



10 AUG, 2020

## Successful strategies of 98 Wireless the ultimate masterpiece by Sansiri (Aug 20)

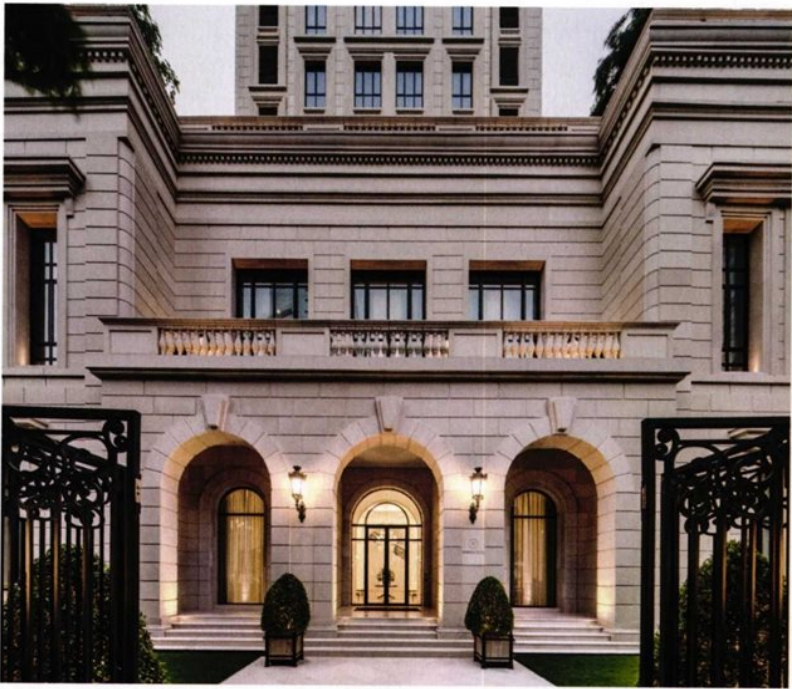
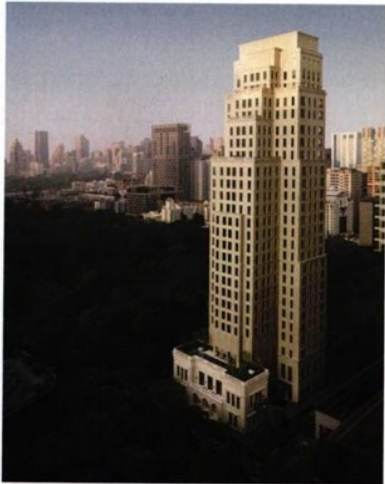
Forbes Thailand, Thailand

PROMOTIONAL SECTION

# เปิดกลยุทธ์ความสำเร็จ “98 Wireless” ที่สุดแห่งมาสเตอร์พีซจากแสนสิริ

ปฏิเสธไม่ได้ว่านับตั้งแต่แสนสิริ ดีเวลลอปเปอร์ชั้นนำของไทยเผยโฉม โครงการ “98 Wireless” แฟล็กชิปคอนโดมิเนียมซูเปอร์ลักซ์วรีแห่งนี้ได้สร้างนิยามใหม่แห่งการอยู่อาศัยที่เหนือระดับจนกลายเป็นเทรนด์ออฟเดอะทาวน์มาจนถึงวันนี้ ไม่ใช่แค่เพราะมูลค่าโครงการ หรือราคาขายที่สูงเป็นประวัติการณ์เท่านั้น แต่ความใส่ใจในทุกรายละเอียดเพื่อนำเสนอที่สุดแห่งประสบการณ์ใช้ชีวิตอย่างไว้ที่ทำได้ให้ 98 Wireless เป็นหนึ่งในโครงการที่กลุ่มลูกค้าระดับบนรอคอยจะได้ครอบครอง

จึงไม่แปลกเลยที่นับตั้งแต่เปิดตัวโครงการ “98 Wireless” จะได้รับการตอบรับอย่างล้นหลามทั้งจากกลุ่มลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติพิสูจน์ได้จากยอดจองห้องชุดก่อนการเปิดตัวที่มากกว่า 50% หลังจากเปิดขายไม่ถึง 1 ปีสามารถทยอยขายได้เกือบ 80% คิดเป็นมูลค่า 6,750 ล้านบาท สะท้อนว่าเรียลตี้มานด์ของกลุ่มลูกค้าระดับบนซึ่งเป็นกลุ่มที่แสนสิริครองใจยังคงเหนียวแน่นและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องอะไรคือกุญแจแห่งความสำเร็จที่ต่อยอดให้โครงการ “98 Wireless” สมกับเป็นประวัติศาสตร์หน้าสำคัญของวงการอสังหาริมทรัพย์ไทย อภิมหา จตุระกูล ประธานอำนวยการ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) พร้อมแล้วที่จะเฉลยถึงเบื้องหลังความสำเร็จที่ไม่ได้เนรมิตได้ในชั่วพริบตา หากแต่อาศัยการสั่งสมประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ จนเกิดเป็นอัตลักษณ์ที่ยังยากสักในแบรนด์ “แสนสิริ”



### ถอดรหัสเบื้องหลังความสำเร็จ “98 Wireless”

ความสำเร็จของโครงการที่มีมูลค่าสูงถึง 8,700 ล้านบาท ใช้เวลาถึง 7 ปีในการพัฒนามีเพียงแค่ 77 เจ้าของเท่านั้นที่จะได้ครอบครองที่สุดแห่งความเหนือระดับของการอยู่อาศัยที่ออกแบบภายใต้ปรัชญา “The Best Comes as Standard” มาจากหลากหลายปัจจัยที่สำคัญอันดับแรกคือ ความพรีเมียมของทำเลที่ตั้งอยู่บนถนนวิทย์ ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นทำเลที่ดีที่สุดในใจกลางมหานครอย่างกรุงเทพฯ และยังเป็นโครงการเดียวที่สามารถถือครองกรรมสิทธิ์ได้ 100 % สะท้อนถึงความภูมิใจและคุณค่าที่ประเมินค่าไม่ได้ เพราะถนนวิทย์มีอัตราการเติบโตของราคาประเมินที่ดินเฉลี่ยปีละเกือบ 70% หรือคิดเป็นเท่าตัวเมื่อเทียบกับลิ้ม สาทร์ และสุขุมวิท จึงสามารถตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มบนได้อย่างตรงจุด ไม่ว่าจะซื้อเพื่ออาศัยเองวันนี้ หรือส่งต่อเป็นมรดกจากรุ่นสู่รุ่นในอนาคต

อีกหนึ่งปัจจัยความสำเร็จคือ การนำเสนอประสบการณ์การอยู่อาศัยที่เหนือระดับในทุกมิติ ตั้งแต่การออกแบบตัวสถาปัตยกรรมอาคาร และการตกแต่งภายในอย่างมีระดับ มาตรฐาน

เวิลด์คลาส สมกับเป็นโครงการที่แสนสิริภาคภูมิใจว่าเป็นโครงการที่มีการรวมตัวของบริษัทที่ปรึกษาและบริษัทดีไซน์ชั้นนำระดับโลกมาร่วมพัฒนามากที่สุด ทำให้ทุกรายละเอียดถูกรังสรรค์อย่างประณีตราวกับงานคราฟต์ ไม่เพียงเท่านั้นเพื่อให้มั่นใจว่าโครงการจะรวมสุดยอดสิ่งที่ดีที่สุดในทุกตารางนิ้วของโครงการอย่างไม่เคยมีโครงการใดในไทยหรือภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เคยทำมาก่อน ผู้บริหารระดับสูงของแสนสิริจึงทุ่มทุนเดินทางไปคัดสรรวัสดุการตกแต่ง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในโครงการด้วยตัวเองทุกชิ้น

จะเห็นได้ว่า หัวใจของการพัฒนาโครงการแฟล็กชิปให้ประสบความสำเร็จตามแบบฉบับแสนสิรินั้น ไม่ได้มุ่งนำเสนอแต่ความหรูหรา แต่เป็นผลจากการบวนการคิดอันแยบยล ใส่ทุกรายละเอียด ตั้งแต่การเลือกทำเลที่เป็น prime area อย่างแท้จริง การออกแบบที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ทุกการใช้ชีวิต จำนวนที่เอ็กซ์คลูซีฟ ตลอดจนการดูแลและบริการที่เหนือระดับ สอดคล้องกับรสนิยมการอยู่อาศัยที่ลูกค้ากลุ่มบนมองหา สามารถสร้างความภาคภูมิใจแก่ผู้ครอบครองตลอดจนมูลค่า





10 AUG, 2020

Successful strategies of 98 Wireless the ultimate masterpiece by Sansiri (Aug 20)

Forbes Thailand, Thailand

PROMOTIONAL SECTION

ที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อให้ลูกหลานจากรุ่นสู่รุ่น

ถอดรหัส 4 กลยุทธ์พิชิตใจลูกค้าบ้านแสนสิริ

อย่างไรก็ตาม นอกจากพัฒนาโครงการได้อย่างไร้ที่ติแล้ว การจะพิชิตใจลูกค้ากลุ่ม high net worth individual (HNWI) หรือบุคคลธรรมดาที่มีสินทรัพย์สุทธิในระดับสูง จนขึ้นแท่นเป็นผู้นำรสนิยมการอยู่อาศัย (taste-maker brand) ถือเป็นอีกโจทย์ที่ท้าทายไม่น้อย แต่แสนสิริเชื่อมั่นว่า ด้วย 4 กลยุทธ์จากนี้คือปัจจัยสำเร็จที่ทำให้แสนสิริเป็นเบอร์ 1 ในวงการอสังหาฯ ชูเปอร์ลักซ์วรี ณ วันนี้

กลยุทธ์ที่ปรึกษาติดยกให้เป็นอันดับแรกคือ ความเชื่อมั่นในแบรนด์แสนสิริของกลุ่ม HNWI ที่ไม่ได้มองว่าบ้านเป็นที่อยู่อาศัย แต่เป็นตัวแทนสะท้อนความสำเร็จและรสนิยม ซึ่งถือเป็นโจทย์ที่ท้าทายสำหรับดีเวลลอปเปอร์ในการพัฒนาที่ไม่ใช่ใครก็ทำได้ เพราะต้องคราฟต์ทุกรายละเอียดให้ออกมาอย่างไร้ที่ติ โดยอาศัยความเชี่ยวชาญและประสบการณ์มากพอ

ด้วยความเชี่ยวชาญกว่า 36 ปีนอกจากแสนสิริจะพัฒนาโครงการในทุกระดับ ยังมีตัวอย่างโครงการคุณภาพที่เลอค่าเหนือกาลเวลาเป็นโปรไฟล์ชั้นดีอย่างโครงการ “บ้านไข่มุก” แฟล็กชิประดับลักซ์วรีแห่งแรกของแสนสิริ ซึ่งเปิดตัวเมื่อปี 2531 พาให้ “แสนสิริ” เป็นที่ยอมรับในฐานะผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ไทยรายแรกที่สามารถพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยในระดับลักซ์วรีได้ตอบโจทย์ทั้งรสนิยมและความต้องการในการใช้ชีวิตของลูกค้าระดับบน แดมมูลค่าของโครงการยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากราคาขาย 7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 80 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 1,000%)

อีกหนึ่งโครงการที่สร้างชื่อให้กับแสนสิริคือ

บ้านแสนสิริ สุขุมวิท 67 โครงการแฟล็กชิปบ้านเดี่ยวแห่งแรกเปิดตัวเมื่อปี 2549 นอกจากความหรูหราอย่างมีระดับเหนือกาลเวลาในทุกตารางนิ้ว ด้วยที่ตั้งอยู่บนที่ดินผืนสุดท้ายใจกลางสุขุมวิทที่หาไม่ได้อีกแล้ว ทำให้มูลค่าโครงการเพิ่มขึ้นกว่า 85% จากราคาขาย 27 ล้านบาท ปัจจุบันราคาขายเฉลี่ยอยู่ที่ 50 ล้านบาท ผลงานจากความมุ่งมั่นในการพัฒนาทั้งสองโครงการทำให้โครงการแฟล็กชิปจากแสนสิริกลายเป็นที่ดังตรึง

กลยุทธ์ถัดมาคือการวิจัยค้นคว้าได้การพัฒนาโครงการอย่างเข้าใจ และลงลึกทุกรายละเอียด ไม่ว่าจะเป็นการคัดสรรวัสดุคุณภาพทั้งภายในและภายนอกที่ตอบโจทย์รสนิยมการอยู่อาศัยลูกค้ากลุ่มลักซ์วรีไปจนถึงบริการเอ็กส์คลูซิฟเหนือระดับ สุดท้ายคือ กลยุทธ์การรวมพอร์ตโฟลิโอ Sansiri Luxury Collection เพื่อยกระดับสู่การเป็นแบรนด์อสังหาฯ ลักซ์วรีชั้นนำในตลาดต่างประเทศ ภายใต้ 3 ปรัชญา Refined Taste ดีไซน์ชั้นเยี่ยมที่เปี่ยมด้วยรสนิยม, Uncompromising Quality ความพิถีพิถันในการคัดสรรวัสดุคุณภาพเฟอร์นิเจอร์ ของประดับตกแต่ง และงานศิลปะจากทั่วโลก และ Curated Service มอบบริการผ่านประสบการณ์ที่ยิ่งกว่าความเอ็กส์คลูซิฟ

สร้างประวัติศาสตร์หน้าใหม่ให้วงการ

จากกลยุทธ์ที่แข็งแกร่งบวกกับปรัชญาในการรังสรรค์พอร์ตโฟลิโอ Sansiri Luxury Collection ทำให้ครึ่งปีแรกของปี 2563 แสนสิริสามารถสร้างประวัติศาสตร์หน้าใหม่ให้วงการอสังหาฯ ด้วยการประกาศปิดการขายโครงการที่อยู่อาศัยในกลุ่มเซกเมนต์ลักซ์วรีไปแล้วถึง 6 โครงการ รวมมูลค่ากว่า 23,200 ล้านบาท ประกอบด้วย



อภิชาติ จุระกุล  
ประธานอำนวยการ  
บริษัท แสนสิริ จำกัด  
(มหาชน)

โครงการภายใต้พอร์ต Sansiri Luxury Collection 3 โครงการคือ 98 Wireless แฟล็กชิปคอนโดมิเนียมชูเปอร์ลักซ์วรี บ้านแสนสิริพัฒนาการ แฟล็กชิปบ้านเดี่ยวระดับชูเปอร์ลักซ์วรี, เดอะ ไมเนเมนต์ ทองหล่อ ลักซ์วรีคอนโดมิเนียมใจกลางย่านทองหล่อ และโครงการลักซ์วรีแนวราบ ได้แก่ ไทเกอร์ เลน ลักซ์วรีโฮมออฟฟิศบนที่ที่สุดของทำเลทองพรีเมียมเคชั่นตำแหน่งอวอร์ดของมั่งคั่งที่หายากใจกลางย่านเสือป่า เยาวราช, นาราสิริบางนา และนาราสิริ พุทธมณฑล สาย 1

สำหรับบ้านแสนสิริพัฒนาการ เป็นโครงการแฟล็กชิปบ้านเดี่ยวระดับชูเปอร์ลักซ์วรีที่ใช้เวลาถึง 3 ปีในการพัฒนา เอ็กส์คลูซิฟเพียง 36 หลัง โดดเด่นด้วยแรงบันดาลใจในการออกแบบสไตล์ “regency” ทรงคุณค่าในแบบฉบับอังกฤษ คัดสรรวัสดุคุณภาพจากแบรนด์ระดับโลกที่สะท้อนรสนิยมการใช้ชีวิตจากความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงความเหนือระดับตั้งอยู่ในย่านพัฒนาการ อีกหนึ่งทำเลทองที่มูลค่าที่ดินมีแต่ขึ้น จึงทำให้โครงการนี้เป็นที่หมายตา เปิดตัวไม่ถึง 1 เดือนก็มียอดจองเกือบครึ่งของทั้งโครงการ

ขณะที่เดอะ ไมเนเมนต์ ทองหล่อ ลักซ์วรีคอนโดมิเนียมใจกลางย่านทองหล่อ รังสรรค์นิยามบทใหม่ภายใต้แนวคิด “Luxury is Space” ชูความโดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมตึกสูง “monolith” เฝือพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสุดเอ็กส์คลูซิฟ อภิสิทธิ์เพียง 127 ครอบครัวเท่านั้นที่จะได้ครอบครองเอกสิทธิ์ในสังคมคุณภาพโดยแต่ละชั้นออกแบบให้ไม่เกินจำนวน 4 ยูนิต พร้อมลิฟต์ส่วนตัวที่จอดเฉพาะชั้นห้องพักของเจ้าของห้องเท่านั้น จึงให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัวไม่ต่างจากการอยู่อาศัยในบ้านเดี่ยว

ความสำเร็จอย่างสง่างามทั้งหมดนี้คือสิ่งตอกย้ำความเป็นตัวจริงในการพัฒนาโครงการระดับลักซ์วรี อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารคนเก่งย้ำว่า แสนสิริยังมุ่งมั่นที่จะรังสรรค์ที่สุดแห่งประสบการณ์การอยู่อาศัยชูเปอร์ลักซ์วรีอย่างต่อเนื่อง จากนั้นเตรียมพบกับโครงการแฟล็กชิปต่อไปที่ถนนสารสิน สุดยอดทำเลใจกลางกรุงเทพฯ ซึ่งอภิชาตินิยามว่าเป็นความท้าทายใหม่ของแบรนด์ ส่วนจะสร้างปรากฏการณ์ครั้งใหม่อย่างไร ต้องรอติดตาม ■

