

'แสนสิริ'แท็กทีม'ขายหัวเราะ'เปิดตัวโปรเจกต์ 'บ้านนี้ สะ สะ ฮ่า'บุกตลาดอสังหาฯ ไตรมาส 2



ชลีรัตน์ ต่จรัส ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดองค์กร บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) เผยว่า “แสนสิริ เดินหน้าสานต่อกลยุทธ์ Partnership Game หลังจากประสบความสำเร็จในปีที่ผ่านมา ด้วยการจับมือกับบริษัท คิว พลัส จำกัด ที่สร้างกระแส talk of the town กวาดยอดขายทะลุเป้ากว่า 7,000 ล้านบาทและในปีนี้อยู่แสนสิริได้ผนึกกับพันธมิตรข้ามวงการล่าสุด “ขายหัวเราะ” แปรนัยคาแรคเตอร์การ์ตูนดังของไทย ส่งแคมเปญ “บ้านนี้ สะ สะ ฮ่า” เพื่อรุกตลาดเจาะกลุ่มลูกค้าเรียลตี้แมน ในกลุ่มเช็กเชน affordable ซึ่งสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การเปิดตัวโครงการใหม่ของแสนสิริในปีนี้อยู่ที่มีสัดส่วนมากกว่า 50% อาทิ ลีรี เฟลส, คอนโดมี เดอะ มูฟ เป็นต้น ผ่านคาแรคเตอร์การ์ตูนขายหัวเราะที่ทำให้คนเข้าถึงแบรนด์และเข้าใจจุดเด่นที่เหนือกว่าของแสนสิริได้ง่ายขึ้นรวมถึงต่อยอดผู้วางการอสังหาฯ ที่ไม่หยุดนิ่งขับเคลื่อนและสร้างสีสันใหม่ให้กับตลาดอสังหาฯ ผ่านแคมเปญการตลาดสุดครีเอทีฟอย่างต่อเนื่องอีกทั้ง ยังเป็นครั้งแรกที่มีการครีเอทภาพคาแรคเตอร์การ์ตูนของคุณเศรษฐา



ทวีสิน ซีอีโอ มาร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารผ่านแคมเปญนี้ด้วย

สำหรับทิศทางการรุกตลาดอสังหาฯในไตรมาส 2 นี้ แคมเปญ “บ้านนี้ สะ สะ ฮ่า” จะสร้างประสบการณ์ความสุขและเสียงหัวเราะให้กับคนไทยอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ผ่านแก๊งคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูนของ ชายหัวเราะที่คนไทยรู้จักกันดีอย่าง หนูหิ่น, ปิงปอนด์, บ.ก. วิดีตมาเล่าความต้องการที่อยู่อาศัยที่ตอบโจทย์ ในฐานะ End-User ตัวแทนของคนอยากมีบ้านอย่างเข้าถึง อินไซต์ของลูกค้า ตั้งแต่ดีไซน์-ฟังก์ชัน-บริการที่เป็นจุดเด่นเหนือคู่แข่งของแสนสิริ ตลอดจนกิจกรรม CSR ที่แสนสิริมุ่งมั่นช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมาพร้อมกับเพิ่มเติกรความสุขให้คนไทยได้หัวเราะดังขึ้นกับโปรโมชันสุดพิเศษ “โปรอาร์มณัติ” ที่จะทำให้คนไทยทุกคนได้อาร์มณัติ มากมายกับข้อเสนอที่ดีที่สุด สิทธิพิเศษสุดเอ็กคลูซีฟที่หาที่ไหนไม่ได้ในวงการอสังหาฯ โดยตั้งเป้าสร้างยอดขายจากแคมเปญนี้กว่า 8,200 ล้านบาท

ด้านพิมพ์วิชา อุตสาหกิจ การจัดการบริหาร กลุ่มบริษัทเครือบ้านลิ้นจี่ เผยว่า “แสนสิริ เป็นแบรนด์อสังหาฯ ที่กล้าทำการตลาดรูปแบบใหม่ๆ แหวกแนวที่สามารถสร้างกระแสความสนใจจากคนไทยได้อยู่เสมอ ชายหัวเราะ รู้ลึกภูมิใจที่แสนสิริ มองเห็นความสำคัญของการดูแลคนไทย

ซึ่งนับว่าเป็นครั้งแรกที่เราได้มาร่วมมือกับแบรนด์อสังหาฯชั้นนำของเมืองไทย การจับมือกับแสนสิริจะเป็นการร่วมกันสร้างความสุขครั้งยิ่งใหญ่ให้คนไทยทั่วประเทศผ่านเสียงหัวเราะและมีกำลังใจก้าวต่อไป ซึ่งนับว่าเป็นพันธกิจครั้งสำคัญที่ชายหัวเราะภูมิใจ ผ่านคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูนในเครือชายหัวเราะ

ในฐานะ End-User มากกว่าจะเป็นแค่ฟรีเซ็นเตอร์ อย่างหนูหิ่น บ.ก. วิดีต ปิงปอนด์ รวมไปถึงคาแรคเตอร์การ์ตูนอื่นๆ ที่คนไทยคุ้นเคยตั้งแต่นางยักษ์, เทพารักษ์, โจรมุมตึก ฯลฯ ไปจนถึงแก๊งความซำอึ้งๆ เอกลักษณ์ความซำของชายหัวเราะในมิติต่างๆ มาเล่าเรื่องราวของแบรนด์แสนสิริ

พบกับ “โปรอาร์มณัติ” ที่จะทำให้คนไทยทั่วประเทศอาร์มณัติมากมาย... หัวเราะดังขึ้น รับดอกเบี๋ยเรดที่สดจากธนาคารอย่างไม่เคยมีมาก่อนในวงการอสังหาฯ 2.2% นานสูงสุด 3 ปี*หรือผ่อนแค่ล้านละ 1,000 บาทต่อเดือน* พร้อมจัดเต็มดีลที่ดีที่สุดจากทั้ง 66 โครงการ เริ่ม 1.39 ล้านบาท บ้านเดี่ยว ดีลดี

สูงสุด 2 ล้าน* คอนโดมีเนียมรับทองวันที่สูงสุด 10 บาท* และทาวน์โฮม ได้คืนสูงสุด 3 แสน* คุ้มได้ 110* ตั้งแต่วันนี้ถึง 31 ก.ค.65 นี้

“แสนสิริ เชื่อมั่นว่าความร่วมมือกับชายหัวเราะ จะช่วยผลักดันให้ยอดขายรวมแสนสิริเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ที่ 35,000 ล้านบาทในปีนี้ได้ตลอดจนสามารถขยายฐานลูกค้าได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มทุกเจเนอเรชันมากขึ้นผ่านกลุ่มลูกค้าของชายหัวเราะถือเป็นมิติใหม่ในการสร้างความใกล้ชิดเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในวงการอสังหาฯ” ชลวิรัตน์ กล่าวสรุป ■