

# ซีพีเอ็นย้ำความสำเร็จปีธงศูนย์การค้าแห่งที่ 19 และ 20 ปีนี้ตามแผน

- เปิดตัวเซ็นทรัลพลาซา สุราษฎร์ธานี และเซ็นทรัลพลาซา ลำปางยิ่งใหญ่ ในเดือนตุลาคมและพฤศจิกายนนี้
- ชูแนวคิดเชิงรุก 3S ขยายธุรกิจแบบก้าวกระโดดทุกปี เป้ารายได้ปีนี้โตประมาณ 30%



กรุงเทพฯ – 19 กันยายน 2555: บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) หรือ ซีพีเอ็น ปักธงความสำเร็จ ขยายศูนย์การค้าทั่วประเทศครบ 20 แห่งในปีนี้ ย้ำตำแหน่งผู้นำอันดับ 1 อสังหาริมทรัพย์เพื่อการค้าปลีกไทย ล่าสุดเตรียมเปิดศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา สุราษฎร์ธานี ศูนย์การค้าแห่งที่ 19 ในเดือนตุลาคม และเซ็นทรัลพลาซา ลำปาง ศูนย์การค้าแห่งที่ 20 ในเดือน พฤศจิกายน พร้อมชูแนวคิดเชิงรุก 3S ขยายธุรกิจโตแบบก้าวกระโดดทุกปี คาดปีนี้ทั้งปีรายได้เติบโตประมาณ 30%

นางสาววัลยา จิราธิวัฒน์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานบริหารธุรกิจและโครงการก่อสร้างของซีพีเอ็น กล่าว ว่า “ซีพีเอ็นจะดำเนินกลยุทธ์เชิงรุก **3S: STRATEGIC MOVE** ‘รุกเร็ว’ เพื่อช่วงชิงโอกาสทางธุรกิจ **SECURE PRIME LOCATION** หาทำเลชั้นที่ตีมีศักยภาพสูงสุด เพื่อช่วงชิงความได้เปรียบ และ **SYNERGY** กับพันธมิตรร้านค้า เพื่อผลักดันให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างก้าวกระโดด เป็นยุทธศาสตร์ระยะยาว ซึ่งทุกทำเลที่ซีพีเอ็นขยายไป ล้วนเป็นหัวเมืองเศรษฐกิจที่มีความสำคัญทั้งในแง่ยุทธศาสตร์ธุรกิจและการสร้างแบรนด์ของซีพีเอ็นให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน”

ซีพีเอ็นมองว่าจากนี้ไปเศรษฐกิจและการบริโภคของไทยจะดีขึ้น ซึ่งแนวโน้มธุรกิจค้าปลีกมีสัญญาณที่ดีขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากมีปัจจัยเกื้อหนุนให้ธุรกิจขยายตัวหลายด้าน ทั้งตัวเลขเศรษฐกิจ รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากรัฐ โดยซีพีเอ็นมีแผนขยายธุรกิจต่อเนื่องทุกปี ด้วยการเปิดศูนย์การค้าใหม่ปีละประมาณ 3-4 ศูนย์ ด้วยเม็ดเงินลงทุนไม่ต่ำกว่าปีละ 1 หมื่นล้านบาท เพื่อขยายธุรกิจให้โตแบบก้าวกระโดด เสริมความแข็งแกร่งขององค์กร พร้อมรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

คุณวัลยา กล่าวว่า “ปีนี้ซีพีเอ็นจะมีศูนย์การค้าครบ 20 แห่ง โดยจะเปิดเซ็นทรัลพลาซา สุราษฎร์ธานี 11 ตุลาคมนี้

และเปิดเซ็นทรัลพลาซา ลำปาง 30 พฤศจิกายนนี้ เซ็นทรัลพลาซา สุราษฎร์ธานี จะเป็นโครงการแรกในภาคใต้ของ ซีพีเอ็นที่มุ่งเข้าไปเติมเต็มความยิ่งใหญ่ครบครันให้ภาคใต้ สุราษฎร์ธานี ถือเป็นจังหวัดศูนย์กลางของภาคใต้ที่มี ศักยภาพทางเศรษฐกิจและมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติปีละหลายล้านคน ส่วนที่ลำปางซึ่งเป็นจังหวัดสำคัญทางเศรษฐกิจการค้า เกษตรกรรม และอุตสาหกรรมของภาคเหนือ นั้น จะเป็นการเติมเต็มศักยภาพของซีพีเอ็นในการเป็นเจ้าของตลาดในเส้นทางเศรษฐกิจสายสำคัญ Northern Economic Corridor อย่างแท้จริง เพราะซีพีเอ็นมีศูนย์การค้าทั้งในเชียงใหม่ เชียงรายและลำปาง เสริมความแข็งแกร่งครบทุกจุด ยุทธศาสตร์สำคัญ”

ศูนย์การค้าของซีพีเอ็นจะเน้นจับกลุ่มลูกค้าวัยทำงาน ครอบครัว คนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์คนเมือง Urban Lifestyle เพราะปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคในภูมิภาคมีความคล้ายคลึงกับคนในเมืองหลวง ซึ่งศูนย์การค้าของซีพีเอ็นจะเข้าไปตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค กลยุทธ์ที่ซีพีเอ็นมุ่งเน้นคือ Synergy กับพันธมิตร Anchor และร้านค้า เพื่อเป็นผู้นำสิ่งใหม่ๆ มาให้กับผู้บริโภคอยู่เสมอ ทั้งเทรนด์ศูนย์การค้ารูปแบบใหม่รวมถึงแบรนด์ยอดนิยม ให้คนในท้องถิ่นได้

“ซ้อป ซิม ซิล” แบบเดียวกับนักซ้อปในกรุงเทพฯ นอกจากนี้ การเข้าไปลงทุนในจังหวัดต่างๆ จะช่วยกระตุ้น เศรษฐกิจและกระตุ้นการจ้างงาน สร้างรายได้ โดยแต่ละศูนย์ฯ ที่เปิดใหม่จะมีการจ้างงานกว่า 1,000 อัตราขึ้นไป นอกจากนี้

ซีพีเอ็นยังมุ่งหวังให้ศูนย์การค้าเป็นสถานที่ที่คนในท้องถิ่นสามารถเข้ามาดำเนินงานของชุมชน เปิดกิจการของตนเองสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พัฒนาฝีมือแรงงาน รวมถึงศักยภาพในการค้าขาย และการดำเนินธุรกิจได้ด้วย

ด้าน **ดร. ณัฐกิตติ์ ตั้งพูลสินธนา** ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานการตลาดของซีพีเอ็น กล่าวว่า “กลยุทธ์ตลาดที่จะประสบความสำเร็จในตลาดภูมิภาคจำเป็นต้องใช้ Customized Marketing ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของในแต่ละพื้นที่ เพื่อหาแนวทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะเน้นการนำนวัตกรรม การตลาดใหม่ๆ มาใช้ต่อยอด การสื่อสารสร้างการรับรู้ต้องเป็นแบบ Holistic Approach ครบวงจร 360 องศา รวมถึงขยายแพลตฟอร์ม Digital Marketing ตาม Environment ของตลาดที่เปลี่ยนไป เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับแคมเปญ การตลาด และมีการ Synergy กับพันธมิตรในการทำโปรโมชันและสิทธิพิเศษต่างๆ”

และเนื่องจากศูนย์การค้าของซีพีเอ็น เน้นการตอบโจทย์ลูกค้าด้านไลฟ์สไตล์ การทำตลาดจึงเน้นบริหาร Experience ของผู้บริโภคที่มีความคาดหวังใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เรา Position ศูนย์การค้าของเราเป็น

Happiness Hub ที่มอบความสุข ด้วยประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับลูกค้า งาน Grand Opening จะจัดอย่างยิ่งใหญ่ ทั้ง 2 โครงการ โดยจะมีอีเว้นท์และกิจกรรมที่น่าสนใจมากมาย โดยนำคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นมาเป็นองค์ประกอบสำคัญ คือ ศิลปวัฒนธรรม (Art & Culture) แฟชั่น (Fashion) และการเฉลิมฉลอง (Celebration) นำ Celebrity มาเป็น Magnet ในการดึงดูดคน รวมถึงการทำสื่อรูปแบบใหม่ๆ ในศูนย์ฯ อย่าง Interactive Media หรือ 3D Photo Corner เพื่อเป็นจุดสนใจและให้คนมาถ่ายภาพ และอีกหน้าที่สำคัญ คือ การเป็น Promoter ให้กับจังหวัด เพื่อให้จังหวัดนั้นๆ เป็นศูนย์กลางกิจกรรมของภูมิภาค เพื่อตอบแทนมอบประสบการณ์ที่ดี สนับสนุนสังคม และชุมชนด้วย

---