

# ‘สยามดิสคัฟเวอรี’ หนึ่งในเดียวจากประเทศไทย คร่า 3 รางวัลชนะเลิศ จาก 2 เวทีอันทรงเกียรติ ของการแข่งขันระดับโลกในปี 2560



กรุงเทพฯ (เมื่อเร็วๆ นี้) – บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด เจ้าของและผู้บริหารโครงการที่มีชื่อเสียงระดับโลก ได้แก่ สยามพารากอน สยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอรี และหนึ่งในพันธมิตรเจ้าของ ‘ไอคอนสยาม’ ประกาศวันนี้ว่า ‘สยามดิสคัฟเวอรี – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ คร่า 3 รางวัลชนะเลิศที่สำคัญในปี 2560 จาก 2 เวทีอันทรงเกียรติของวงการค้าปลีกและศูนย์การค้าที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดระดับโลก ซึ่งถือเป็นการตอกย้ำความสำเร็จของ ‘สยามดิสคัฟเวอรี – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ ในฐานะการสร้างบรรทัดฐานใหม่และสร้างความสำเร็จให้วงการค้าปลีกในระดับโลกอย่างแท้จริง

‘สยามดิสคัฟเวอรี – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ ได้สร้างปรากฏการณ์อีกครั้ง ด้วยการกวาด 3 รางวัลชนะเลิศภายในปีเดียวกันจากการแข่งขันที่มีหลายร้อยโครงการทั่วโลกจากบริษัทชั้นนำร่วมเข้าประกวด ซึ่งถือเป็นเวทีอันทรงเกียรติที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดใวงการค้าปลีกระดับโลก คือ รางวัลชนะเลิศจาก สมาคมศูนย์การค้าโลก

(International Council of Shopping Centers) Gold Award สาขา Design and Development Excellence Renovations/Expansions ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับโครงการที่ได้รับคัดเลือกกว่าออกแบบที่ดีที่สุด ในเอเชียแปซิฟิก และรางวัลชนะเลิศ Gold Award สาขา Marketing Positioning & Brand Awareness ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับโครงการที่ได้รับการคัดเลือกว่ามีกรวาง กลยุทธ์ทางการตลาดรวมถึงสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ให้กับโครงการได้อย่างยอดเยี่ยมที่สุดในเอเชียแปซิฟิก นอกจากนี้ ในเดือนเมษายนที่ผ่านมา ‘สยามดิสคัฟเวอรี – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ ก็เพิ่งจะได้รับรางวัลจากอีกหนึ่งเวทีสำคัญของวงการค้าปลีกโลก คือ รางวัล World Retail Awards part of the World Retail Congress Global Series สาขา Store Design of the Year 2017 ซึ่งเป็นรางวัลชนะเลิศสำหรับโครงการที่ได้รับการคัดเลือกกว่าออกแบบดีที่สุดในโลก

นางชฎาทิพ จูตระกูล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด กล่าวว่า “สยามพิวรรธน์มีจุดยืนที่มั่นคงแข็งแกร่ง ด้วยกลยุทธ์หลักคือเป็น ‘ผู้นำความคิดสร้างสรรค์ที่ล้ำสมัย’ มุ่งเน้นปฏิวัติวงการด้วยการนำเสนอคอนเซ็ปต์แปลกใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในประเทศไทย หรือเป็นครั้งแรกในโลก ในการพัฒนาโครงการต่างๆ เรามุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและความสำเร็จสูงสุดผ่านการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจและผู้ประกอบการร้านค้าซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อให้โครงการของเราเป็นการสร้างต้นแบบอนาคตของการค้าปลีกอย่างแท้

จริง รางวัลที่สยามพิวรรธน์ได้รับในครั้งนี้ เราขอมอบให้เป็นความสำเร็จร่วมกันของพันธมิตรทางธุรกิจและผู้ประกอบการทุกรายในสยามดิสคัฟเวอร์ที่มอบความเชื่อมั่นและศรัทธาในการฉีกทุกกฎเกณฑ์เดิมๆ ของการค้าปลีก แล้วร่วมแรงร่วมใจกับสยามพิวรรธน์อย่างใกล้ชิด เพื่อนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ นับเป็นปรากฏการณ์ของความร่วมมือครั้งยิ่งใหญ่ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ทุกคนก้าวไปสู่ความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ได้อย่างงดงาม”

‘สยามดิสคัฟเวอร์ – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ เป็นการพลิกเกมครั้งสำคัญในวงการค้าปลีกประเทศไทยและระดับโลกของสยามพิวรรธน์ โดยได้สร้างปรากฏการณ์เปิดปรับปรุงศูนย์การค้าเดิมที่เปิดบริการและประสบความสำเร็จมาแล้วถึง 18 ปี แล้วเปิดบริการภายใต้คอนเซ็ปต์ใหม่ในปี พ.ศ. 2559 ด้วยการทุ่มเงินลงทุน 4,000 ล้านบาท นำเสนอการค้าปลีกรูปแบบไฮบริดรีเทลครั้งแรกที่ผสมผสานทั้งด้านสินค้าบริการและนวัตกรรมรวมถึงกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตคนรุ่นใหม่ยุค Millennials ที่ปรารถนาการค้นพบจุดยืนที่แตกต่างของตนเอง แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการร่วมมือประสบการณ์ที่แปลกใหม่กับผู้อื่น ให้เป็น ‘ไลฟ์สไตล์สเปเชียลตี้สโตร์’ แห่งแรก ซึ่งทุกมิติของการนำเสนอถูกสร้างให้ ‘แตกต่างแต่เข้าถึงใจ’ ถูกค่าให้มากที่สุด เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันอย่างสร้างสรรค์ เพื่อมอบประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้นเร้าใจ สนุกสนานมีสีสัน รู้สึกเข้าถึงและเป็นส่วนหนึ่งได้ โดยสยามดิสคัฟเวอร์ได้รับการออกแบบให้ทุกพื้นที่สามารถเปลี่ยนแปลงสินค้า บริการ และประสบการณ์ต่างๆ ที่ล้ำเทรนด์ได้ตลอดเวลาอย่างไม่หยุดนิ่ง

การนำเสนอ ‘สยามดิสคัฟเวอร์ – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ สอดคล้องกับจุดยืนของสยามพิวรรธน์ที่ เป็น ‘ผู้นำความคิดสร้างสรรค์ที่ล้ำสมัย’ และได้ดำเนินการตาม 4 กลยุทธ์ที่เป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของสยามพิวรรธน์คือ

1) สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และก้าวล้ำอยู่เสมอ ด้วยการสร้างต้นแบบการค้าปลีกแห่งอนาคต สยามพิวรรธน์นำเสนอคอนเซ็ปต์แปลกใหม่ในการพัฒนาโครงการและเป็นคอนเซ็ปต์ไลฟ์สไตล์ล้ำยุคที่ไม่เคยมีมาก่อนในประเทศไทย หรือเป็นครั้งแรกในโลก กล้าที่จะทำนอกกฎเกณฑ์เดิมๆ ของการค้าปลีกและศูนย์การค้า ทำในสิ่งที่คนอื่นไม่เคยทำมาก่อนและเป็นสิ่งที่ก้าวล้ำนำเทรนด์

อีกทั้งสร้าง “คุณค่า” ให้กับแบรนด์ของผู้ประกอบการทุกคนที่อยู่ในสยามดิสคัฟเวอร์ โดยสยามดิสคัฟเวอร์ – ดิเอ็กซ์พลอราทอเรียม คือ การสร้างต้นแบบไฮบริดรีเทลสโตร์แห่งแรกของประเทศไทย ที่บริหารอารมณ์มากกว่าบริหารสินค้า พลิกวิธีการค้าปลีกในรูปแบบเดิมๆ ในอดีตให้เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง จากที่เคยเป็นการจัดวางสินค้าตามประเภทและตามแบรนด์ ให้กลายเป็นการนำเสนอ ด้วยการผสมผสานหลายกลุ่มสินค้าตามเรื่องราวและความสนใจของผู้คน ตลอดจนสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่ทุกคนสามารถจับจ่ายใช้สอย อีกทั้งสามารถสร้างสินค้าให้เป็นไปตามรสนิยมเฉพาะตัวได้ (Personalized)

2) ผืนิกกำลังพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อต่อยอดความสำเร็จร่วมกันของทุกฝ่ายอย่างแท้จริง สยามพิวรรธน์นำเสนอการทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งมาจากการศึกษาเรียนรู้และวิจัยอย่างรอบคอบ สยามดิสคัฟเวอร์ประสบความสำเร็จได้ เพราะเกิดจากการทำงานร่วมกันเป็นหนึ่งเดียวอย่างใกล้ชิดระหว่างสยามพิวรรธน์ พันธมิตรทางธุรกิจและผู้ประกอบ

การร้านค้ากว่า 5,000 แปรนด์ เราแนะนำพันธมิตรคู่ค้าทั้งหมดให้ร่วมกับเราสร้างสรรค์ในสิ่งที่แปลกใหม่ ความกล้าสมัย และกล้าฉีกกฎร่วมกัน เพื่อนำเสนอ Open space ที่ไม่ได้ display สินค้าตามแบรนด์ แต่ถูกนำเสนอตามความสนใจของลูกค้า และมีการเปลี่ยนแปลงสินค้าใหม่ 30% ทุกๆ 6-8 สัปดาห์ ทำให้ลูกค้ามีความเข้าใจ ทำให้ลูกค้ามีความตื่นตัว สนุกสนานทุกครั้งที่มาเยือนและสามารถมาทดลอง ได้รู้จักเรื่องราวของสินค้าที่มากกว่าเดิม ซึ่งถือเป็นการปฏิวัติวงการค้าปลีกและสร้างปรากฏการณ์ครั้งแรกในโลกที่สำเร็จได้เพราะแบรนด์สินค้าทั้งหมดและผู้ประกอบการได้ให้ความร่วมมือ เนื่องจากมีความเชื่อมั่นศรัทธาในคอนเซ็ปต์ที่เราสร้างขึ้นมาครั้งแรกจนประสบความสำเร็จอย่างดียิ่ง

3) ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางอย่างเข้าใจ และเข้าถึง สยามพิวรรธน์ก้าวข้ามการบริหารสินค้า ไปสู่การบริหารจัดการอารมณ์ และความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งสื่อสารกับลูกค้าเหมือนเพื่อนที่รู้จัก เราจึงต้องปฏิวัติการทำตลาดใหม่หมด กลุ่มลูกค้าหลักของเรา คือ กลุ่ม millennials ซึ่งเราได้วิเคราะห์พฤติกรรม ความต้องการที่แท้จริงและต้องนำเสนอสินค้าที่ตรงกับชีวิตประจำวัน โดยจะนำทุกสิ่งที่ลูกค้าอยากทำ อยากเป็น และอยากได้ มาปรับเปลี่ยนให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

สยามดิสคัฟเวอร์ไม่ได้สร้างแค่ฐานลูกค้า แต่มุ่งสร้างคอมมูนิตี้ เป็นศูนย์กลางการพบปะ แลกเปลี่ยน สร้างความสัมพันธ์ ตลอดจนแบ่งปันและต่อยอดประสบการณ์ตามความสนใจอย่างต่อเนื่องไม่สิ้นสุด กลุ่ม millennials ให้ความใส่ใจกับการทำประโยชน์กลับคืนสู่สังคม ดังนั้น สยามดิสคัฟเวอร์จึงสนับสนุนให้ลูกค้าสร้างคุณค่าจากการช้อปปิ้งให้แก่ผู้อื่น สังคม และโลก หรือการทำกิจกรรม Eco โดยมีแนวคิดใส่ใจสิ่งแวดล้อม การสร้างคอนเซ็ปต์และบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องเช่นนี้จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพิชิตใจลูกค้าด้วยการเข้าถึง เข้าใจ และมีลูกค้าเป็นศูนย์กลางของทุกสิ่งอย่างแท้จริง

4) การนำเอานวัตกรรมอันล้ำสมัยมาผสานในการค้าปลีก สยามพิวรรธน์มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมและการนำเสนอประสบการณ์ที่ตรงใจ สยามดิสคัฟเวอร์เป็นแห่งแรกในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่พัฒนา Mobile Application สำหรับลูกค้าด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก้าวล้ำ อย่างโซลูชัน Connected Mobile Experiences (CMX) พร้อมด้วย Hyperlocation มาสร้างสรรค์ เพื่อสื่อสารกับลูกค้าเสมือน “The Best Shopping Companion” ซึ่งลูกค้าจะได้รับ customized message รวมถึงข้อมูลแนะนำสินค้าและโปรโมชั่นเฉพาะตน โดย Mobile Application ยังสามารถแนะนำการเลือกสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ที่เหมาะสมกับความชอบของลูกค้าแต่ละคนอีกด้วย”

ด้วยปัจจัยสำคัญข้างต้นนี้ทำให้ ‘สยามดิสคัฟเวอร์ – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ ประสบความสำเร็จและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีเยี่ยม เป็นที่ชื่นชอบของผู้คนมากมายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จะเห็นได้จากตัวเลขจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนและทำกิจกรรมต่างๆ ใน ‘สยามดิสคัฟเวอร์ – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ ที่เพิ่มขึ้นจากเดิมก่อนปรับโฉมถึง 50% นอกจากนั้นผู้คนที่มาเยี่ยมเยือนและทำกิจกรรมต่างๆ ใน ‘สยามดิสคัฟเวอร์ – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ ก็

มีพฤติกรรมเปลี่ยนไป โดยจากการสำรวจพบว่า ผู้คนมาใช้เวลาใน ‘สยามดิสคัฟเวอรี – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ มากขึ้น และมีอัตราความถี่ในการมา ‘สยามดิสคัฟเวอรี – ดิ เอ็กซ์พลอราทอเรียม’ ถี่มากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งกิจกรรมที่ผู้คนให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ อาทิ กิจกรรม work shop ประดิษฐ์สิ่งของกับคอร์สต่างๆ มากมาย, บริการ personalized เพื่อให้ได้สินค้าชิ้นโปรดที่พิเศษเฉพาะบุคคล ตลอดจนโซน Ecotopia – a new shade of green สร้างขึ้นภายใต้คอนเซ็ปต์ “Asia’s Leading Eco-Lifestyle Destination” นำเสนอสินค้าเพื่อสุขภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกว่า 100 แบรินด์ และสินค้ากว่า 3,000 รายการ ที่ครบวงจรใหญ่ที่สุดในเอเชีย เป็นต้น

รางวัลที่สยามดิสคัฟเวอรีได้รับในครั้งนี้ถือเป็นบทพิสูจน์ของความสำเร็จ จากกลยุทธ์ที่สยามพิวรรธน์ได้วางแนวทางไว้ตั้งแต่ พ.ศ 2557 และได้ดำเนินการอย่างมุ่งมั่นจนบรรลุผล เป็นสถานที่ที่สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้คนในทุกครั้งที่มาเยือน ด้วยความเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่ง จึงได้รับการยกย่องจากคณะกรรมการตัดสินรางวัลทั้ง 2 องค์กร ว่าเป็นโครงการที่สร้างมาตรฐานใหม่ให้แก่วงการค้าปลีกโลก ที่กล้าคิด กล้าทำ และทำได้สำเร็จอย่างงดงาม จึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะได้รับรางวัลชนะเลิศเหนือบรรดาโครงการที่ส่งเข้าประกวดทั่วโลก และจะเป็นต้นแบบอนาคตของการค้าปลีกอย่างแท้จริง