

“แสนสิริ” รุกโซเซียลมีเดียผ่านเว็บไซต์ 5 ภาษาทั่วโลก

แสนสิริรุกกลยุทธ์โซเซียล มีเดีย มาร์เก็ตติ้ง ตั้งเป้าขยายการรับรู้สู่ผู้บริโภค 1,000 ล้านคนทั่วโลก ผ่านเว็บไซต์ 5 ภาษา และ Facebook Fan Page 4 เวอร์ชัน มุ่งขยายตลาดต่างประเทศเต็มพิกัด

นายอุทัย อุทัยแสงสุข รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส สายงานพัฒนาธุรกิจและพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า แผนการขยายตลาดสู่ต่างประเทศคือกลยุทธ์การเติบโตในปี 2560 ซึ่งบริษัทตั้งเป้าการเติบโตแบบก้าวกระโดดทุกปี โดยปีนี้ตั้งยอดขายไว้ที่ 8,000 ล้านบาท ซึ่งเราได้เพิ่มเป้าจากเมื่อต้นปีที่อยู่ที่ 7,500 ล้านบาท เพราะเราเริ่มเห็นแนวโน้มมีความต้องการที่อยู่อาศัยในเมืองไทยอยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดการณ์ รวมทั้งลูกค้าในต่างประเทศรู้จักและเชื่อมั่นในแบรนด์แสนสิริมากขึ้นจนทำให้ตัดสินใจซื้อโครงการได้ง่ายขึ้น

ทั้งนี้ เป้ายอดขายใหม่ที่ 8,000 ล้านบาท เติบโตจากยอดขาย 5,400 ล้านบาทเมื่อปี 2559 ประมาณ 50% โดยเชื่อว่ายอดขายในตลาดต่างชาติหลัก คือ ชองกง จีน สิงคโปร์ ไต้หวัน และญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้นอย่างน้อยประเทศละ 20-30% ทั้งนี้ ช่องทางการตลาดบนสื่อดิจิทัลจะเป็นช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตลาดต่างประเทศได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพที่สุด เพราะพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้บริโภคเปลี่ยนไปสู่สื่อดิจิทัลมากขึ้นตลอดจนช่องทางดิจิทัลและโซเซียลมีเดียยังเป็นช่องทางในการทำตลาดได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงมีแผนที่จะ

ผลักดันกลยุทธ์ด้านโซเซียล มีเดีย มาร์เก็ตติ้งอย่างเข้มข้นเพื่อขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทั่วโลก ซึ่งแนวทางการทำการตลาดในต่างประเทศนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกันที่ทางธุรกิจของบริษัทที่จะใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้นในยุค Digital Transformation ตลอดจนยังอาจช่วยในการดำเนินธุรกิจของบริษัทลูกของแสนสิริและธนาคารไทยพาณิชย์ที่กำลังทำ Property Technology อย่างสิริ เวนเจอร์ในอนาคตด้วย

นายสมัชชา พรหมศิริ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร และระบบฐานข้อมูลการตลาดกล่าวว่า แนวทางการปรับกลยุทธ์ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งของแสนสิริ จะมุ่งจับเทรนด์เทคโนโลยีที่มาแรงในปี 2560 ไม่ว่าจะเป็น เทรนด์ด้านโมบิลิตี้อย่างเทคโนโลยี AMP (Accelerated Mobile Pages) เพื่อการโหลดคอนเทนต์ที่รวดเร็วทันใจ เทคโนโลยี Geotagging ระบุพิกัดของผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อให้สามารถนำเสนอข้อมูล สินค้าหรือบริการได้อย่างถูกที่ ถูกเวลา เทรนด์ด้าน Data Tracking เพื่อให้เข้าใจรูปแบบเส้นทางการตัดสินใจของผู้บริโภคและสามารถนำเสนอคอนเทนต์ที่ตรงใจ โดยไม่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถูกรบกวนหรือล่วงล้ำความเป็นส่วนตัว ตลอดจนเทรนด์นวัตกรรม อย่าง Chatbot ทำหน้าที่คอยโต้ตอบกับผู้บริโภคเหมือนเป็น Call Center และเทคโนโลยี Smart Home เป็นต้น ●