprise, ราคาเริ่มหลักพันดอลลาร์
MyCloud Merchant	mycloudgroup.co.th	มี loyalty module แต่ bundled กับ POS ราคาสูง setup ยุ่งยาก
LINE MyShop	myshop.line.me	มี coupon แต่ไม่มี stamp card / punch card mechanic จริง

ทำไมตลาดยังเปิด: ผู้เล่นระดับ enterprise เข้าถึง SME ไม่ได้เพราะราคาสูงเกิน และ tools จากต่างประเทศไม่ integrate LINE ซึ่งเป็นช่องทางหลักของไทย นี่คือ "LINE-native" gap ที่ยังไม่มีใครทำจริงจัง

4. Wrapper risk reality check

ChatGPT ทำแทนได้ไหม? ไม่ได้ — เพราะ core value ไม่ใช่ AI content generation แต่คือ **infrastructure:** QR generation, LINE LIFF session, stamp database per customer per shop, และ redemption flow ที่ทนทาน

Moat จริงๆ คืออะไร:

- ****Distribution:**** ถ้าเข้าถึง LINE Official Account ecosystem ได้ดี (เช่น เป็น LINE Certified Provider) จะเข้าถึงร้านค้าหลักแสนร้านในไทย
- ****Data network effect:**** ร้านที่ใช้นานขึ้นมีข้อมูล purchase behavior ลูกค้าสะสม — ย้ายยาก
- ****Switching cost:**** ลูกค้าปลายทาง (ผู้บริโภค) มีแต้มสะสมอยู่ในระบบ ร้านไม่กล้าเปลี่ยน platform
- ****ความเสี่ยง:**** LINE อาจปิด LIFF หรือเปลี่ยน API policy — ต้องมี fallback เป็น web-based QR ด้วย

5. Go-to-market angle

10 ลูกค้าแรก หาได้จาก Facebook Group "เปิดร้านกาแฟ", "คาเฟ่และร้านอาหาร SME ไทย"

ซึ่งมีสมาชิกรวมกันกว่า 200,000 คน — โปสต์แนวทดลองฟรี 30 วัน พร้อมรูปหน้าจอจริงของระบบ ไม่ใช่ mock-up

SEO keywords ที่ได้ traffic จริง (low competition):

- "stamp card ออนไลน์"
- "บัตรสะสมแต้ม LINE"
- "สร้าง loyalty program ร้านกาแฟ"

Digital Stamp Card

idea-hub · ai-digital-stamp-card

- "ระบบสะสมแต้ม QR code ร้านค้า"

Direct outreach: ไปที่ co-working space หรืองาน "เจ้าของกิจการ SME" เช่น งาน OTOP หรือ event ของ LINE Thailand — demo live ต่อหน้า ให้ร้านเปิด QR ทดสอบได้เลย

Partnership channel: ติดต่อ LINE Official Account Agency ขนาดกลาง (มีอยู่ประมาณ 200+ เจ้าในไทย) ให้ resell ในฐานะ add-on service ให้กับลูกค้าร้านค้าของพวกเขา — commission 20-30% เป็น incentive

Viral loop: ผู้บริโภคที่สะสมแต้มผ่าน LINE จะแชร์ QR ให้เพื่อน 'เพื่อนเห็นชื่อแบรนด์ digital stamp ' ร้านอื่นเห็นแล้วอยากมีบ้าง 'organic word-of-mouth ใน community ร้านค้า

6. Pricing thesis

Tier	ราคา/เดือน	Feature
Free	฿0	1 campaign, 50 stamps/เดือน, watermark
Starter	฿299	3 campaigns, unlimited stamps, basic analytics
Pro	฿799	Unlimited campaigns, custom reward, export data, remove branding
Business	฿2,499	Multi-branch, API, LINE CRM integration

ทำไม ฿299 ชนะ free alternatives: LINE MyShop ไม่มี stamp mechanic จริง, กระดาษไม่มี data, Google Forms ทำได้แต่ UX แย่มาก ฿299 = ค่ากาแฟ 10 แก้ว แต่ถ้าดึงลูกค้าเก่ากลับมาได้แค่ 5 คน/เดือน ROI ชัดมาก

7. Build complexity

Time to MVP: 6-8 สัปดาห์ (dev คนเดียวที่รู้ LINE API)

Core tech stack:

- **Frontend:** Next.js + LINE LIFF SDK (ทำงานใน LINE browser ได้เลย)
- **Backend:** Node.js / Supabase (PostgreSQL) — เก็บ stamp per user per shop

RESEARCH BUNDLE

Digital Stamp Card

idea-hub · ai-digital-stamp-card

- **QR:** qrcode.js generate dynamic QR ต่อ campaign
- **Auth:** LINE Login (ไม่ต้องสมัครสมาชิกแยก — ลด friction สูงมาก)
- **Hosting:** Vercel + Supabase Free tier ช่วง early

ส่วนที่ยากที่สุด: ป้องกัน QR abuse — ลुकค้า screenshot QR แล้วแชร์กันสแกนซ้ำ ต้องทำ one-time token QR ที่หมดอายุใน 60 วินาที (ใช้ JWT short-lived token)

Fake ได้ก่อน: ตอนแรกให้ร้านค้า redeem ด้วยการ manual approve ผ่าน LINE chat แทนที่จะมี auto-redeem system — ลด build complexity สัปดาห์แรก แล้วค่อย automate ทีหลัง