

“ทรูลิ่งค์ พร็อพเพอร์ตี้” ปักหมุด “เดอะ ควอเตอร์ รัช

ดา 32



“ทรูลิ่งค์ พร็อพเพอร์ตี้” ปักหมุด “เดอะ ควอเตอร์ รัชดา 32

ต้นแบบโฮมออฟฟิศสุดหรูอยู่ได้จริง-รับอานิสงส์ ‘ฮับ’ และ ‘ซีบีดี’ ใหม่

ชุกกลยุทธ์โครงการเล็กปิดขายเร็ว-เล็งเปิดกระจายโซนธุรกิจ

ทรูลิ่งค์ พร็อพเพอร์ตี้ ปักหมุด “เดอะ ควอเตอร์ รัชดา 32” โรลโมเดลใหม่แห่งโฮม ออฟฟิศ ไฮเอนด์สุดหรู ตอบโจทย์ ‘นิช มาร์เก็ต’ เจ้าของกิจการคนรุ่นใหม่สร้างอาณาจักรธุรกิจพร้อมดูแลครบครันในสังคมพรีเมียมบนทำเลศักยภาพ 1 ไร่เพียง 8 ยูนิต ราคาเริ่มต้น 28 ล้านบาท รับการเติบโตสู่ ‘ฮับ’ และ ‘ซีบีดี’ แห่งใหม่ในอนาคตอันใกล้ หลังโครงข่ายรถไฟฟ้าเสร็จสมบูรณ์ มั่นใจผลตอบรับปิดการขายเร็ว – เล็งต่อยอดทำโครงการต่อไปรูปแบบเดียวกัน กระจายตัวไปทั่วโซนธุรกิจ

นายคมสัน วุฒิพงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรูลิ่งค์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด เปิดเผยว่า บริษัทได้เปิดขาย โครงการ เดอะ ควอเตอร์ รัชดา 32 (The Quartier Ratchada 32) ที่เป็นการยกระดับโฮมออฟฟิศแบบเต็มๆ ให้มีความหรูหรา เปรียบเสมือนการใช้ชีวิตในเพนท์เฮ้าส์ (Penthouse) ในคอนโดมีเนียมระดับบน ควบคู่ไปกับพื้นที่กิจการธุรกิจที่ภาพลักษณ์ดูดี เป็นที่มาของนิยาม The Very First Business Penthouse in Town โดยเป็นครั้งแรกของโฮมออฟฟิศพร้อมส่วนพักอาศัยไฮเอนด์ สูง 6 ชั้นพร้อมลิฟท์ส่วนตัวทุกยูนิต มีความพิเศษสุดสำหรับสังคมคุณภาพเพียง 8 ยูนิต บนที่ดินประมาณ 1 ไร่ในซอยรัชดาภิเษก 32 ราคาเริ่มต้น ยูนิตละ 28 ล้านบาทขึ้นไป มูลค่ารวมโครงการประมาณ 250 ล้านบาท หวังปั้นแบรนด์ Quartier เป็นบิสซิเนส เพนท์เฮ้าส์ที่มีสไตล์พิเศษเฉพาะในทำเลธุรกิจจริงๆ เท่านั้น ขณะนี้อยู่ระหว่างการก่อสร้างคาดว่าจะแล้วเสร็จทั้งโครงการภายในปลายปีนี้ เล็งต่อยอดสู่โมเดลธุรกิจเดียวกันนี้กระจายทั่วโซนธุรกิจอื่นๆ ซึ่งขณะนี้ที่ดินรอการพัฒนาในมือขนาด 1-2 ไร่อีกหลายแปลง

“บริษัทตั้งใจสร้างแบรนด์ Quartier (ควอเตอร์) ซึ่งเป็นภาษาฝรั่งเศส มีความหมายเดียวกับ District หมายถึงย่านหรือ บริเวณที่มีความพิเศษในเมืองต่างๆ สื่อถึงขอบเขตของโครงการที่เป็นย่านๆ เล็กที่มีลักษณะเป็นส่วนตัว มีความพิเศษเฉพาะผู้ที่อยู่อาศัยเท่านั้น สำหรับโครงการ Quartier Ratchada 32 ก็เป็นรัชดาจริงๆ เป็นทำเลศักยภาพที่สามารถเข้า-ออกได้หลายเส้นทางมากๆ ไม่ว่าจะเข้าจากปากซอยรัชดาภิเษก 32, ซอยรัชดาภิเษก 36 แยก 19-1, เชื่อมต่อไปออกพหลโยธิน ลาดพร้าว-วังหิน ถนนประเสริฐมนูกิจ ถนนประดิษฐ์มนูธรรม ถนนรามอินทรา เป็นต้น และยังใกล้รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT สถานีลาดพร้าวประมาณ 1.8 กิโลเมตร ที่สำคัญในอนาคตอันใกล้โซนนี้จะเติบโต

อย่างมาก จากระบบคมนาคมที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง ทั้งรถไฟฟ้าสายสีเขียว อุโมงค์ลอดทางแยกรัชโยธิน โดยเฉพาะสถานีกลางบางซื่อที่จะกลายเป็นศูนย์รวมการคมนาคมระบบรางของอาเซียน เพราะเป็นจุดเชื่อมต่อรถไฟฟ้าหลายสายด้วยกัน จะเห็นได้ว่ากลุ่มทุนรายใหญ่ๆ ต่างเข้ามาพัฒนาโซนนี้กันอย่างคึกคักมากๆ แล้ว” นายคมสันกล่าว

นางสาวศรินรัตน์ สมบูรณ์สิน หัวหน้าฝ่ายการตลาดและการขาย บริษัท ทรุลิงค์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัดกล่าวถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการว่า เป็นเจ้าของธุรกิจคนรุ่นใหม่ที่มีอายุเฉลี่ย 35 ปีขึ้นไป รายได้ต่อครัวเรือน 300,000 บาทขึ้นไป มีแบบฉบับและรสนิยมการอยู่อาศัยเฉพาะตัว มีความเป็นผู้นำ มีเหตุผลในการตัดสินใจด้วยตัวเอง มีความหลากหลายด้านความต้องการ โครงการจะมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยน วัสดุหรืออุปกรณ์ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเน้นความแตกต่าง (Product Differentiation) ที่มีความโดดเด่นอย่างชัดเจนด้วยวัสดุที่ต่างจากตลาดทั่วไป และเปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเลือกวัสดุอุปกรณ์ตามความต้องการ

“ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีความต้องการแบบไม่เหมือนใคร ต้องเปิดช่องให้สามารถปรับแต่ง (Customization) ให้เหมาะกับรสนิยมของเจ้าของ คล้าย tailor-made เสือสูทให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละรายอย่างแท้จริง เช่น วัสดุอุปกรณ์เสริมบางรายการ โดยเฉพาะในส่วนของ Façade ที่ห่อหุ้มอาคารภายนอก นอกจากนั้นพวกอุปกรณ์ประกอบอาคาร วัสดุปูพื้น การตกแต่งสถาปัตยกรรม ในขณะที่คงจุดเด่นในการออกแบบที่ไม่อิงยุคสมัยจนเกินไป เลือกวัสดุที่ดูมีมูลค่าไม่ว่าระยะเวลาจะยาวนานแค่ไหน เช่น หินอ่อน Travertine, ไม้ Engineered wood, กระจก แบบ Oversized Full Frame ให้ความรู้สึกเหนือกว่าทันทีที่แรกเห็น ทั้งรูปลักษณ์ภายนอก และ Function ภายใน นอกจากนั้นพื้นที่ชั้น 6 ยังเป็นออฟชั่นเสริม สามารถทำสระว่ายน้ำและสวนลอยฟ้าได้ (Roof-garden and Lap Pool) ”

นางสาวศรินรัตน์ กล่าวถึงความเชื่อมั่นใจความแม่นยำของข้อมูลในการทำโครงการ กอปรกับมีจำนวนไม่มากนัก จึงมั่นใจว่าจะปิดการขายได้อย่างรวดเร็ว ผู้ที่สนใจสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.the-quartier.com/