

Headline	Sansiri launches Anasiri to penetrate the horizontal real estate (Sep 20)		
MediaTitle	Building and Land Monthly		
Date	30 Sep 2020	Language	Thai
Frequency	Monthly	Circulation	100,000
Readership	250,000	Section	News
Color	Full Color	Page No	28
ArticleSize	577 cm ²	AdValue	THB 1,358
Journalist	NULL	PR Value	THB 4,073



REPORT โดย...ของบรรณาธิการ

แสนสิริย้ำจุดยืน “แบรนด์ที่เข้าถึงทุกคน” รุกแนวราบเปิด “อนาสิริ” ราคา 2 - 6 ล้านบาท



แสนสิริเผย 7 เดือน มียอดขายรวมแล้ว 24,000 ล้านบาท คิดเป็น 70% จากเป้าหมายยอดขายทั้งปี 35,000 ล้านบาท โภยยอดขายจากแนวราบถึง 15,400 ล้านบาท หรือ 64% จากยอดขายล่าสุด สร้างผลงานแนวราบจากการปิดการขาย 13 โครงการ เดินเกมรุกแนวราบด้วยแบรนด์ “อนาสิริ” บ้านและทาวน์โฮม ราคา 2 - 6 ล้านบาท ตอบรับแนวคิดการอยู่อาศัยแบบ Feel Just Right “ความพอดีที่ลงตัว” เปิด 5 โครงการปี 63 มูลค่ารวม 5,600 ล้านบาท

นายอานัติ กิตติกุลเมธี รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายพัฒนาโครงการแนวราบ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า การดำเนินธุรกิจในช่วง 7 เดือนที่ผ่านมา จากการเดินเกมเร็วหน้าคู่แข่ง กลยุทธ์การตลาดที่แข็งแกร่งด้วยโปรโมชั่นตอบโจทยตรงใจลูกค้า นอกจากนี้ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ยังทำให้แสนสิริต้องเร่งการขายโครงการที่อยู่อาศัยต่างๆ ให้เร็วกว่าแผนเดิม เพื่อแข่งขันกับสภาพตลาด รวมถึงการบริหารเงินสดที่ดี (Cash is King) ส่งเสริมการเป็นองค์กรที่มีสภาพคล่องสูง ส่งผลให้มียอดขายและยอดโอนถล่มทลายในช่วงที่ผ่านมา ล่าสุดบริษัทยังสามารถสร้างยอดขายได้ถึง 24,000 ล้านบาท คิดเป็น 70% จากเป้าหมายยอดขายพีซีเอสที่วางไว้ 35,000 ล้านบาท โดยเป็นยอดขายจากโครงการแนวราบสูงถึง 15,400 ล้านบาท หรือคิดเป็น 64% ของยอดพีซีเอสในรอบ 7 เดือน ผลจากการพัฒนาโครงการภายใต้แนวคิด Sansiri Housing Evolution ที่สามารถตอบรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกบ้านได้อย่างรวดเร็ว ทั้งยังส่งผลให้สามารถปิดการขายโครงการแนวราบไปได้ถึง 13 โครงการ

ด้านนายอู๋ พลโยธิน ประธานผู้บริหารฝ่ายสร้างสรรค์ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวเพิ่มเติมว่า เพื่อก้าวสู่ผู้นำตลาด

แนวราบด้วยเป้าหมายการเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มบ้านเดี่ยว และ Top 3 ในกลุ่มทาวน์โฮม แสนสิริจึงมุ่งมั่นพัฒนาแบรนด์และโครงการที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิด “Made for Life เพื่อชีวิตที่ดี ของทุกคน” แสนสิริจึงรุกพัฒนาแบรนด์ “อนาสิริ” โดยจุดเด่นของอนาสิริ เป็นโครงการแนวราบในสังคมคุณภาพ ที่ประกอบด้วยบ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์โฮม (Mixed Product) ราคา 2-6 ล้านบาท ในโครงการเดียวกัน ภายใต้แนวคิด “Feel Just Right ความพอดีที่ลงตัว” ซึ่งแนวคิดความพอดีที่ลงตัวของอนาสิริ ถูกสะท้อนออกมาเป็นความพอดีใน 5 มุมการใช้ชีวิตคือ Love / Work / Eat / Play / Live พร้อมผนวกแนวความคิดเรื่อง Sansiri Housing Evolution ทำให้ดีไซน์ฟังก์ชันสามารถตอบโจทย์การอยู่อาศัยได้อย่างพอดี

นายอานัติกล่าวเสริมว่า สำหรับครึ่งปีหลังนี้แสนสิริเตรียมรุกตลาดแนวราบเพิ่มมากขึ้น โดยมีแผนเปิด 10 โครงการ รวมมูลค่ากว่า 11,700 ล้านบาท ซึ่งได้นำแนวคิด Sansiri Housing Evolution มาเป็นพื้นฐานในการพัฒนา พร้อมทั้งนำเสนอแนวคิดการสร้าง “Feel Just Right ความพอดีที่ลงตัว” ผ่านแบรนด์อนาสิริ คีย์แบรนด์หลักในการเดินเกมรุกตลาดแนวราบ ด้วยโครงการคุณภาพที่รวมบ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์โฮมไว้ด้วยกัน หรือที่เรียกว่า Mixed Product ราคาเริ่มต้นที่ 2 - 6 ล้านบาท ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม โดยแบรนด์ อนาสิริ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Feel Just Right ความพอดีที่ลงตัว” จะเปิดทั้งหมด 5 โครงการในปีนี้ได้แก่ โครงการอนาสิริ ป่าคลอก - ภูเก็ต, อนาสิริ ชัยพฤกษ์ - วังแหวน, อนาสิริ กรุงเทพฯ - ปทุมธานี, อนาสิริ รังสิต - คลองสอง และอนาสิริ บางนา มูลค่าโครงการรวม 5,600 ล้านบาท