



16 APR, 2020

Virus transforms real estate (16 to 18 Apr)

Thansettakit, Thailand

Page 1 of 3

ไวรัสพลิกโฉมอสังหาฯ

รุกซื้อขายบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ตัวแปรมากมาย ที่ยังวางใจไม่ได้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อยอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ ปรับตัวเข้มข้น เดินหน้าฝ่าวิกฤติครั้งนี้ ผ่านทั้งการยกระดับมาตรการรับมือเฉพาะหน้า, รูปแบบการขาย-การตลาดที่เปลี่ยนไป

รวมถึงการจัดอัดแคมเปญจูงใจ เพื่อหวังระบายสินค้าสร้างยอดขายให้เกิดขึ้นมากที่สุด ขณะรายใหญ่อย่างบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) โดยนายอุทัย อุทัยแสงสุข ประธานผู้บริหารสายงานปฏิบัติการ ระบุจังหวะนี้ การรุกรักษฐานลูกค้าเก่า ดึงลูกค้าใหม่เป็นสิ่งสำคัญสุด

ทางรอดแม่ปสู New Normal ยกระดับการบริหารจัดการโครงการใหม่ (Sansiri care) รองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป พร้อมเผยไม่ซัดอสังหาฯ จะกลับมาฟื้นเมื่อไหร่ แต่สิ่งที่เกิดขึ้น กลายเป็นตัวเร่งให้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม



ต่อหน้า 19



อุทัย
อุทัยแสงสุข



16 APR, 2020

Virus transforms real estate (16 to 18 Apr)

Thansettakit, Thailand

Page 2 of 3

ข่าวต่อ ผ่านมุมมอง

เข้ามาจับบทบาทต่อผู้ซื้อ ผู้ขายเร็วขึ้น

มองอสังหาฯมองศก.

ณ วันนี้ ภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์ไทยในมุมมองนั้น พบเรื่องดีมานด์ที่อยู่อาศัย ยังไม่ได้หดตัวจนน่าตกใจ สะท้อนจากยอดขายของบริษัท ที่ทำได้ดีเกินเป้าหมายในช่วงไตรมาสแรกที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตาม การที่อสังหาฯยึดโยงเศรษฐกิจมหภาคของไทยเป็นหลัก หลังคาดการณ์จีดีพีประเทศเปลี่ยน อาจติดลบถึง 5.6% ซึ่งผิดคาดจากช่วงประกาศแผนธุรกิจ ณ ต้นปี จึงต้องจับตาแนวโน้มของสถานการณ์เป็นระยะ เพราะแม้จำนวนผู้ติดเชื้อในไทยจะมีสัญญาณเป็นบวก แต่ปัญหาใหญ่ ไม่ได้หมายความว่า การที่ไทยแก้ปัญหาได้เร็วขึ้น เศรษฐกิจในประเทศจะดีขึ้นเช่นกัน หากประเทศคู่ค้าขนาดใหญ่ เช่น อเมริกา จีน ยุโรป ยังแก่วิกฤติไม่ได้ การทำการค้าต่างๆ ก็ยังไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ส่งผลต่อตัวเลขภาคการส่งออกของไทยอย่างแน่นอน

“วันนี้ ตอบไม่ได้ว่าอสังหาฯ ในระยะสั้น และระยะยาว จะกลับมาเมื่อไหร่ คงต้องนั่งดูกันรายเดือนด้วยซ้ำว่าจะใช้วิธีแก้ปัญหาเฉพาะหน้ากันอย่างไร เชื่อทุกค่ายวางแผนปรับกันแล้ว ทั้งรายเดือน และรายไตรมาส”

แผนเชิงรับ-รุก

ส่วนแผนเชิงรับของบริษัทในช่วงนี้ นอกจากมีโปรโมชั่นกระตุ้นการขายต่างๆ หยอดออกมาแล้ว เรายังเล็งเห็นว่า การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ลูกบ้านในโครงการ พนักงาน พาร์ทเนอร์ และชุมชน โดยรอบเป็นสิ่งสำคัญ และย่อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วย





16 APR, 2020

Virus transforms real estate (16 to 18 Apr)

Thansettakit, Thailand

Page 3 of 3

> อุทัย อุทัยแสงสุข

จึงอาศัยบริษัทลูก พลัส พร็อพเพอร์ตี้ ประกาศนโยบาย ยกระดับความปลอดภัยและสุขอนามัยสูงสุด ผ่านแคมเปญ Sansiri care เพื่อใช้ดูแลลูกค้า 1 แสนราย และโน้มน้าวใจกลุ่มลูกค้าใหม่ที่อยู่ระหว่างการตัดสินใจซื้อ -ตัดสินใจโอนกรรมสิทธิ์ ตั้งแต่เพิ่มความถี่การดูแลรักษาความสะอาด, เพิ่มบริการส่งอาหาร จัดส่งสินค้า ตามมาตรการความปลอดภัย และหวังลดความกังวลให้กับคนในโครงการ ขณะในอนาคตนั้น การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าใหม่จะเป็นส่วนหนึ่งของแผนเชิงรุกนั้น พร้อมเชื่อว่าแนวคิดเรื่อง “สุขภาพ” จะกลายเป็นจุดขายสำคัญที่ค่ายต่างๆ จะใช้เป็นโมเดลการพัฒนาโปรเจกต์ใหม่ๆ ด้วย หลังคนมีแนวโน้มการ Work From Home มากขึ้น ใส่ใจสุขภาพ,ความปลอดภัย

พบเรื่องดีบนดึกที่อยู่อาศัย ยังไปได้ตลอด งานช่างก็ สะท้อนจากยอดขาย ของบริษัท

มากขึ้น เช่น เดิมประตูเปิด-ปิดลิฟต์ใช้คีย์การ์ดหรือ สแกนนิ้วมือ เชื้อขนาดอาจเป็นในรูปแบบ Untouched หรือ ไร้สัมผัสเกิดขึ้น เป็นมาตรฐานการพัฒนาที่อยู่อาศัยที่จะเปลี่ยนไป

“ดีมานด์ความต้องการบ้านยังมีอยู่ ขณะ

วิกฤติโควิด-19 ทำให้การใช้ชีวิตในบ้านกลายเป็นเรื่องสำคัญ ฉะนั้นประเด็นต่อไปที่ต้องคำนึง คือ การบริการที่รองรับ พบอันดับ 1 คนอยากได้ความปลอดภัยทั้งด้านทรัพย์สินและสุขภาพ ส่งผลทุกค่ายขณะนี้ขยับเคลื่อนมาตรการเชิงรับ และปั้นแผนเชิงรุกกันเข้มข้นมาก”

ตัวเร่งดิจิทัลแพลตฟอร์ม

นายอุทัย ยังกล่าวด้วยว่า วิกฤติครั้งนี้ ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนไป ด้วยกลยุทธ์ที่หลากหลายขึ้น โดยเฉพาะด้าน ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน ที่เกิดเร็วขึ้นในวงการอสังหาริมทรัพย์เรา ไล่หลังธุรกิจอาหาร ที่ถูกให้บริการผ่านแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันมาสักกระยะหนึ่งแล้ว ปัจจุบันอสังหาริมทรัพย์ ก็เช่นกัน พบหลายบริษัท รวมถึงแสนสิริเองมีแอปเพื่อใช้ในการติดต่อ-สื่อสารกับลูกค้า และเพิ่มเครือข่ายร่วมพาร์ทเนอร์เปิดให้บริการต่างๆ เช่น การปรึกษาแพทย์ถึงอาการเจ็บป่วยโดยไม่ต้องไปโรงพยาบาล เป็นต้น หรือแม้แต่วิธีการขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซื้อบ้านผ่านไลน์, เว็บไซต์, แอป และเยี่ยมชมโครงการผ่าน Live Youtube, Facebook รวมถึงการสื่อสารกับพนักงานขายโครงการ ก็ล้วนเกิดขึ้นในช่องทางออนไลน์กันอย่างคึกคัก ณ ขณะนี้

“ปัจจุบันมีออนไลน์นี้ถึง 24 ชั่วโมง สำหรับการซื้อ-ขายบ้านซึ่งเรามองว่าเป็นวิวัฒนาการที่เกิดขึ้นกับอสังหาริมทรัพย์แบบเร่งตัวเร็วขึ้น ในจังหวะที่สังคมให้ความสำคัญกับมาตรการ Social Distancing เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส” ●