ทันหุ้น
Thun Hoon
Circulation: 120,000
Ad Rate: 750

Section: First Section/สัมภาษณ์พิเศษ
วันที่: พฤหัสบดี 9 มีนาคม 2560
ปีที่: 14 **ฉบับที่:** 3213 **หน้า:** 16(บนซ้าย)
Col.Inch: 104.41 **Ad Value:** 78,307.50 **PRValue (x3):** 234,922.50 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: สัมภาษณ์พิเศษ: ผ่ากลยุทธ์'รอแยลเฮ้าส์'เดินเกมชงสูตร 3 Gen...

ผ่ากลยุทธ์'รอแยลเฮ้าส์' เดินเกมชงสูตร 3 Gen...

จากประสบการณ์รับสร้างบ้านมากกว่า 30 ปี ผลักดันให้ชื่อเสียงของ **"รอแยลเฮ้าส์"** เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ในด้านสร้างบ้านในฝันให้เป็นความจริงมาแล้วกว่า 3,000 หลัง ส่งผลให้กลายเป็นจุดเด่นที่ทำให้รอแยลเฮ้าส์สามารถเข้าถึงและเข้าใจทุกความต้องการรวมถึงความต่าง อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละครอบครัว ตอกย้ำคำว่า **"บ้าน"** เป็นความสุขของครอบครัวอย่างแท้จริง

สอดรับกับการคาดการณ์ตลาดรับสร้างบ้านปี 2560 จะเติบโตมากกว่า 10% ทำให้หมากธุรกิจของ **"รอแยลเฮ้าส์"** ยึด 3 เจนเนอเรชั่นเป็นหลัก โดยมี **"โกศล โควิสุทธิ์"** ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท รอแยลเฮ้าส์ จำกัด เดินเกมรบ พร้อมปักหมุดคุณภาพในงานมหกรรมรับสร้างบ้านที่กำลังระเบิดความแรงอยู่ที่เซ็นทรัล พลาซา ลาดพร้าว ระหว่างวันที่ 9-15 มีนาคม 2560 โดยรอแยลเฮ้าส์การันตีคุณภาพระดับ 5 ดาว

เปิดเกมอสังหา

นายโกศล โควิสุทธิ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท รอแยลเฮ้าส์ จำกัด กล่าวว่า จากการชะลอตัวของความต้องการสร้างบ้านในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2559 ส่งผลให้ตลาดรับสร้างบ้านในปี 2560 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่า 10% หรือประมาณมูลค่าที่ 1.2 หมื่นล้านบาท เพื่อรองรับกับความต้องการสร้างบ้านที่ตกค้างจากปีที่แล้ว เป็นเหตุให้บริษัทรับสร้างบ้านต่างๆ งัดกลยุทธ์การลดราคาออกมาใช้เพื่อดึงยอดผลประกอบการของปีนี้ให้สูงขึ้นจากเดิม โดยพบว่าส่วนลดของการรับสร้างบ้านค่อนข้างสูงมากอย่างน่าตกใจ ซึ่งต้องแสดงความเป็นห่วงไปยังผู้บริโภคให้ใช้วิจารณญาณในการเลือกใช้บริการ โดยแนะนำให้คำนึงถึงความเหมาะสมด้านราคาและคุณภาพของงานสร้างเป็นหลัก

"ประกอบกับกลุ่มลูกค้า Baby Boomer อันถือเป็นกลุ่มลูกค้าเก่าแก่ที่มีความชื่นชอบแบรนด์ รวมไปถึงการตลาดแบบ Word of Mouth ยังใช้ได้ดี อันรวมไปถึงผลงานการสร้างบ้านของรอแยลเฮ้าส์ต้องดีพอที่จะบอกต่อ และรอแยลเฮ้าส์ก็มีความมั่นใจเป็นอย่างมากในส่วนนี้ ถัดมากับกลุ่ม Gen X อันเป็นกลุ่มคนที่ต้องจับตามองเป็นพิเศษ เนื่องจากมีกำลังซื้อ มีไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ผสมผสานกับคนรุ่นเก่า สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรอบด้าน ในแง่กิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับคนกลุ่มนี้จึงเป็นการให้ข้อมูล โน้มน้าวใจด้วยเหตุผล และการสื่อสารทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์"

รุกสื่อออนไลน์

ขณะที่กลุ่มสุดท้าย คือ Gen Y ที่เริ่มมาเป็นลูกค้าของรอแยลเฮ้าส์ และ มองว่าจะกลายมาเป็นลูกค้าของรอแยลเฮ้าส์ในอนาคต ก็ได้มีการวางแผนการตลาดแบบคิดนอกกรอบในสื่อ

C21X INTERNATIONAL EVENT
บริษัท ซี ทู วัน เอ็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล อีเว้นท์ จำกัด
เลขที่ 161/1 อาคารเอสจีทาวเวอร์ ชั้น 10 ซอยมหาดเล็กหลวง 3 ถนนราชดำริ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 ติดต่อ: 02-650-5336-7 แฟกซ์: 02-650-5338

ทันหุ้น
Thun Hoon
Circulation: 120,000
Ad Rate: 750

Section: First Section/สัมภาษณ์พิเศษ
วันที่: พฤหัสบดี 9 มีนาคม 2560
ปีที่: 14 **ฉบับที่:** 3213 **หน้า:** 16(บนซ้าย)
Col.Inch: 104.41 **Ad Value:** 78,307.50 **PRValue (x3):** 234,922.50 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: สัมภาษณ์พิเศษ: ผ่ากลยุทธ์'รอแยลเฮ้าส์'เดินเกมชิงสูตร 3 Gen...

ออนไลน์ เช่น Campaign ช่างแซ่บที่มียอดการเข้าเห็นถล่มทลายกว่า 700,000 ครั้ง การปรับปรุง Website ครั้งใหญ่ที่กำลังเริ่มดำเนินการ การเริ่มใช้ RH Workflow ที่เริ่มมาตั้งแต่ต้นปี ทั้งหมดนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นในแบรนด์ให้เกิดขึ้นในคนกลุ่มนี้

ขณะเดียวกันผลประกอบการของปี 2559 ที่ผ่านมา รอแยลเฮ้าส์ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามที่กำหนดไว้ โดยยอดที่ทำได้ลดลงจากเป้าที่

> **"กลยุทธ์การตลาดในปี 2560 บริษัทตั้งเป้ายอดขายไว้ที่ 1,000 ล้านบาท โดยจะใช้กลยุทธ์ Multigen Strategy ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคทั้ง 3 เจนเนอเรชั่น"**

ตั้งไว้ 15% แม้ว่า 3 ไตรมาสแรกของปี บริษัทจะสามารถปิดยอดผลประกอบการได้ถึง 750 ล้านบาท แต่ในช่วงปลายของไตรมาสที่ 3 ผู้บริโภคกลับใช้เวลาในการตัดสินใจสร้างบ้านนานมากกว่าปกติ ทำให้ไม่สามารถปิดการขายลากยาวมาถึงไตรมาสที่ 4 ซึ่งเกิดเหตุการณ์ความสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่กับประชาชนชาวไทยขึ้น ผู้บริโภคไม่อยู่ในสภาวะที่จะตัดสินใจสร้างอะไรใหม่ๆ ส่งผลให้รอแยลเฮ้าส์ต้องปิดยอดผลประกอบการในปี 2559 ไปอย่างไม่ถึงเป้า

ชิงสูตร 3 Gen

สอดรับกับเกมการตลาดในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูง แน่นอนว่ารอแยลเฮ้าส์ยังคงยืนยันที่จะไม่ลงไปร่วมในสงครามการลดราคาที่กำลังดุเดือดและน่ากังขา แต่บริษัทเลือกที่จะเสนอสิทธิประโยชน์อื่นๆ ให้กับผู้บริโภคแทน เนื่องจากยึดถือในมาตรฐานงานก่อสร้างและความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าเป็นหลัก โดยในปี 2559 ที่ผ่านมา ขนาดบ้านที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของรอแยลเฮ้าส์คือบ้านกลุ่มราคา 5-7 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็น 40% ของยอดขายทั้งหมด โดยผู้บริโภคนิยมสร้างบ้านแบบ คอนเทมโพรารี่ มากที่สุดถึง 50 หลัง

"กลยุทธ์การตลาดในปี 2560 บริษัทตั้งเป้ายอดขายไว้ที่ 1,000 ล้านบาท โดยจะใช้กลยุทธ์ Multigen Strategy ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคทั้ง 3 เจนเนอเรชั่น เนื่องจากผลรายงานของบริษัทพบว่า กลุ่มลูกค้าของรอแยลเฮ้าส์มีการขยับสัดส่วนของอายุลดลง โดยเป็นกลุ่มคนตั้งแต่ 25-70 ปีขึ้นไป จากเดิมที่จะเป็น 45 ปีเท่านั้น ดังนั้นแสดงว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ เริ่มมีความสนใจในการสร้างบ้านเองมากขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในทุกกลุ่ม บริษัทจึงวางแผนการสื่อสารและการตลาดให้มีความเหมาะสมในแต่ละช่วงวัย"

พัฒนา-การันตีคุณภาพ

นายโกศล ทิงท้ายแง่คิดถึงเทรนด์การสร้างบ้านในปี 2561 ยังมีเทรนด์ที่น่าสนใจ อันได้แก่ Solitude การสร้างบ้านสำหรับประชากรโสดที่เพิ่มอัตราสูงขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน Safe & Secure เน้นเรื่องความปลอดภัย Soaring การสร้างบ้านในพื้นที่จำกัดแต่เพิ่มชั้นให้สูงขึ้น และ Space Solutions ที่มีการจัดสรรพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

แน่นอนว่า รอแยลเฮ้าส์ สร้างสรรค์คุณภาพพร้อมพัฒนาและออกแบบบ้านเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ซึ่งเรามีแบบบ้านใหม่ถึง 2 แบบ มานำเสนอให้ทุกท่านได้ชมกัน และทุกท่านจะสามารถพบกับแบบบ้านใหม่นี้ รวมถึงแบบบ้านทั้งหมดของรอแยลเฮ้าส์พร้อมทั้งคำแนะนำและการให้คำปรึกษาในทุกเรื่องของการสร้างบ้าน ได้ในงานมหกรรมรับสร้างบ้าน ระหว่างวันที่ 9-15 มีนาคม 2560 ที่บูธหมายเลข V3 ชั้น 1 เซ็นทรัล พลาซา ลาดพร้าว

"สอดรับกับความมั่นคงของรอแยลเฮ้าส์ในวันนี้ ล้วนเกิดจากความไว้วางใจที่แต่ละครอบครัวมอบแก่เรา ทั้งในแง่ผลงาน ชื่อเสียง และความเติบโตของบริษัท โดยตลอดเส้นทางกว่า 30 ปี บริษัทได้ทุ่มเท และใส่ความเป็นมืออาชีพ รวมไปถึงมาตรฐานในการให้บริการแก่ลูกค้า ส่งผลให้รอแยลเฮ้าส์สามารถยืนหยัดในธุรกิจนี้ ได้อย่างภาคภูมิใจ"

C21X INTERNATIONAL EVENT
บริษัท ซี ทู วัน เอ็กซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล อีเว้นท์ จำกัด
เลขที่ 161/1 อาคารเอสจีทาวเวอร์ ชั้น 10 ซอยมหาดเล็กหลวง 3 ถนนราชดำริ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 ติดต่อ: 02-650-5336-7 แฟกซ์: 02-650-5338