

รอแยลเฮ้าส์เผยกลยุทธ์ ปี 60 “Multigen” ครอบคลุม ทุกกลุ่มผู้ต้องการสร้างบ้าน ร้องเตือนผู้บริโภคมีสติ อย่าเชื่อแค่ส่วนลด ต้องมองที่คุณภาพงานสร้างด้วย พร้อมชี้เทรนด์สร้างบ้าน 2018 : 7S ปลอดภัย-เพิ่ม ความสูง- ตอบโจทย์การเพิ่มขึ้นของประชากรโสด



จากการคาดการณ์ตลาดรับสร้างบ้านปี 60 โตมากกว่า 10% มูลค่าประมาณ

1.2 หมื่นล้านบาท ส่งผลให้บริษัทรับสร้างบ้านทวีความรุนแรงในการแข่งขัน

เพื่อตั้งยอดให้เพิ่มขึ้นจากสภาวะฝืดเคืองของปีที่แล้ว

ด้านรอแยลเฮ้าส์ยืนยันไม่ลงเล่นสงครามราคาที่ยังเป็นที่กังขา

หากหยิบยื่นโอกาสให้ผู้บริโภคได้เลือกในสิ่งที่ต้องการ ก่อนเผยกลยุทธ์ปี 60

ที่กวาดทุกกลุ่มผู้ต้องการสร้างบ้าน พร้อมชี้เทรนด์สร้างบ้าน 2018

เน้นความปลอดภัย ขยายพื้นที่ใช้สอยโดยเพิ่มความสูง

และที่น่าจับตามองคือเทรนด์การสร้างบ้านสำหรับประชากรโสดที่เพิ่มอัตรามากขึ้น

นายโกศล โควิสุทธิ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท รอแยลเฮ้าส์ จำกัด

กล่าวว่า

“สืบเนื่องจากการชะลอตัวของความต้องการสร้างบ้านในช่วงไตรมาสสุดท้ายของ

ปี 2559 ส่งผลให้ตลาดรับสร้างบ้านในปี 2560 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากกว่า

10% หรือประมาณมูลค่าที่ 1.2 หมื่นล้านบาท

เพื่อรองรับกับความต้องการสร้างบ้านที่ตกค้างจากปีที่แล้ว

เป็นเหตุให้บริษัทรับสร้างบ้านต่าง ๆ

จัดกลยุทธ์การลดราคาออกมาใช้เพื่อดึงยอดผลประกอบการของปีนี้ให้สูงขึ้นจาก

เดิม โดยพบว่าส่วนลดของการรับสร้างบ้านค่อนข้างสูงมากอย่างน่าตกใจ

ซึ่งต้องแสดงความเป็นห่วงไปยังผู้บริโภครให้ใช้วิจารณญาณในการเลือกใช้บริการ

ร

โดยแนะนำให้คำนึงถึงความเหมาะสมด้านราคาและคุณภาพของงานสร้างเป็นหลัก

ก”

นายโกศล กล่าวอีกว่า ผลประกอบการของปี 2559 ที่ผ่านมา

รอแอลแฮสส์ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามที่กำหนดไว้

โดยยอดที่ทำให้ลดลงจากเป้าที่ตั้งไว้ 15% แม้ว่า 3 ไตรมาสแรกของปี

บริษัทจะสามารถปิดยอดผลประกอบการได้ถึง 750 ล้านบาท

แต่ในช่วงปลายของไตรมาสที่ 3

ผู้บริโภคกลับใช้เวลาในการตัดสินใจสร้างบ้านนานมากกว่าปกติ

ทำให้ไม่สามารถปิดการขายลากยาวมาถึงไตรมาสที่ 4

ซึ่งเกิดเหตุการณ์ความสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่กับประชาชนชาวไทยขึ้น

ผู้บริโภคไม่อยู่ในสภาวะที่จะตัดสินใจสร้างอะไรใหม่ ๆ

ส่งผลให้รอแอลแฮสส์ต้องปิดยอดผลประกอบการในปี 2559 ไปอย่างไม่ถึงเป้า

แต่กระนั้น

รอแอลแฮสส์ก็ยังคงยืนยันที่จะไม่ลงไปร่วมในสงครามการลดราคาที่กำลังดุเดือดแ

ละน่ากังขา แต่เสนอเป็นสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ให้กับผู้บริโภคแทน

เนื่องจากยึดถือในมาตรฐานงานก่อสร้างและความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าเป็นหลัก

โดยในปี 2559 ที่ผ่านมา ขนาดบ้านที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของรอยแอลแฮร์ส

คือบ้านกลุ่มราคา 5-7 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็น 40% ของยอดขายทั้งหมด

โดยผู้บริโภคนิยมสร้างบ้านแบบ คอนเทมโพรารี มากที่สุดถึง 50 หลัง

“สำหรับปี 2560 รอยแอลแฮร์สตั้งเป้าไว้ที่ 1,000 ล้านบาท

โดยจะใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานแบบ Multigen Strategy

ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคทั้ง 3 เจเนอเรชัน

เนื่องจากผลรายงานของบริษัทพบว่า

กลุ่มลูกค้าของรอยแอลแฮร์สมีการขยับสัดส่วนของอายุลดลง โดยเป็นกลุ่มคนตั้งแต่

25-70 ปีขึ้นไป จากเดิมที่จะเป็น 45 ปีขึ้นไปอย่างเดียว อันแสดงว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่

เริ่มมีความสนใจในการสร้างบ้านเองมากขึ้น

และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในทุกกลุ่ม

รอยแอลแฮร์สจึงวางแผนการสื่อสารและการตลาดให้มีความเหมาะสมในแต่ละช่วงวิ

ย

โดยสำหรับกลุ่มลูกค้า Baby Boomer

อันถือเป็นกลุ่มลูกค้าเก่าแก่ที่มีความภักดีต่อแบรนด์ การตลาดแบบ Word of

Mouth ยังใช้ได้ดี

ซึ่งนั่นหมายความว่าผลงานการสร้างบ้านของรอยแอลแฮร์สต้องดีพอที่จะบอกต่อดั้ว

ย และรอยแอลแฮร์สก็มีความมั่นใจเป็นอย่างมากในส่วนนี้ ถัดมากับกลุ่ม Gen X

อันเป็นกลุ่มคนที่ต้องจับตามองเป็นพิเศษ เนื่องจากมีกำลังซื้อ

มีไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ผสมผสานกับคนรุ่นเก่า

สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรอบด้าน

กิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับคนกลุ่มนี้จึงเป็นการให้ข้อมูล

โน้มน้าวใจด้วยเหตุผล และการสื่อสารทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์

ส่วนกลุ่มสุดท้าย คือ Gen Y ที่เริ่มมาเป็นลูกค้ำของรอแยลแฮร์ส และ

มองว่าจะกลายมาเป็นลูกค้ำของรอแยลแฮร์สในอนาคต

ก็ได้มีการวางแผนการตลาดแบบคิดนอกกรอบในสื่อออนไลน์ เช่น campaign

ช่วงแช่ปที่มียอดการเข้าเห็นถล่มทลายกว่า 700,000 ครั้ง การปรับปรุง website

ครั้งใหญ่ที่กำลังเริ่มดำเนินการ การเริ่มใช้ RH Workflow ที่เริ่มมาตั้งแต่ต้นปี

ทั้งหมดนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นในแบรนด์ให้เกิดขึ้นในคนกลุ่มนี้

”

นายโกศล ยังได้กล่าวทิ้งท้ายอีกว่า “สำหรับเทรนด์การสร้างบ้านในปี 2018

มีเทรนด์ที่น่าสนใจ อันได้แก่ Solitude

การสร้างบ้านสำหรับประชากรโสดที่เพิ่มอัตราสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน, Safe &

Secure เน้นเรื่องความปลอดภัย Soaring

การสร้างบ้านในพื้นที่จำกัดแต่เพิ่มขึ้นให้สูงขึ้น และ Space

Solutions ที่มีการจัดสรรพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

โดยเทรนด์การสร้างบ้านดังกล่าวนี้

รอแยลแฮร์สก็ได้นำมาพัฒนาและออกแบบบ้านเพื่อให้ตรงกับความต้องการ

ของลูกค้ามากขึ้น ซึ่งเรามีแบบบ้านใหม่ถึง 2 แบบ มานำเสนอให้ทุกท่านได้ชมกัน

และทุกท่านจะสามารถพบกับแบบบ้านใหม่นี้

รวมถึงแบบบ้านทั้งหมดของรอแยลเฮ้าส์

พร้อมทั้งคำแนะนำและการให้คำปรึกษาในทุกเรื่องของการสร้างบ้าน

ได้ในงานมหกรรมรับสร้างบ้าน ระหว่างวันที่ 9-15 มีนาคม 2560 ที่บูธหมายเลข

V3 ชั้น 1 เซนทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว พร้อมโปรโมชั่นสุดพิเศษมานำเสนอ คือ โปร

4 ต่อ 1) ส่วนลดสูงสุดถึง 10% 2) โปรโมชั่นสูงสุด point*10

กับธนาคารไทยพาณิชย์ 3) แคมทอง 1 บาท สำหรับปลูกสร้างบ้านเกิน 3.5

ล้านบาท 4) โปรโมชั่นร่วมกับสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน”