

	หนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์
	คอลัมน์ :
	หัวข้อข่าว : แสนสิริผุดโชว์룸ขึ้นห้าง ช่วยย่าแบรนต์
	วันที่ : 14 กุมภาพันธ์ 2555

'แสนสิริ'ผุดโชว์룸ขึ้นห้างช่วยย่าแบรนต์

โพสต์ทูเดย์ — แสนสิริปรับงบใช้สื่อ 200 ล้านบาท หันปั้นแบรนต์ผ่านห้างหรู เผยซื้อที่ดินเก่าอาชื้อหม่ากรุ๊ปเลี้ยงช้ันบ้านเดี่ยวปึกหน้า

นายวันจักร์ บุรณศิริ ประธานผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ บริษัทแสนสิริ เปิดเผยว่า ปีนี้บริษัทเตรียมงบสำหรับการทำตลาดและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแบรนต์แสนสิริประมาณ 200 ล้านบาท ซึ่งใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา แต่จะปรับรูปแบบการใช้งานจากปีที่แล้ว

จะเน้นใช้ผ่านสื่อโฆษณาทีวี ส่วนในปีนี้จะเน้นการสร้างแบรนต์ผ่านการเปิดแสนสิริ เลานจ์ ที่ชั้น 3 สยามพารากอน ควบคู่กับสื่ออื่นๆ ที่มีอยู่ เพื่อสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น โดยหวังให้แสนสิริเป็นแบรนต์อันดับหนึ่งในการรับรู้ของผู้บริโภคทุกประเภทที่อยู่อาศัย

ในส่วนแสนสิริ เลานจ์ จะวางแบบให้เป็นพื้นที่พิเศษสำหรับลูกบ้านที่อาศัยอยู่ในโครงการของแสนสิริ พร้อมกับบริการอำนวยความสะดวก

ความสะดวกในด้านต่างๆ และมีพื้นที่บางส่วนสำหรับการให้ข้อมูลที่อยู่อาศัยกับกลุ่มคนทั่วไป ซึ่งตั้งเป้าให้กลุ่มคนทั่วไปเห็นความพิเศษในการเป็นลูกบ้านแสนสิริจากแสนสิริ เลานจ์

ทั้งนี้ จากผลศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับแบรนต์ที่อยู่อาศัยเมื่อปลายปี 2553 พบว่าแบรนต์คอนโดมิเนียมของบริษัทเป็นที่รับรู้ของผู้บริโภคมากที่สุด แต่บ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ยังคงเป็นของคู่แข่งในตลาด โดยบริษัท