

แสนสิริ พลิกเกมการตลาดชู“YOU-CENTRIC”ดึงทุกคนเป็นศูนย์กลางพัฒนา“บ้าน-บริการ”

ผู้จัดการรายวัน360° – แสนสิริ จับเทรนด์ปัจเจกนิยม พลิกเกมการตลาดอสังหาฯ ชูแนวคิด “YOU-Centric” ดึง “คุณ” ทุกคนเป็นศูนย์กลางพัฒนาโครงการบ้าน คอนโด และทาวน์โฮม หวังมัดใจลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย-ทุกเซกเมนต์ ครอบคลุมทุกความหลากหลายไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต และบริการตอบโจทย์ครอบคลุมทุกความหลากหลายพร้อมเปิดตัว “YOUuniform” มี.ค.นี้

นายทศพร กรกิจ Head of Brand Team บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า แสนสิริ ได้วางกลยุทธ์สื่อสารการตลาดใหม่ ภายใต้แนวคิด “YOU-Centric” หลังจากมองเห็น Insight เกี่ยวกับความเป็นปัจเจกนิยม หรือ Individualism ของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น แสนสิริ จึงทำความเข้าใจลูกค้าผ่านตัวตนที่แท้จริง และนำมาตั้งต้นเป็นจุดศูนย์กลางในการพัฒนาโครงการและบริการให้ตอบ

โจทย์ทุกความเป็น “คุณ” ไม่เพียงเท่านั้น “YOU” หรือ “คุณ” ในความหมายของแสนสิริยังรวมไปถึงพนักงาน คู่ค้าและสังคม โดยเราให้ความสำคัญกับความเป็น Global Citizen ผ่านการดำเนินธุรกิจควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ ส่งเสริมความเท่าเทียม เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ชุมชนที่มีความสุขและความยั่งยืน ต่อยกแก่น “People” ญูแฉขับเคลื่อนหลัก ภายใต้ ‘STEP BEYOND’ แผนธุรกิจของปีนี้

“เรามองว่ากลยุทธ์ “YOU-Centric” เป็นการต่อยอดที่ผสมผสานใส่ใจในตัวคนลูกค้า ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ทำให้ “Customer-Centric” แบบเดิมไม่พอ เพราะโลกเราเปิดกว้างในหลายเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นตัวตนที่แท้จริง เพศ ความสนใจ หรือแม้แต่อายุ ก็ล้วนมีมุมมองที่เปิดกว้างมากหากเทียบกับเมื่อก่อน เพราะฉะนั้นการที่เราจะตั้งโจทย์

ว่าลูกค้าเราคือใครจากภูมณฑลใดๆ อาจจะได้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกับการทำความเข้าใจลูกค้าผ่านตัวตนที่แท้จริงเพราะนี่เปรียบเหมือนสะพานที่เชื่อมไปหาลูกค้า ความเข้าใจในตัวคนของลูกค้าจริงๆ ถือเป็น 1 ใน Key Success ของแบรนด์ในการที่เราพัฒนาโครงการและบริการ”

สำหรับกลยุทธ์ “YOU-Centric” จะถูกถ่ายทอดผ่านการนำเสนอโครงการและบริการของแสนสิริ ที่มาจากกระบวนการคิดทำความเข้าใจและให้ความสำคัญกับความเป็น “คุณ” ทุกคนอย่างแท้จริง ผ่านการเปิดตัว 46 โครงการใหม่ มูลค่ารวม 50,000 ล้านบาท ครอบคลุมทุกเซกเมนต์ ทุกระดับราคา มาพร้อมกับดีไซน์และฟังก์ชัน ตอบโจทย์ทุกความต้องการและไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต ตั้งแต่คอนโดมิเนียมราคาเริ่มต้นไม่เกินล้านบาท และบ้านราคาเริ่มต้นไม่เกิน 2 ล้านบาท ไปถึงโครงการที่อยู่อาศัยใหม่ ภายใต้ Sansiri

Luxury Collection

“นอกจากการนำเสนอโครงการและบริการที่คิดมาจากความเป็น “คุณ” เราเชื่อว่า กลยุทธ์ “YOU Centric” จะเป็นมิติใหม่ที่เข้ามาสร้างสีสันให้กับวงการอสังหาฯ ผ่านการออกแบบที่หลากหลายและโดดเด่นในด้าน Uniquely Design เช่น ทาวน์โฮมแบรนด์ “สิริ เพลส” ซีรีส์ใหม่ “Dream Destination” และเร็วๆ นี้ แสนสิริ เตรียมคิกออฟไอเทมแรกของ “YOU-Centric” กับ “YOUuniform” ชุดยูนิฟอร์มใหม่ของพนักงานขายแสนสิริ ที่ถูกออกแบบบนพื้นฐานความเข้าใจในรูปร่างที่หลากหลายของพนักงานเหมาะสมกับการใช้งานจริงและเป็นมิตรกับลูกค้าและโลกของเรา นอกจากนั้น แสนสิริ ยังเตรียมสร้างความเชี่ยวชาญ ด้วยการสื่อสารการตลาดอีกมากมาย บันแคมเปญยิ่งใหญ่แห่งปี ยกทัพมาสร้างมิติใหม่ให้กับตลาดอสังหาริมทรัพย์ไทยตลอดปี 65”.