

ชันทรร ดีเวลลอปเม้นท์ กรุ๊ป ปรับภาพลักษณ์ใหม่สู่ แบรนด์ “CDG” เตรียมจัดทัพบุกอสังหาฯ ปีน้า รุก ตลาดครอบคลุมทุกเช็กเมนต์

บจก. ชันทรร ดีเวลลอปเม้นท์ กรุ๊ป รีแบรนด์ดึงปรับภาพลักษณ์ใหม่ให้ทันสมัย สู่แบรนด์ “CDG” ลุยตลาด
อสังหาฯ พร้อมเปิดตัว 2 ผู้บริหารสาวรุ่นใหม่ทายาทรุ่นที่ 2 ตระกูล เรื่องปัญญาวุฒิ เผยเตรียมขยายไลน์
ธุรกิจให้ครอบคลุมตลาดทุกเช็กเมนต์ นำร่องโครงการ Motto By Chanuntorn เจาะตลาดกลุ่มคนรุ่นใหม่



นางสาวศราริน เรื่องปัญญาวุฒิ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ชันทรร ดีเวลลอปเม้นท์ กรุ๊ป เปิดเผยว่า หลังจาก
บริษัทได้ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทั้งบ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ เป็นเวลาหลายสิบปีตั้งแต่รุ่นคุณพ่อในแบรนด์
อิม่อัมพร และในแบรนด์ ชันทรร 1,2,3 หลังจากนั้นตน และน้องสาวจึงรับช่วงเข้ามาบริหารงานของบริษัทต่อ โดยมี
การทำงานพัฒนา ปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การบริหาร และในเรื่องของแบรนด์ให้มีความทันสมัยขึ้น จนเป็นที่มาของ
โครงการในแบรนด์ ชันทรรวินมิลล์, ชันทรรกรีนวิลล์, ชันทรรเดอะแซนด์ และโครงการล่าสุด โครงการ MOTTO
By Chanuntorn (มอดโต้ บาย ชันทรร) รวม 4 โครงการ คิดเป็นมูลค่าโครงการรวม 3,500 ล้านบาท ซึ่งในแต่ละ
โครงการได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในชนชั้นกลางและชนชั้น
เพชฌฆาต บางบอน เป็นต้น



ทั้งนี้ที่ผ่านมามีภาพรวมการดำเนินงานของบริษัทนับว่ามีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีอัตราการเติบโตที่ต่อเนื่อง
มาตลอดตั้งแต่ปี 2552 ซึ่งเพื่อให้ธุรกิจของบริษัทที่ดำเนินการอยู่ สามารถแข่งขัน และเติบโตเข้ากับสถานการณ์ทาง
เศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทางบริษัทจึงได้มีแผนทำการรีแบรนด์ดึง ปรับภาพลักษณ์ใหม่ให้ทันสมัยขึ้น
โดยจากชื่อเดิมในแบรนด์ชันทรร ดีเวลลอปเม้นท์ กรุ๊ป จะเปลี่ยนมาเป็น แบรนด์ “CDG” ซึ่งนับเป็นโอกาสที่จะ
ปรับทั้งภาพลักษณ์ และโครงสร้างองค์กร และเป็นการเริ่มรุกตลาดในทำเลที่แตกต่าง พร้อมทำการพัฒนาโปรดักส์ที่
หลากหลายขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมตลาดในทุกเช็กเมนต์



นางสาวศรินญา เรื่องปัญญาวุฒิ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร บริษัท ชันทรร ดีเวลลอปเม้นท์ กรุ๊ป
จำกัดกล่าวเสริมว่า จากภาพรวมของธุรกิจบ้านจัดสรร ถือว่า มีการแข่งขันทางด้านการตลาดกันมากขึ้น ทำให้ผู้

ประกอบการต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด ในขณะที่เดียวกันก็ต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปด้วย ซึ่งทางบริษัท ได้มีการปรับกลยุทธ์สำคัญเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาด ด้วยการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเรื่องภาพลักษณ์ของการออกแบบ และแบรนด์ของโครงการที่อยู่อาศัยมากขึ้น ซึ่งหลังจากที่ได้ทำการปรับแบรนด์ใหม่สู่แบรนด์ “CDG” แล้ว แผนการดำเนินงาน และการพัฒนาโปรดัคส์ จะเริ่มขยายเน้นไปที่กลุ่มนักธุรกิจหนุ่มสาว-คนรุ่นใหม่มากขึ้น



โดยที่ผ่านมาจากทางบริษัทได้เปิดตัวโครงการ MOTTO By Chanuntorn (มอดโต๊ บาย ชันนุทร) ซึ่งนับเป็นโครงการที่อยู่อาศัยโปรเจกต์ต้นแบบของการปรับแบรนด์ CDG โดยมีแนวคิดการออกแบบดีไซน์ในสไตล์ โฮมมี่ โมเดิร์น จับกลุ่มลูกค้าหนุ่มสาวคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตนเอง ตั้งอยู่บนพื้นที่โครงการรวม 68 ไร่ จำนวนยูนิต 431 ยูนิต มูลค่าโครงการรวม 1,500 ล้านบาท ประกอบไปด้วย บ้านแฝดสไตล์บ้านเดี่ยว และบ้านเดี่ยว โดยมีแบบบ้านให้เลือก 4 แบบ ได้แก่ **แบบบ้าน Quote** ขนาดพื้นที่ใช้สอย 168 ตารางเมตร 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 1 ที่จอดรถ **แบบบ้าน Maxim** ขนาดพื้นที่ใช้สอย 180 ตารางเมตร 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 2 ที่จอดรถ 1 คริวไทยเปิดโล่ง **แบบบ้าน Maxim Plus** ขนาดพื้นที่ใช้สอย 200 ตารางเมตร 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 2 ที่จอดรถ 1 คริวไทยเปิดโล่ง และ **แบบบ้าน Mantra** ขนาดพื้นที่ใช้สอย 250 ตารางเมตร 4 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 1 ห้องพักผ่อน 2 ที่จอดรถ 1 คริวไทยเปิดโล่ง 1 ห้องซักรีด



ภายในโครงการพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย อาทิ สระว่ายน้ำ คลับเฮ้าส์ สวนสาธารณะสปอร์ตคลับ-คลับเฮ้าส์เพียบพร้อมด้วยอุปกรณ์ฟิตเนส Floating Pavillion สระว่ายน้ำ Infinity Edge Pool ระบบน้ำเกลือขนาด 12x25 เมตร Jogging Track และสวนสาธารณะกลางแจ้งที่ออกแบบสำหรับการวิ่งในบรรยากาศธรรมชาติโดยเฉพาะ พร้อมการเดินทางที่สะดวกสบายใกล้จุดขึ้นลงทางด่วนพระราม 2, วงแหวนอุตสาหกรรม, เซ็นทรัลพระราม 2 , เดอะมอลล์บางแค, โรงเรียนสารสาสน์, โรงพยาบาลบางมด, รถไฟฟ้าสายสีแดงเข้ม หัวลำโพง-มหาชัย

อย่างไรก็ดีภาพรวมของตลาดอสังหาริมทรัพย์ ความต้องการซื้อของผู้บริโภคเองก็เริ่มจะมีความชัดเจนมากขึ้น โดยหากมองในแง่พฤติกรรมผู้บริโภคแล้วจะเห็นได้ว่าเริ่มมีการปรับตัวไปตามพื้นที่ต่างๆ โดยเฉพาะเมื่อสาธารณูปโภคและการคมนาคมที่สะดวกแล้วเสร็จ อาทิ รถไฟฟ้าสายต่างๆ ถนนที่ตัดใหม่หลายสาย การขยายพื้นที่หน่วยราชการใหม่ๆ เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้หลายทำเลมีการแข่งขันกันมากขึ้น โดยผู้ประกอบการเองก็มีการขยายการพัฒนาโครงการไปในพื้นที่ต่าง ๆ มากขึ้นตามการขยายตัวของเมือง และแหล่งความเจริญ ซึ่งในส่วนของบริษัทนั้นเชื่อว่า สิ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาโครงการ ก็คือการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ ในระดับราคาที่เหมาะสม พร้อมตั้งอยู่ในทำเลที่ดี และตอบรับกับความต้องการของลูกค้า โดยแนวโน้มการลงทุนในอนาคตของบริษัท ก็จะเริ่มขยายการลงทุนไปพัฒนาโครงการในทำเลใหม่ ที่ใกล้ในเมืองมากขึ้น พร้อมกับอาจจะมีการพัฒนาโปรดัคส์ประเภทคอนโดมิเนียมด้วย



ประวัติความเป็นมาบริษัท ชันนธร ดีเวลลอป เม็นท์ กรุ๊ป จำกัด

ประสบการณ์จากรุ่นพ่อ...

- กว่า **20** ปีที่มีความเชี่ยวชาญในสายงานด้านพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และงานก่อสร้าง

ภายใต้แบรนด์ “อิมอัมพร” และแบรนด์ “ชันนธร” ที่ก่อตั้งมานานกว่าทศวรรษ

- หนึ่งในผู้นำตลาดย่านฝั่งธน โดยเฉพาะเขตบางบอน หนองแขม บางแค และเพชรเกษม
- ตอบสนองทุกความต้องการของกลุ่มผู้อยู่อาศัยในย่านนี้ ด้วยการนำเสนอสินค้าที่หลากหลาย

อาทิ โครงการบ้านเดี่ยว, บ้านแฝด, ทาวน์โฮมและทาวน์เฮ้าส์

โครงการอิมอัมพร **9** (ทาวน์เฮ้าส์+บ้านแฝด)
2540-2546

โครงการชันนธร **1-2-3** (ทาวน์เฮ้าส์และบ้านแฝด)
2546-2552

ส่งต่อความสำเร็จมาถึงรุ่นลูก

- ประสบการณ์ที่สั่งสมมาจากรุ่นพ่อ บวกพัฒนาการที่ต่อเนื่องในรุ่นลูกปัจจุบันมี **7** โครงการ

ภายใต้แบรนด์ “ชันนธร”

- กลยุทธ์ **Outside In & Insight In** ปรับปรุงด้าน ผลิตภัณฑ์ แบรนด์ และ บริการ
- รีแบรนด์ ให้แบรนด์ทันสมัย สื่อสารกับลูกค้าได้ดีขึ้น
- **Core Brand Value** ที่ยังรักษาไว้...
 - ความคุ้มค่าที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้: พื้นที่ใช้สอย, วัสดุเกรดพรีเมียม, สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
 - สร้างแบรนด์จากการบอกต่อ
 - บริการคือหัวใจในการทำธุรกิจ

ผลการดำเนินงาน

- รายได้เติบโตด้วยเลข 2 หลักติดต่อกันตั้งแต่ปี 2552
- ปัจจุบัน บริหารทั้งหมด 4 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 3,500 ล้านบาท

ต่อยอดแบรนด์ CDG

- เพื่อตอบรับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน
- เพิ่มกลยุทธ์ Inside Out ในกลยุทธ์ทางการตลาด
- รีแบรนด์ ให้ดูทันสมัย แต่คงไว้ในคุณค่าของคำว่า CDG
 - ดีไซน์ทันสมัย เหมาะสำหรับคนรุ่นใหม่
 - พัฒนาฟังก์ชันบ้านให้เหมาะกับการใช้ชีวิตของลูกค้า
 - ปรับรูปแบบการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ดีขึ้น
- มุ่งสร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่องกับฐานลูกค้ากลุ่มเดิมและกลุ่มใหม่

ชันทรร กรีนวิลล์ เพชรเกษม 69 *360 ° Living in Nature*

2549

บ้านเดี่ยวไซส์ XXL อารมณ์รีสอร์ท

พร้อมสวนและคลับเฮ้าส์ขนาดใหญ่

ดีไซน์โมเดิร์น... 50 ตร.วาขึ้นไป

เริ่ม 3.39 ล้าน

ชันทรร วินมิลล์ เพชรเกษม 69 *European-inspired Living*

2550

บ้านเดี่ยว ทาวน์โฮมและทาวน์เฮ้าส์

สไตล์ยุโรป ราคาเบาๆ

เริ่ม 3.39 ล้าน

ชันทันธร เดอะแชนด์ มหาชัย, สมุทรสาคร *Chilled-out Life @ Chilled-out Price*

2552

ทาวน์เฮ้าส์ คอนเซ็ปต์บ้านเดี่ยว

ดีไซน์โมเดิร์น... ราคาชิลๆ

เริ่ม 1.29 ล้าน

เริ่มโครงการต้นแบบ MOTTO by Chanuntorn "Live the way you love"

2554 at MOTTO Rama2-Kanjanapisek

- **ทำเล : บนถนนกาญจนาภิเษก**
- **มูลค่าโครงการ 1,500 ล้าน**
- **เนื้อที่โครงการ 68 ไร่**
- **จำนวนยูนิตที่เปิดขาย 431 ยูนิต**
- **เริ่มเปิดการขายไตรมาสที่ 4 ปี 2554**
- **ปัจจุบันกำลังจะปิดการขาย เฟส1 จากทั้งหมด 3 เฟส**
- www.motto-home.com, www.facebook.com/MottoHome
-

ตอบรับฐานลูกค้ากลุ่มคนรุ่นใหม่ "Live the way you love":

- **นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุน้อย มั่นใจในตัวเองสูง**
- **อายุ 30 - 35 ปี**
- **ทำงานในทำเล Local Area และ CBD**
- **บุคลิกดูดี มีสไตล์ แต่งตัวเนียบ แต่ฉลาดใช้เงิน**

- เลือกใช้สินค้าคุณภาพดี ที่คุ้มค่างาน และช่วยประหยัดเวลาการเดินทาง
- Lifestyle สังคมเมือง กิน เที่ยว ดื่ม ช้อปในเมือง ติด Gadget

4 แบบบ้านสไตล์โมเดิร์น

Quote

168 ตร.ม.

3 ห้องนอน

3 ห้องน้ำ

1 ที่จอดรถ

Maxim

180 ตร.ม.

3 ห้องนอน

3 ห้องน้ำ

2 ที่จอดรถ

1 คราวไทยเปิดโล่ง

Maxim Plus

200 ตร.ม.

3 ห้องนอน

3 ห้องน้ำ

2 ที่จอดรถ

1 คราวไทยเปิดโล่ง

Mantra

250 ตร.ม.

4 ห้องนอน

3 ห้องน้ำ

1 ห้องพักผ่อน

2 ที่จอดรถ

1 คราวไทยเปิดโล่ง

1 ห้องซักรีด

สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ:

- สระว่ายน้ำขนาดใหญ่ระบบเกลือ ขนาด 15 x 25 เมตร
- ห้องออกกำลังกาย
- ส่วนออกกำลังกายกลางแจ้ง
- ลู่วิ่งกลางแจ้งขนาด 400 เมตร
- สนามเด็กเล่น
- ศาลาพักผ่อนหย่อนใจ

ก้าวต่อไปของเรา More to come...by Chanuntorn

- โครงการใหม่บนทำเลศักยภาพ
 - บ้าน และ คอนโด ในทำเลที่แบรนด์เราแข็งแกร่งแล้ว และในทำเลใหม่
 - แนวรถไฟฟ้า และใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก
- รักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าในทำเลใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่
- คงไว้ซึ่งคุณค่าของแบรนด์ CDG

+++++



ชื่อ นางสาวศรินญา เรืองปัญญาวุฒิ

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร บริษัท ชันธร ดีเวลลอปเม้นท์

กรุ๊ป จำกัด

ประวัติการศึกษา

2543 โรงเรียน สาธิต มศว ปทุมวัน

2547 วิทยาศาสตร์บัณฑิต, วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร, คณะอุตสาหกรรม

เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2548 Master of Arts in Business and Managerial Economics, Chulalongkorn University

Present Master of Business Administration (MBA), Sasin Graduate Institute of Business Administration of Chulalongkorn University

ประวัติการทำงาน

2549-Present Chanuntorn Development Group Co.,Ltd.

Ruengpanya Kehakarn Co.,Ltd

- MOTTO by Chanuntorn
- Chanuntorn GreenVille
- Chanuntorn Windmill
- Chanuntorn The Sand