



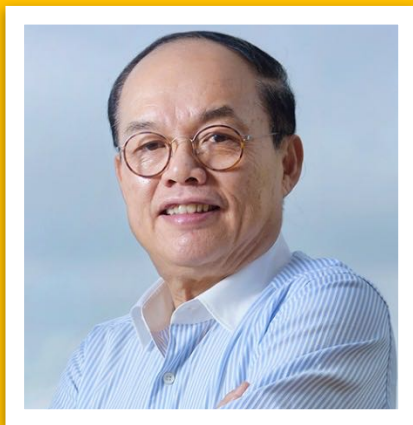
“Knowledge & Service Provider Platform การตายดี ตายมีคุณภาพของคนไทย”

Key Strategic Project in 2021

LINE APP การตายดี ตายมีคุณภาพ for all Thais

คณะกรรมการ

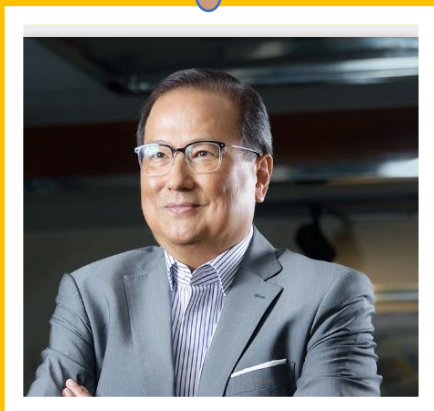
ชีวามิตร



ศาสตราจารย์พิเศษ กิติพงษ์ อรุณีพัฒน์พงศ์
(ประธานกรรมการ/ผู้ก่อตั้ง)



คุณหญิงจ๋านงศรี หาญเจนลักษณ์
(ประธานที่ปรึกษากิตติมศักดิ์/ผู้ก่อตั้ง)



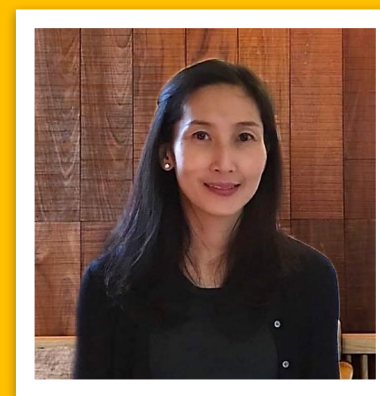
คุณวิเชียร พงศธร



คุณหญิงชฎา
วัฒนศิริธรรม



คุณณัฐชไม
ถนอมบุญเจริญ



คุณปวีณา
วัริยประไพกิจ



คุณสุรสา ปุ่นอภิรัตน์

CHEEVAMITR

BUSINESS PILLARS



Concept

ชีวามิตรเชื่อว่า ทุกคนมีสิทธิ์ที่จะมีคุณภาพชีวิตระยะ
ท้ายที่ดี และจากไปอย่างมีความสุข

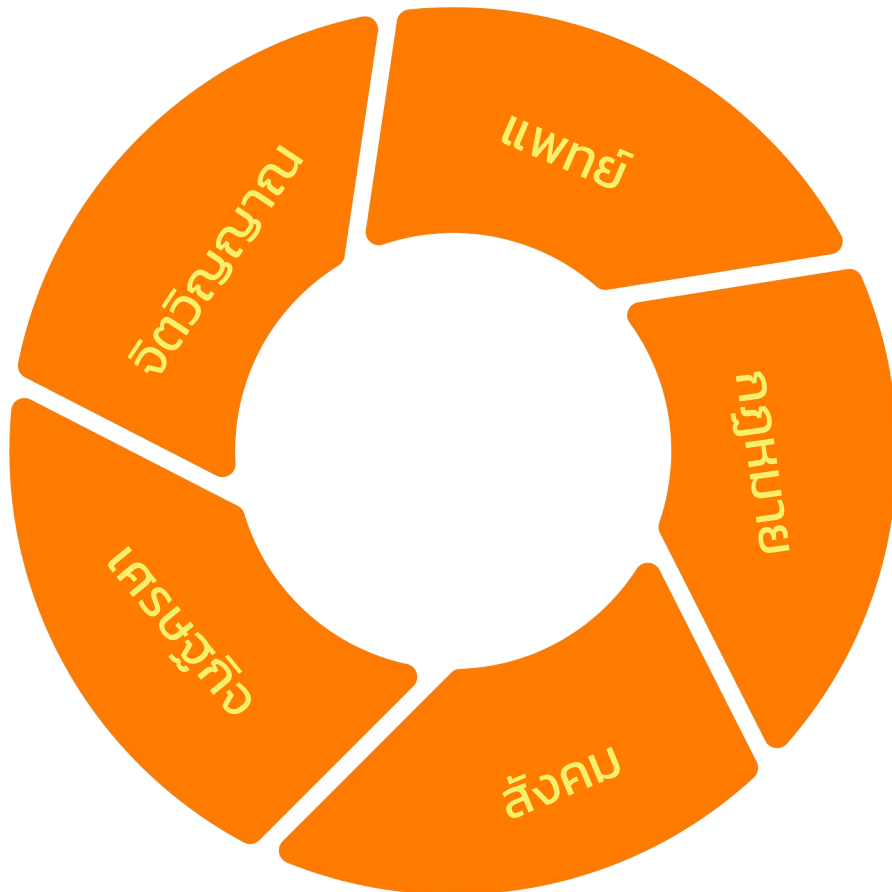
Vision

เป็นผู้นำการให้องค์ความรู้ สร้างความตระหนักรู้และ
เป็น "เพื่อนจากลา" แก่ประชาชนเพื่อคุณภาพชีวิต
ระยะท้ายที่ดีในทุกมิติสำคัญเพื่อให้ประชาชนเข้าถึง
การดูแลแบบประคับประคองได้ถ้วนหน้า

Mission

"สนับสนุน" และ "ผลักดัน" ให้คุณภาพชีวิตระยะท้าย
เป็นส่วนหนึ่งของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของ
ประชาชน เพื่อการตายดีเป็นจริงได้ในสังคม

5 มิติสำคัญ ของชีวมิตร



แพทย์

ความรู้และข้อมูลทางการแพทย์ของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง บางชนิด และความรู้และข้อมูลการดูแลแบบประคับ ประคองเพื่อคุณภาพชีวิตระยะสุดท้าย

กฎหมาย

การสร้างความเข้าใจ พรบ. สุขภาพแห่งชาติ 2550 มาตรา 12 และการที่บุคคลมีสิทธิทำหนังสือเจตจำนงไม่ ประสงค์จะรับบริการสาธารณสุข

สังคม

การสื่อสารความต้องการของผู้ป่วย ผู้ดูแลและครอบครัว การสื่อสารกับแพทย์ การสื่อสารข่าวร้ายที่ไม่ใช่ข่าวร้าย

เศรษฐกิจ

การวางแผนการเงินและการจัดการธุรกรรมการเงิน รวมทั้งภาระและผลกระทบทางการเงินกับครอบครัว และการ วางแผนคำรักษาพยาบาลที่เหมาะสม



มหภาค

ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ
แห่งชาติ ที่เพิ่มสูงขึ้น

ความสามารถในการเข้าถึง
การบริการสาธารณสุข
ลดลง

ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกทางการแพทย์และ
ส่วนบุคคลมากขึ้น

จุลภาค

คุณภาพ
ทรัพยากรมนุษย์
ลดลง

คุณภาพชีวิต ผู้ป่วยและครอบครัว

หนี้สิน

ความกลัวความวิตก
กังวล ซึมเศร้า เสียใจ
จากการสูญเสีย

การสูญเสียโอกาสการ
เข้าโรงพยาบาล สำหรับ
ผู้ป่วยที่รักษาได้

ผลกระทบต่อ การ
เติบโตของรายได้
เศรษฐกิจมวลรวมของ
ประเทศ

เกินขีดความสามารถที่
โรงพยาบาลรับได้

ความไม่มั่นคง &
ความไม่แน่นอน
ทางการเงิน

การสูญเสีย ศักดิ์ศรี

สังคมไทย

เหนื่อยหน่าย
ในงานอาชีพ

การติดสุรา และ
สารเสพติด

การเพิ่มขึ้นของเรื้อนจำและ
ศูนย์บำบัดเพื่อติดยา

คุณภาพชีวิต โดย
รวมลดลง

การขาดอิสระในการ
เลือก (สิทธิมนุษยชน)

ความขัดแย้ง ใน ครอบครัว

ความทุกข์ ทรมานด้าน จิตใจ

ความแปลกแยก
ทางสังคม ความล้ม
เหลวในการสื่อสาร

บุคลากรทางการแพทย์
รับภาระหนัก
เกินไป

เกิดช่องว่างใน
สิทธิมนุษยชน

ความทุกข์
ทรมานทาง
กายภาพ

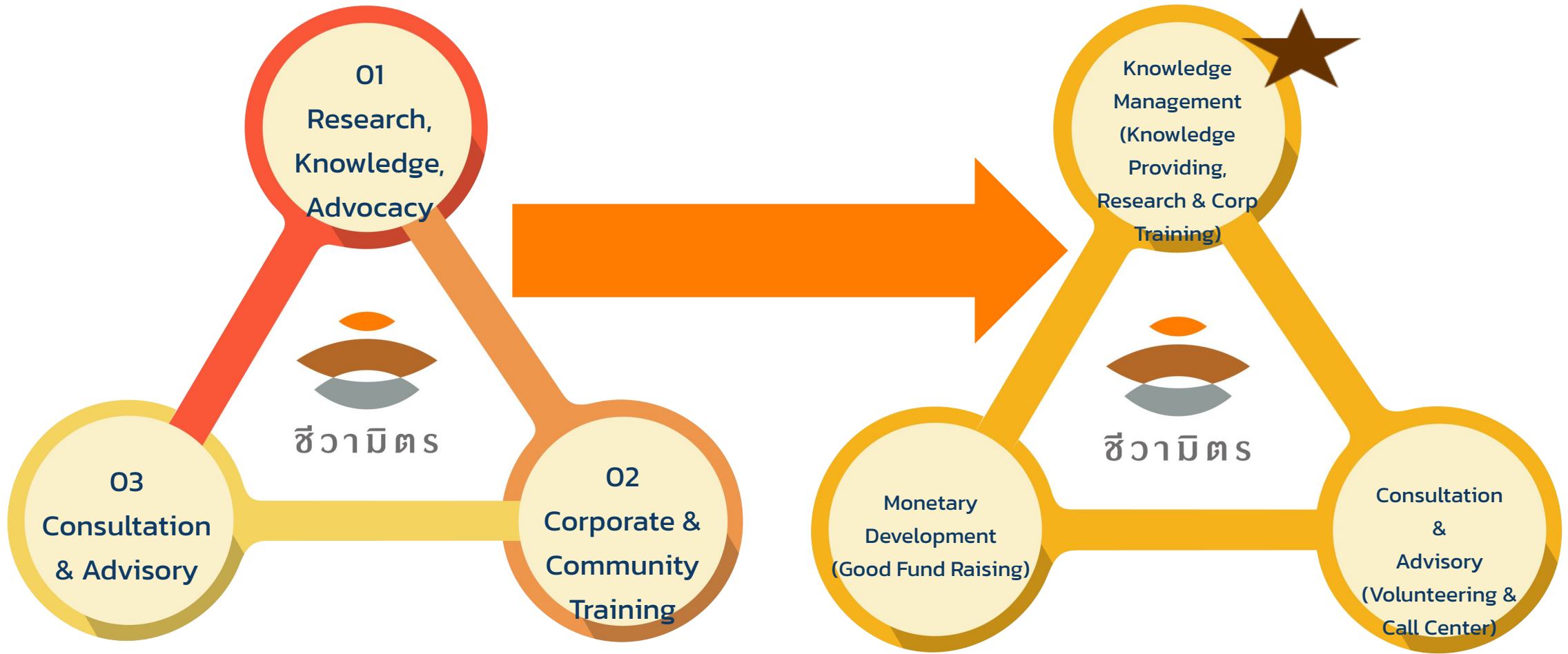
เสียโอกาส ในการพัฒนา
ส่วนอื่นๆ ของสังคม


ต้นทุนทางสังคมและ
เศรษฐกิจ สูงกว่าเดิม

ผลผลิตลดลง

2021 Marketing Roadmap

Conceptual Pillar to Actionable Marketing Roadmap



 = key role in this pitching project



2021 Key Strategic Project



WHAT & WHY & OBJECTIVES???

Cheevamitr Knowledge & Service Platform (LINE APP) for all Thais

การตายดี การตายมีคุณภาพ ทั้ง 5 มิติ

The 1st & most-convenient platform on “Happy-Leaving Journey” in all 5 aspects



- **Create Awareness & Understanding all Thais ;especially, patients** in order for them to gain **knowledge**, to get **support or services** for own, best-suited choices of their own “End-of-life Care **medically, legally, socially, financially & spiritually** for their own “happy leaving journey”, including **caretakers, family members as well as healthcare providers in Thailand...**

- **Publicly Promote and Provide** them knowledge, understanding and benefits of one’s own “**e-living will**” form for all Thais in order to guide them to start writing own “living will” and allow them to register, fill up form and email the finished form to those involved,

WHAT & WHY & OBJECTIVES???

Cheevamitr Knowledge & Service Platform (LINE APP) for all Thais

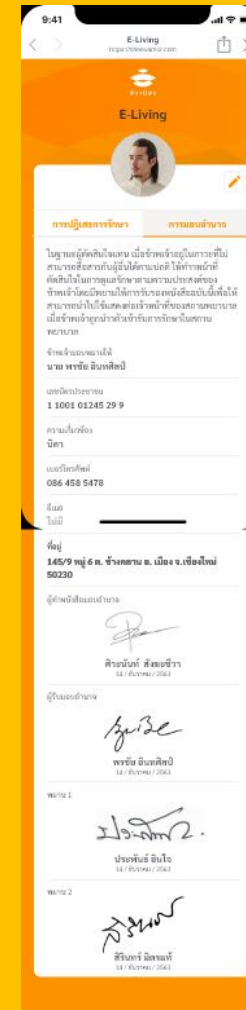
การตายดี การตายมีคุณภาพ ทั้ง 5 มิติ



WHAT & WHY & OBJECTIVES???

Cheevamitr Knowledge & Service Platform (LINE APP) for all Thais

การตายดี การตายมีคุณภาพ ทั้ง 5 มิติ

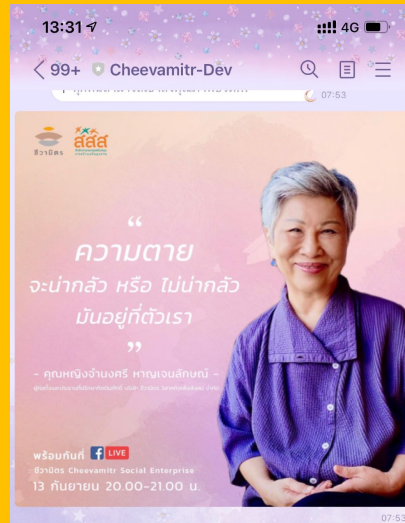


WHAT & WHY & OBJECTIVES???

Cheevamitr Knowledge & Service Platform (LINE APP) for all Thais

การตายดี การตายมีคุณภาพ ทั้ง 5 มิติ

Cheevamitr LINE APP
CLOUD API SYNC
with KEY PLAYERS



CLOUD API SYNC – the 3 key essential, patient information

(ประวัติแพทย์-การบริจาคมรณะ-living will)

WHAT & WHY & OBJECTIVES???

Cheevamitr Knowledge & Service Platform (LINE APP) for all Thais

การตายดี การตายมีคุณภาพ ทั้ง 5 มิติ

ISSUES

- Cheevamitr's fans and those interested or accessed are still very small (30,000 pax).
- Limited knowledge of Thais to understand the differences between curative care vs. palliative care, end-of-life care as well as almost zero knowledge of OWN RIGHT to choose each own "Leaving Journey", patient has the RIGHT to know, understand and choose for own self.
- E-living will or Living will is hardly known and understood by Thais even educated groups.
- Awareness of the 5 aspects of "happy leaving journey" care is a MUST that all Thais must consider to plan for their journey beautifully.

EXPECTED OUTCOMES

1. Reach and gain more Cheevamitr's fan/ members of LINE APP **at least 100,000 pax**
2. **Sufficient knowledge of Thais** to understand the differences between curative care vs. palliative care, end-of-life care as well as almost zero knowledge of OWN RIGHT to choose each own "Leaving Journey", patient has the RIGHT to know, understand and choose for own self.
3. **E-living will or Living will be aware and known MORE among white collars & their families, at least.**
4. **Higher or massive awareness of the 5 aspects of "happy leaving journey" care** is a MUST that all Thais must consider to plan for their journey beautifully.

5A JOURNEY for THAI PEOPLE on "HAPPY LEAVING JOURNEY"



การดูแลแบบประคับประคอง
คุณภาพชีวิตระยะสุดท้าย

แพทย์

จิตวิญญาณ

การยอมรับการตายไม่ใช่ศัตรู
การสะสางเรื่องที่ค้างคาใจ

กฎหมาย

สังคม

Advocate

ความต้องการของผู้ป่วย
ผู้ดูแลและครอบครัว
การสื่อสารกับแพทย์

พรบ. สุขภาพแห่งชาติ 2550
มาตรา 12
บุคคลมีสิทธิทำหนังสือ
เจตจำนงไม่ประสงค์จะรับ
บริการสาธารณสุข

Aware

เศรษฐกิจ

ภาระและผลกระทบทางการเงิน
กับครอบครัว
ค่ารักษาพยาบาลที่เหมาะสม



Expected Roles from Tellscore



1. Awareness & Understanding in more massive scale of one's right to have a "Happy Leaving Journey or Quality end-of-life Care".

Happy Leaving... **IMPACTING** on Happy Living Journey

3. Thailand's Quality of Death Index improved, affecting to GNH index, reflecting directly to diversity, equality & sustainability which are KEY WORLD TRENDS for

"regenerative business for better future"



4. Palliative care and Hospice care increasingly significant geared towards the "aging population growth" in Thailand & the world, ESSENTIAL COUNTRY & WORLD AGENDA!!!





Aging
Population
massively
increased

Trend of

Happy Leaving...impacting on Happy Living Journey

Equality and
All about
Right 2
access

Sustainability
for better
FUTURE

Influencer Marketing Brief Canvas

www.tellscore.com



Timeframe:
LINE APP to be ready for launch in mid of June 2021

Product/Service
Cheevamitr (SE) "End-of-life Care" Knowledge & Service Platform in 5 aspects of life

Type of Reviews
Promote our LINE APP via our launch materials to create massive awareness (AWARE)

Fill up own living will and share as sample for mass to follow (ACT)

Share those with filled-up e-living will and advocate their good thoughts (ADVOCACY)

Objectives
Create 3 As out of 5As

AWARE

ACT

ADVOCATE

Cheevamitr's own-developed LINE APP
(LINE LIFF Application), is the 1st & most-convenient platform on "Happy-Leaving Journey" in all 5 aspects .

1. Medical
2. Legal
3. Financial
4. Social & Communication
5. Mind quality

Our own launch plan
1. Promote via contented-related or target-related pages & influencers via connections ;such, Young Happy page, เพจมนุษย์เงินเดือนพันธ์ใหม่, Peaceful Death page, เพจมนุษย์ต่างวัย
2. Pitch project for free promoting on mass media both TV and online ;such as, Thai PBS, The Cloud, etc.

Existing audiences
- Those with "end-of-life care" patients.
- Those with experiences of having loved one struggling till the last breath.
- Those with age above 40 and up.

Communication materials
- Will be developed and handed in to all influencers by Cheevamitr's Content Team

Work-in Progress
- Cheevamitr will demon the usage of LINE APP and the e-living will form to influencers and will be ready to answers all questions within 1-12 hours after questions sent in.

IMPACTS
- See page 16.

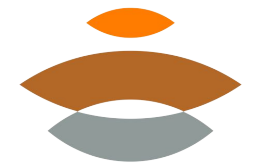
Prospective audiences
- Thais who use LINE (37 M people for total LINE users).
- Those with or without patients with NCDs (non-communicable diseases), but starting to see some in their lives.
- Those with age 20 and up

All materials will be designed and produces by Cheevamitr's content team and is owned all by Cheevamitr.

Before

After





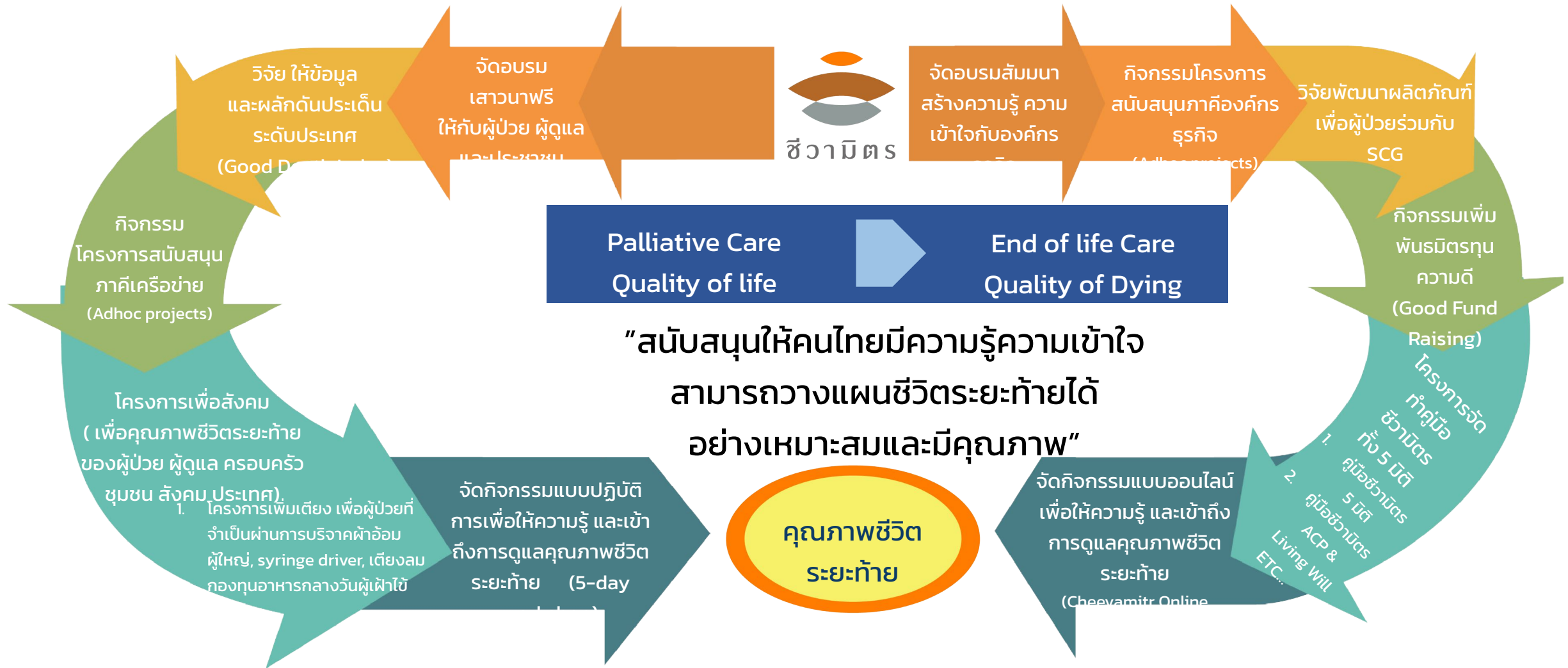
ชวามิตร

THANK YOU

แบบฟอร์มพินัยกรรมชีวิตฉบับร่าง (Drafted E Living Will)



Our master projects to date



CHEEVAMITR SEGMENTATION TO FOCUS

Corporates in SET
Urban, Educated Mass



Key Stakeholders for Community
and Society

Thais and All living in Thailand

