

# อสังหาฯมุ่งไฮเอนด์ อัปเดตอีเวนต์ปลูกแรงซื้อ



### กลยุทธ์การตลาดผู้ประกอบการอสังหาฯ

แสนสิริ	สยามสินธร	อนันดา
<ul style="list-style-type: none"> <li>ทำการตลาดด้วยการสร้างแบรนด์</li> <li>ดึงนักออกแบบ-เฟอร์นิเจอร์ระดับโลกเป็นจุดขาย</li> <li>ขยายฐานกลุ่มลูกค้าอายุ 25-30 ปี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ชูจุดขายราคาต่ำกว่าคอนโดมิเนียมพรีเมียม</li> <li>ทำเลใจกลางธุรกิจสร้างเสร็จแล้วจึงขาย</li> <li>การก่อสร้างวัสดุตกแต่งด้วยมาตรฐานโลก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กลุ่มคนสร้างครอบครัวต้องการอยู่โครงการแนวราบ</li> <li>มุ่งตลาดไฮเอนด์เป็นหลัก</li> <li>การออกแบบต้องสร้างความแตกต่าง</li> </ul>

ที่มา : โพสต์ทูเดย์รวบรวม

โพสต์กราฟฟิก

กับข่าวอสังหาริมทรัพย์โพสต์ทูเดย์

จากปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ยังรุมเร้ารวมไปถึงตัวเลขการปฏิเสธรายการขอสินเชื่อที่ยังสูง จึงทำให้แนวทางการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์มุ่งไปสู่ตลาดกลาง-บนเป็นหลัก เพราะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจซบเซาค่อนข้างน้อย ณ เวลานี้ จึงเห็นกิจกรรมส่งเสริมการขายในกลุ่มดังกล่าวมากขึ้นเพื่อเร่งยอดขาย

**สิปพงค์ เกียรติวิศาลชัย** ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาโครงการบริษัท สยามสินธร เปิดเผยว่า ขณะนี้บริษัทได้เปิดตัวโครงการสินธร เรสซิเดนซ์ ซึ่งเป็นโครงการคอนโดมิเนียมหรู 2 อาคาร ความสูง 35 ชั้น และ 10 ชั้น รวม

202 ยูนิต มูลค่าโครงการ 4,500 ล้านบาท ปัจจุบันก่อสร้างแล้วเสร็จและมียอดขายแล้ว 75% มีราคาขาย 2.4 แสนบาท/ตร.ม. คาดว่าสามารถปิดการขายได้ภายในสิ้นปีนี้ สำหรับกลยุทธ์ส่งเสริมการขายของบริษัทนั้นจะเน้นพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพสูงสร้างเสร็จก่อนเปิดขายจริง ในรูปแบบการเช่าระยะยาวบนที่ดินสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

**ชานนท์ เรืองกฤตยา** ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ กล่าวว่า บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาร์เทล พัฒนาการ-ทองหล่อ มูลค่ากว่า 1,600 ล้านบาท บ้านเดี่ยวระดับลักซ์ชัวร์ราคา 28-48 ล้านบาท เนื่องจาก

ตลาดบ้านเดี่ยวเป็นเรียลตี้มานานของผู้ซื้อที่ต้องการอยู่อาศัยจริง ขณะที่การพัฒนาโครงการแนวราบนั้นจะต้องเน้นการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมไปถึงการนำบริษัทที่ปรึกษาทางด้านอสังหาริมทรัพย์อย่างบริษัท ซีบีอาร์อี มาช่วยดูแลด้านการขาย ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น โฆษณา โดยให้ลูกค้าลงทะเบียนล่วงหน้า อู๊ยย อู๊ยยแสงสุข รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส สายงานพัฒนาธุรกิจและพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมบริษัท แสนสิริ กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์มากขึ้น เพื่อหวังครอง

ใจผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 25-30 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มองหาโครงการที่มีคุณภาพและจะต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

“การทำตลาดอสังหาริมทรัพย์ในยุคปัจจุบันต้องมุ่งไปเรื่องอิมชันนัล มาร์เก็ตติ้ง หรือการใช้อารมณ์มาช่วยสร้างการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ขณะเดียวกันโปรดักต์หรือสินค้านั้นจะต้องคำนึงถึงเทรนด์ของการอยู่อาศัยว่าลูกค้าแต่ละรายต้องการสิ่งใด เช่น เน้นดีไซน์จากนักออกแบบและเฟอร์นิเจอร์ระดับโลก การนำเทคโนโลยีด้านไอทีมาใช้ เป็นต้น” อุทัย กล่าว

ทั้งนี้ ล่าสุดบริษัทได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโครงการคอนโดมิเนียมคุณ บาย ยู จำนวน 148 ยูนิต มูลค่า

โครงการ 4,000 ล้านบาท ใช้งบการตลาด 3% หรือ 120 ล้านบาท โดยกลยุทธ์การตลาดจะออกมาในรูปแบบเอ็กซ์พีเรียน มาร์เก็ตติ้ง เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านการออกแบบและไลฟ์สไตล์ในการอยู่อาศัย

ประเดิมด้วยโครงการแรกคุณ ดีเอ็นเอ เอ็กซ์พลอราทอเรียม บาย บอมพาส แอนด์ พาร์ ที่ศูนย์การค้า ดี เอ็มโพเรียม ซึ่งเป็นงานปาร์ตี้ที่ร่วมกับนักจัดงานปาร์ตี้และอีเวนต์มือทองจากลอนดอน เพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ให้ผู้บริโภครู้สึกใกล้ชิดแบรนด์มากขึ้น โดยปีนี้บริษัทมีแผนจัดอีเวนต์โครงการนี้ 10 ครั้ง ปัจจุบันโครงการคุณ บาย ยู มียอดขายแล้ว 65% คาดถึงสิ้นปีจะมียอดขาย 80% ■