

วีรพลสุดฮอต!! ทายาทปริญญีสิริประกาศขยายอาณาจักร ทุ่มงบกว่า 1,000 ล้านบาท เปิดตัว “เพลินนารี มอลล์ วีรพล” ซ่อปปิ้งแนวคิดสวนสนุกแห่งแรกของเมืองไทย

“เพลินนารี มอลล์” ทายาทปริญญีสิริทางแผนรुकตลาด ย่านวีรพล ทุ่มงบกว่า 1,000 ล้านบาท ผุดโปรเจกต์ เพลินนารี มอลล์ วีรพล (Plearnary Mall Watcharapol) ซ่อปปิ้งมอลล์แห่งใหม่ที่ใหญ่ที่สุดต้นถนนวีรพล ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Amusement Experience Shopping Mall” แห่งแรกในเมืองไทย ที่มีรูปแบบแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร ชุกलयุทธกิจกรรมโชว์ แสง เสียง พร้อมขบวนพาเหรดครบครัน เน้นสื่อออนไลน์โซเซียลมีเดียและกิจกรรมทางการตลาด เจาะกลุ่มลูกค้าครอบครัว ครอบคลุมทุกเพศทุกวัย คาดพร้อมเปิดให้บริการ พฤษภาคม 2557



นางสาวพัชรี โกวิทจินดาชัย กรรมการผู้จัดการ บริษัท เพลินนารี มอลล์ จำกัด เผยถึงที่มาของการพัฒนา เพลินนารี มอลล์ วีรพล ว่า จากเดิมที่ทางปริญญีสิริได้พัฒนาโครงการบ้านและคอนโดมิเนียม ในทำเลนี้มาเกือบ 100 ไร่ ซึ่งได้รับผลตอบรับดีมาก บริษัทฯ เล็งเห็นว่าบริเวณนี้เป็นทำเลที่มีศักยภาพสูงสุด ทั้งเป็นจุดเชื่อมต่อถนนหลายเส้นทาง แวดล้อมด้วยโครงการที่อยู่อาศัยกว่า 20,000 ยูนิต จำนวนประชากรกว่า 100,000 คน และยังมีแหล่งซ่อปปิ้งที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบวงจร จึงทุ่มงบลงทุนประมาณ 1,000 ล้านบาท เปิดตัว โครงการ เพลินนารี มอลล์ วีรพล ซ่อปปิ้งมอลล์แนวคิดสวนสนุกแห่งแรกแห่งใหม่ในเมืองไทย ที่ใหญ่ที่สุดต้นถนนวีรพลบนพื้นที่เกือบ 19 ไร่ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Amusement Experience Shopping Mall”



“ด้วยจุดแข็งของทำเล และแรงบันดาลใจจากการได้เดินทางไปชมพิพิธภัณฑ์หมี แหล่งท่องเที่ยว ในต่างประเทศ การเก็บข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค บริษัทฯ จึงเริ่มพัฒนาโครงการ เพลินนารี มอลล์ วีรพล โดยวางคอนเซ็ปต์และดีไซน์ด้วยการนำเอารูปแบบของ Amusement Park (สวนสนุก) ผสมกับ Shopping Place (แหล่งซ่อปปิ้ง) ซึ่งยังไม่มีที่ไหนมาก่อนในเมืองไทย รวมทั้งนำข้อมูลจากการศึกษาเชิงลึกถึงไลฟ์สไตล์และสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ นั่นคือ 1.ต้องการห้างใกล้บ้าน เพลินนารี มอลล์ แวดล้อม ด้วยโครงการของปริญญีสิริ

และที่อยู่อาศัยใกล้เคียง ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าสามารถเดินมายังโครงการได้จริงประมาณ 30,000 คน พร้อมกันนี้ยังมีโครงการอื่นๆ ในรัศมีโดยรอบอีกกว่า 20,000 ยูนิต 2.ต้องการสินค้าที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพ **เพลินนารี มอลล์** มีร้านค้าพร้อมให้บริการกว่า 300 ร้านค้า และ 3.การตกแต่ง ที่สวยงาม บริษัทฯ หุ่นยนต์ตกแต่ง **เพลินนารี มอลล์** เริ่มตั้งแต่ทางเข้าโครงการ แลนด์สเคปรอบอาคาร ภายใน ตัวมอลล์ โดยมี Plearn Bear Family ที่ได้รับการออกแบบขึ้นมาใหม่เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตกแต่งอยู่ที่บริเวณมอลล์ ลูกค้าที่เข้ามาสามารถถ่ายรูปเช็คอินได้ทุกมุม เรียกว่า **เพลินนารี มอลล์** เป็น One Stop Shopping ที่เมื่อเข้ามาลูกค้าจะได้ทั้ง ช้อปปิ้ง กิน เที่ยว สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้อย่างครบครัน”



เพลินนารี มอลล์ วัชรพล เป็นอาคารทันสมัยติดแอร์ 2 ชั้น ขนาด 28,000 ตารางเมตร บนพื้นที่เกือบ 19 ไร่ ตกแต่งบริเวณอาคารทั้งภายในและภายนอกด้วย Plearn Bear Family สัญลักษณ์และตัวแทน แห่งความรัก ความอบอุ่น ของคนทุกเพศทุกวัย พร้อมลานกิจกรรมและสวนสนุกในร่มขนาดใหญ่ Plearnary Courtyard กว้างกว่า 3,000 ตารางเมตร เพิ่มความพิเศษสำหรับกิจกรรมสนุกๆ ของเด็กๆ ด้วยสวนสนุกติดแอร์ Plearnary Playroom ขนาดเกือบ 1,000 ตารางเมตร

พร้อมไปด้วยร้านค้าและบริการต่างๆ กว่า 300 ร้านค้า เพื่อความสนุกทุกวันอย่างไร้ขีดจำกัด แบ่งเป็นโซนต่างๆ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการและไลฟ์สไตล์ ได้แก่ โซนร้านอาหาร (Plearn Dinning) โซนฟู้ดคอร์ท และ Take Home (Plearn Food) โซนแฟชั่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย (Plearn Style) โซนคลินิกและบริการ เสริมความงาม (Plearn Beauty) โซนการศึกษา เสริมทักษะสำหรับเด็กๆ (Plearn Learning) โซนสินค้าไอที (Plearn Gadget) โซนธนาคาร และเพย์พอยท์ (Plearn Cash) และซูเปอร์มาร์เก็ต

ขณะนี้ผู้สนใจและมีธุรกิจที่ตกลงมาเปิดให้บริการแล้ว อาทิ ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต, เคเอฟซี, สตาร์บัค, สเวนเซน, ซาบูชิ, คาสะ (Kasa), โตไก (Tokhai), วีรสู คอนเนค แอนด์ วิสตัด้าคาเฟ่, บูทส์ ,ทอมส์ เลย์ คัท, บางหวาน, ออริกาโน, อีทเทอร์รี่, คาร์มาร์ท ฯลฯ พร้อมทั้งจัดรถรอบอาคารและชั้นใต้ดินรวมกว่า 700 คัน สามารถรองรับกลุ่มเป้าหมายได้ทุกเพศทุกวัย ทั้งกลุ่มผู้ที่อาศัยในพื้นที่วัชรพล, รามอินทราและบริเวณใกล้เคียง หรือจะเป็นผู้ที่ต้องการมาท่องเที่ยว ช้อปปิ้ง พักผ่อน ด้วยการเดินทางที่สะดวกเพราะเป็นจุดเชื่อมต่อหลายทำเลทั้งจากถนนรามอินทรา, ถนนวัชรพล, ถนนสุขาภิบาล 5, ใกล้จุดขึ้น-ลงทางด่วน 2 แห่ง ได้แก่ รามอินทรา-เอกมัย, สุขาภิบาล 5

ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด **คุณพัชรี** กล่าวเพิ่มเติมว่า “สำหรับแผนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ช่วงแรกนั้น เราจะใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียเป็นหลัก อาทิ Facebook, Instagram, แบนเนอร์บนเว็บไซต์ต่างๆ ฯลฯ โดยช่วงที่เปิดตัวอย่างเป็นทางการจะเป็นการสื่อสารผ่านแอมสมิเดียอย่างรายการโทรทัศน์ประเภทท่องเที่ยว อาหาร เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นบรรยากาศโดยรวม พร้อมกันนี้เรายังมีการจัดกิจกรรมต่างๆ อีกมากมาย เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาส

นุกเพลิตเพลินทุกวัน โดย เพลินนารี มอลล์ จะสามารถเปิดตัวได้อย่าง
พฤษภาคม 2557

เป็นทางการประมาณเดือน

ด้วยปัจจัยบวกข้อได้เปรียบทางด้านทำเล คอนเซ็ปต์โครงการที่ไม่เหมือนใคร ผนวกกับกำลังซื้อที่มีรองรับอยู่แล้ว
บริษัท ตั้งเป้าจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเฉลี่ยวันละ 8,000-10,000 คน และคาดว่าจะมีรายได้ จากค่าเช่า
พื้นที่ในปีแรกประมาณ 300 ล้านบาท”