บาเนีย เปิด Baania Pulse บริการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ เจาะลึกเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

บาเนีย เปิด Baania Pulse บริการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ เจาะลึกเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ พร้อมเปิดผลสำรวจข้อกังวลของคนซื้อบ้านผ่านสื่อสังคมออนไลน์

นายวีรวัฒน์ รัตนวราหะ ผู้ร่วมก่อตั้ง และประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ บริษัท บาเนีย (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทเทคโนโลยีที่พัฒนาเกี่ยวกับ Big Data ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในรูปแบบ Comprehensive Marketplace และ Data Platform รายแรกของประเทศไทย กล่าวว่า บริษัทได้เปิดบริการ Baania Pulse ซึ่งเป็น Deep Social Analytics Platform ทางด้านอสังหาริมทรัพย์ อย่างเป็นทางการ โดยการพัฒนา Unstructured Data ที่มีอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ มาจัดการอย่างเป็นระบบและวิเคราะห์โดยทีม Data Siencetist และ Data Analytics ทำให้ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ร่วมกับ Structured Data มีความครบถ้วน ถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น

“ปัจจุบันการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์มีมากกว่า 10 ล้านคอมเมนต์ต่อวัน ซึ่งถือเป็น Unstructured Data ที่มีอยู่อย่างมหาศาล แต่เรายังไม่มีเทคโนโลยีที่สามารถจัดการข้อมูลเหล่านั้นให้เป็นหมวดหมู่และนำมาวิเคราะห์เจาะลึกเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่ง Baania Pluse เป็นเครื่องมือที่ทำให้การเข้าถึงผู้บริโภคในสื่อสังคมออนไลน์เป็นเรื่องง่าย ในเวลาอันสั้น โดยใช้เทคโนโลยีที่ผสมผสานหลายศาสตร์ รวมถึงใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านอสังหาริมทรัพย์ เพื่อปรับกระบวนการการทำ Keyword Optimization ให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ในด้านพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค รวมกระแสตอบรับต่างๆ ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง หรือการจัดการเรื่องของภาพลักษณ์องค์กรและสินค้า”

สำหรับบริการของ Baania Pulse จะประกอบไปด้วย การติดตามทุกความเห็น ความเคลื่อนไหวของแบรนด์ ตรวจสอบความรู้สึก ความคิดเห็น และพึงพอใจของลูกค้า รวมไปถึงการเปรียบเทียบคู่แข่งทางการตลาด และกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ ตรวจสอบความนิยมของโปรโมชั่น แคมเปญการตลาด หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่ผู้ประกอบการนำเสนอออกสู่ตลาด วิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่ นอกจากนี้ระบบอัจฉริยะยังสามารถแยกกลุ่มลูกค้า ตามระดับความเข้าถึง และความเป็นไปได้ที่จะเป็นลูกค้า รวมถึงบริการวิเคราะห์ หากลุ่มเป้าหมายที่สามารถเป็นลูกค้าให้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องได้อย่างแม่นยำ

นายวีรวัฒน์ กล่าวอีกว่า Baania Pulse ได้ตรวจสอบพฤติกรรมการโพสต์ข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและขายที่อยู่อาศัยทั้งบ้านและคอนโดมิเนียมในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ว่า กลุ่มคนที่โพสต์ข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการซื้อบ้านมีข้อความกังวลในเรื่องของการขอสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เนื่องจากธนาคารมีความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อ และอัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มที่จะปรับขึ้นได้ในอนาคต ประกอบกับ ภาระหนี้ครัวเรือนยังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ถูกปฏิเสธการปล่อยสินเชื่อได้
นอกจากนี้ เรื่องของราคาบ้านที่สูงเกินไปเป็นอีกข้อกังวลที่ถูกพูดถึงกันมากในสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากที่ผ่านมาราคาบ้านปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากต้นทุนที่ดินที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ค่าครองชีพของประชาชนทั่วไปปรับขึ้นน้อย ทำให้ความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคลดลงในภาวะที่ราคาบ้านปรับตัวสูงขึ้น

สำหรับข้อกังวลของผู้บริโภคในสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า ในการซื้อคอนโดมิเนียมผู้บริโภคในสื่อสังคมออนไลน์ให้ความสนใจกับเศรษฐกิจของประเทศจีน ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่า ปัจจุบันคนจีนมีบทบาทต่อตลาดคอนโดมิเนียมของไทยอย่างสูง ทั้งในส่วนที่เป็นผู้ซื้อเพื่อการอยู่อาศัยหรือลงทุนและในฐานะผู้เช่า จึงทำให้ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมให้ความสนใจความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจของจีนมากขึ้น

ขณะเดียวกัน ประเด็นของการตรวจรับห้อง และคุณภาพของการก่อสร้างเป็นอีกข้อกังวลที่ถูกพูดถึงในสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากคอนโดมิเนียมเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้มีการพัฒนาโครงการใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และหลายโครงการเริ่มก่อสร้างเสร็จ และทยอยส่งมอบให้กับผู้ซื้อ ทำให้ประเด็นเรื่องของการตรวจรับโอนห้อง และการก่อสร้างที่ไม่ได้คุณภาพ ไม่ได้ตามที่คาดหวังจึงถูกพูดถึงกันมากในสื่อสังคมออนไลน์

ในส่วนของการขายบ้านและคอนโดมิเนียมที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ ช่องทางที่ผู้ขายเลือกใช้คือ การประกาศขายผ่านอินเทอร์เน็ต โดยชูจุดขายในเรื่องของบ้านในทำเลทอง หรือคอนโดมิเนียมใกล้รถไฟฟ้า ลักษณะของบ้านที่ประกาศขายส่วนใหญ่จะเป็นบ้าน 3 ห้องนอน ส่วนคอนโดมิเนียมจะเน้นห้องที่อยู่บนชั้นสูงๆ