

อนันดา ตอกย้ำจุดยืนเพื่อคนเมือง ผ่านแบรนด์ ดั่งแคมเปญ “คิด...เพื่อชีวิตคนเมือง” ต่อยอดแนว คิด พัฒนาคุณภาพชีวิต ผลักดันศักยภาพของคนให้ ไปถึงขีดสุด



บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ ANAN ผู้นำแห่งวงการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับคนเมือง และผู้นำตลาดคอนโดมิเนียมติดรถไฟฟ้า เปิดตัวแคมเปญ “คิด...เพื่อชีวิตคนเมือง” ตอกย้ำแนวคิด Urban Living Solutions ให้เกิดขึ้น โดยโฟกัสที่ทางออกของปัญหา และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนเมืองให้ดีขึ้น ร่วมสร้างพลังบวก ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีกับกรุงเทพฯ ก่อเกิดประโยชน์แก่ส่วนร่วมมากขึ้น นอกจากนี้ยังเตรียมมอบสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับคนเมือง ภายในงาน URBAN EXPO กับ 32 โครงการคุณภาพ พร้อมอยู่ ทั้ง คอนโด ติดรถไฟฟ้า บ้านเดี่ยว และทาวน์เฮาส์ กับข้อเสนอที่พลาดไม่ได้

คุณพงศ์อนันต์ สุขเกษม ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายการตลาด บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ด้วยอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนเมืองล้วนทำลายให้ อนันดาฯ มุ่งสร้างสรรค์ไอเดียเดียวและพัฒนาสิ่งใหม่ๆ มาแก้ไขปัญหาวางอย่างไม่หยุดนิ่ง ซึ่งเชื่อว่าทุกคนคือโซลูชันที่จะสามารถสร้างเมืองที่ดีกว่า แค่ปรับมุมมองการใช้ชีวิตและเปลี่ยนไลฟ์สไตล์ให้เป็นมิตรกับเมืองยิ่งขึ้น จากจุดเริ่มต้นเล็กๆ ก็จะเป็นผืนกกำลังที่สร้างสิ่งที่ยิ่ง

ใหญ่กว่าตัวเราได้ ล่าสุดเตรียมเปิดตัว Branding Campaign “คิด...เพื่อชีวิตคนเมือง” นับเป็นแบรนด์แคมเปญที่ตอกย้ำแนวคิด Urban Living Solutions ให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นแนวความคิดที่ไม่เพียงมุ่งเน้นการแก้ปัญหาให้คนเมืองเท่านั้นแต่ยัง มุ่งเน้นการในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพชีวิต เพื่อปลดล็อกทุกขีดจำกัด และผลักดันศักยภาพของคนให้ไปถึงขีดสุด รวมพลังช่วยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีกับเมือง เพราะเราเชื่อว่าทุกคนมีศักยภาพและพลังงานที่สร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถใช้ชีวิตอย่างเต็มที่

ซึ่งแนวคิดของแคมเปญนี้เกิดขึ้นจากความเชื่อว่า GREAT IDEA คือจุดเริ่มต้นของความคิดที่ดีที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจ และความตั้งใจที่จะสร้างผลลัพธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสังคม เป็นการเริ่มต้นที่จะผลักดันให้เกิด GREAT SOLUTION ซึ่งก็คือทางออกของการแก้ปัญหาเมื่อถูกนำไปใช้ให้ถูกที่และถูกเวลา ก็จะสามารถก่อให้เกิดการพัฒนาและเมืองของเราก็จะถูกพัฒนาเป็น GREAT CITY ได้ เพราะเมืองที่ดีเกิดขึ้นจากการอยู่อาศัยร่วมกันอย่างเข้าใจ และร่วมกันแก้ปัญหาเพื่ออนาคตของคนเมือง

โดยแคมเปญ “คิด...เพื่อชีวิตคนเมือง” ยังคงมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับ 4 แกนหลักได้แก่

1. LOCATION ลดเวลา เพื่อสร้างโอกาสใหม่ ๆ เมื่อมีโอกาสได้ทำอะไรที่มากขึ้น ชีวิตก็มีความสุขได้มากกว่า ปลดล็อกชีวิตในเมืองกับการจราจรที่ติดขัด ดึงทุกพลังงาน ผลักดันศักยภาพของตัวเองได้มากขึ้น ด้วยทำเลที่ตั้งที่สะดวก ติดกับ Mass Transit ควบคุมเวลา เพื่อให้คนเมืองได้ออกไปใช้ชีวิตได้อย่างเต็มที่

2. PRODUCT เริ่มต้นคิดในแบบที่แตกต่างแต่สามารถปรับใช้ให้เข้ากับทุกคน เพราะความแตกต่างสร้างเอกลักษณ์และตัวตนให้กับผู้คน ซึ่งเข้าใจในความแตกต่างที่เป็นเสมือนในจิ๊กซอว์ ที่รวมแล้วจะกลายเป็นภาพอันสวยงาม เชื่อมต่อทุกเส้นสายชีวิตของคนให้เข้ากับเมือง ความสำคัญของการออกแบบตั้งแต่พื้นที่ส่วนตัวไปจนถึงพื้นที่สีเขียว และการใช้สอยด้านต่าง ๆ เป็นพลังงานที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ ให้ผู้คนในการใช้ชีวิตในทุกวัน

3. DESIGN เริ่มต้นความสร้างสรรค์จากพื้นที่รอบตัว เพราะพลังแห่งความสร้างสรรค์เกิดจากแรงบันดาลใจ ภายใต้อเส้นขอบฟ้าของเมือง “Bangkok Skyline” เป็นภาพขนาดใหญ่ที่เล่าเรื่องราว เป็นหน้าต่าง วิถีคิด บุคลิกของเมือง บ่งบอกถึงวิสัยทัศน์ และจิตวิญญาณของเมือง ตั้งแต่เช้าจรดค่ำ เส้นสายและการออกแบบนี้ก็ยังคงอยู่คู่เป็นแรงบันดาลใจให้คนเมืองได้ชื่นชมและแสวงหาความคิดใหม่ ๆ อยู่เสมอ เราจึงอยากเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยขีดเขียน สร้างเรื่องราวฝากแรงบันดาลใจไว้ด้วยการออกแบบตัวอาคาร ที่เต็มไปด้วยเอกลักษณ์ ส่งต่อสู่คนเมืองในรุ่นต่อไป

4. INNOVATION มุ่งพัฒนาและต่อยอดเพื่อผลลัพธ์ที่ดีกว่า เพราะ GEN C อยากทำหลายอย่างพร้อมๆกัน ตอบโจทย์นิสัย Multi-tasking ของคนเมืองปัจจุบันที่อยากใช้ชีวิตแบบ In - Control ด้วยเทคโนโลยี, แอปพลิเคชัน และนวัตกรรมการออกแบบ ให้เราได้ใช้ชีวิตที่ปลอดภัย สะดวกสบาย ตอบโจทย์ชีวิตตลอด 24 ชั่วโมง

นอกจากนี้ แคมเปญ “คิด...เพื่อชีวิตคนเมือง” ยังเตรียมมอบสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตของคนเมือง ภายในงาน URBAN EXPO พบกับ 32 โครงการคุณภาพ พร้อมอยู่ บนทำเลศักยภาพรถไฟฟ้า ทั้ง คอนโดมิเนียม บ้านเดี่ยว และ ทาวน์เฮาส์ ภายใต้อแบรนด์ แอชตัน / ไอดีโอ คิว / ไอดีโอ โมบิ / ไอดีโอ / เอลลิโอ / ยูนิโอ / อาร์เทล /

แอร / เอโทล / และ ยูนิโอ ทาวน์ ที่มาพร้อมข้อเสนอพิเศษที่ห้ามพลาด!! สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
โทร. 02 316 2222 หรือ www.ananda.co.th

“การสร้าง Corporate Branding Campaign “คิด...เพื่อชีวิตคนเมือง” ในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อต่อยอดย้ายจุดยืนของ
บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้นำด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของเมืองไทย ที่
ตระหนักและเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นในเมืองหลวง พร้อมมุ่งมั่นในการพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ความเป็น Urban Living
Solutions เน้นคุณภาพชีวิต บวกกับความเป็นอยู่ที่ดีกลับสู่ชีวิตคนเมือง และเพื่ออนาคตที่ดียิ่งขึ้น” คุณพงศ์อนันต์
กล่าวตอนท้าย