

AP เดินหน้ารุก ส่งแคมเปญ “AP Live More” ต่อย อดสร้างการรับรู้ ชูแนวคิดปรัชญา “AP คิดและสร้าง เพื่อชีวิตที่มากกว่า” พร้อมเปิด 16 โครงการ ลุย ตลาดครึ่งหลัง

AP เปิดเกมรุกตลาดอสังหาริมทรัพย์ครึ่งปีหลัง ประเดิมแคมเปญ “Live More : AP คิดและสร้างเพื่อชีวิตที่มากกว่า” การตลาด ทุ่มงบกว่า 250 ล้านบาท เปิดตัวแคมเปญ “Live More : AP คิดและสร้างเพื่อชีวิตที่มากกว่า” ลุยสร้างแบรนด์ ชูแนวคิดปรัชญาการสร้าง “บ้าน” เพื่อให้ลูกค้าทุกคนมี “ชีวิตที่มากกว่า” ตอกย้ำจุดยืน คิดและสร้างสรรค์ที่อยู่อาศัยที่ใส่ใจทุกรายละเอียด เพื่อตอบโจทย์ทุกความต้องการของการใช้ชีวิตในเมือง พร้อมเดินหน้าพัฒนาโปรเจกต์ใหม่ 16 โครงการ ครอบคลุมทั้ง บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม มูลค่ารวมกว่า 14,770 ล้านบาท



นายวิฑูรย์ จันทวิมล รองกรรมการผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์การตลาด บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) หรือ AP (Mr.VittakarnChandavimol Chief Marketing Officer, AP (Thailand) Public Co., Ltd.) เปิดเผยว่า เพื่อเป็นการตอกย้ำจุดยืนองค์กรในการเป็น The Most Responsive Creator (การเป็นองค์กรที่ไวต่อ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า) ในปีนี้บริษัทฯ พร้อมทุ่มงบประมาณกว่า 250 ล้านบาท ในการสร้างการรับรู้ ถึงปรัชญาแนวคิดในการทำงานของ AP อย่างต่อเนื่อง ภายใต้แคมเปญสื่อสารการตลาด **LIVE MORE : AP คิดและสร้างเพื่อชีวิตที่มากกว่า** ที่ต้องการสื่อสารถึงวิถีคิดของคน AP ที่นำความปรารถนาของลูกค้ามาเป็นแรงบันดาลใจในการทำงาน ที่ลงลึกในรายละเอียด คิดมากกว่า ทำมากกว่า เพื่อให้ลูกค้าสามารถต่อยอดการใช้ชีวิตในบ้าน ที่มากกว่าให้เกิดขึ้นได้

“จุดเริ่มต้นของแคมเปญนี้ คือ การทำความเข้าใจถึงบทบาทของบ้านกับความต้องการเชิงลึกของลูกค้า เพื่อค้นหาว่าในแต่ละเช็กเม้นท์บ้านมีบทบาทความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตอย่างไร ฟังก์ชันดีไซน์ต่างๆ ภายใน ส่งมอบชีวิตที่มากกว่าได้ในรูปแบบไหนบ้าง เช่น คอนโด คือ สถานที่ที่กลับมารีชาร์จ เพื่อพร้อมทำอะไรที่มากกว่า ในวันรุ่งขึ้น ทาวน์เฮ้าส์ สำหรับกลุ่มคู่รักที่เพิ่มเริ่มต้นชีวิตในสเต็ปต่อไป Role ของบ้านที่เกี่ยวกับคนกลุ่มนี้คือ บ้านที่ยังมีสเปซที่ให้เธอและเค้าแสดงความเป็นตัวของตัวเอง แต่ขณะเดียวกันบ้านก็ยังมีพื้นที่ที่แสดงความเป็นเราที่มาก

กว่า สุดท้าย **บ้านเดี่ยว** กับบทบาทบ้านที่รวมความรู้สึกดี ๆ ที่มากกว่าของคนในหลายเจนเนเรชั่นไว้รวมกัน”

นอกจากการเปิดตัวแคมเปญ **Live More** ผ่าน Mass Media แล้ว ในสัปดาห์ที่ 2 เรายังเชื่อมต่อแนวคิด

Live More เข้ากับการสื่อสารการตลาดของโครงการ เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นและสัมผัส (See & Feel) ได้จริงถึง Benefit ที่โครงการ **AP** เรามอบให้ผ่านภาพยนตร์โฆษณา 3 เรื่องที่นำเสนอชีวิตที่มากกว่าในรูปแบบที่แตกต่างกัน พร้อมจัดงาน Event ใหญ่ 3 งานต่อเนื่องกัน เพื่อให้ผู้บริโภคสัมผัสกับสินค้าได้ง่ายขึ้น โดยวันที่ 25-31 กรกฎาคมนี้ กับงาน **Live More ทาวน์เฮ้าส์** พบการเปิดตัวโครงการใหม่และโครงการพร้อมอยู่รวมกว่า 14 โครงการ ที่ชั้น G เซ็นทรัล ลาดพร้าว, วันที่ 15-18 สิงหาคม กับงาน **Live More คอนโด** พบกับการเปิดตัวโครงการใหม่และคอนโดทำเลศักยภาพรวม 17 โครงการ ที่ชั้น 1 สยามพารากอน และสุดท้ายกับ งาน **Live More บ้านเดี่ยว** วันที่ 19-25 กันยายนนี้ ที่ชั้น 1 เซ็นทรัล ลาดพร้าว กับงานเปิดตัวโครงการใหม่และพร้อมอยู่กว่า 14 โครงการ

ทั้งนี้ในโลก Online เรามองเห็นโอกาสในการสื่อสารที่ไม่มีต้นทุนเรื่อง Airtime มากเท่ากับการใช้ Mass Media ดังนั้นเราจึงมีแนวคิดที่จะทำ Sit-Com ขึ้นเพื่อนำเสนอประสบการณ์ในการใช้ชีวิตที่มากกว่าจากสิ่งที่ **AP** สร้างสรรค์ขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ฟังก์ชันดีไซน์ต่างๆ ภายในโครงการเครือ **AP** เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นภาพชัดขึ้นเหมือนตัวเองได้มาเยี่ยมชมโครงการของ **AP** จริงๆ สื่อสารด้วยความบันเทิงผ่านตัวแสดงและบทละคร ที่เข้าถึงได้ง่ายภายใต้ชื่อเรื่อง “รักมากกว่า...I Love You More” นำแสดงโดย **คุณเป้ อารักษ์, คุณเป็ด ธนชัย**

เขียนบทและกำกับด้วยทีมงานมืออาชีพ โดยจะเริ่มออนแอร์ตอนแรกวันที่ 11 กรกฎาคมนี้ ผ่านทาง www.apthai.com/livemore

“การเปิดตัวโครงการใหม่ในแต่ละครั้งเราลงทุนอย่างมาก ทั้งในเรื่องของแลนด์สเคป และการตกแต่งภายในของบ้านตัวอย่าง เพื่อสร้างบรรยากาศการอยู่อาศัยจริงให้ลูกค้าสัมผัสได้ แต่เนื่องจากสินค้าอสังหาริมทรัพย์ถือเป็นสินค้าชิ้นใหญ่ที่ไม่เหมือน Consumer Product ที่สามารถนำตัวอย่างสินค้าไปให้ Consumer ทดลองได้ทุกที่ทุกเวลา ดังนั้น เราจึงตั้งโจทย์ว่าจะทำอย่างไรที่จะนำประสบการณ์ที่ได้จากการเยี่ยมชมโครงการของเราทั้ง บ้านเดี่ยว

ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียม มาทำให้มีชีวิต สร้างการเชื่อมโยงระหว่างคนที่ไม่ได้มีโอกาสเข้ามาเยี่ยมชมโครงการ สามารถสัมผัสกับประสบการณ์ภายในบ้าน **AP** ของเราได้ ซึ่งการทำ Sit-Com ในครั้งนี้ถือเป็นอีกเครื่องมือที่สามารถนำเสนอภาพความสวยงามของโครงการในอีกมุมมองหนึ่งที่น่าสนใจ”

สำหรับแผนการตลาดในช่วงครึ่งปีหลัง นอกจากการจัด 3 งานใหญ่ เพื่อกระตุ้นกำลังซื้อแล้ว ในส่วนของแผนการเปิดตัวโครงการในช่วงครึ่งปีหลัง บริษัทฯ มีโครงการที่พร้อมเปิดตัวใหม่รวมทั้งสิ้น 16 โครงการ มูลค่ารวม 14,770 ล้านบาท ได้แก่ บ้านเดี่ยว 4 โครงการ มูลค่า 3,230 ล้านบาท ทาวน์เฮ้าส์ 9 โครงการ มูลค่า 6,610 ล้านบาท และคอนโดมิเนียม 3 โครงการ มูลค่า 4,930 ล้านบาท

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายยอดขายทั้งปี 22,000 ล้านบาท ปัจจุบันสามารถสร้างยอดขายได้แล้วทั้งสิ้นประมาณ 8,000 ล้านบาท และตั้งเป้ารับรู้รายได้ทั้งปีอยู่ที่ 20,000 ล้านบาท โดยทั้งปี 2556 บริษัทฯ มีแผนการเปิดตัวโครงการ

ใหม่ทั้งสิ้น 25 โครงการ มูลค่ารวม 29,760 ล้านบาท และมีโครงการอยู่ระหว่างการก่อสร้างรอขาย (On-Going Projects) อีกประมาณ 53 โครงการ มูลค่า 35,592 ล้านบาท มีสินค้าที่อยู่ระหว่างรอโอน (Backlog) 32,389 ล้านบาท แบ่งเป็นแนวราบมูลค่า 5,217 ล้านบาท และแนวสูง 27, 172 ล้านบาท ซึ่งเชื่อว่าผลจากการลงทุนสร้างภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง และจำนวนโครงการที่อยู่ในมือจะนำมาสู่ยอดขาย-ยอดโอนที่เติบโตขึ้นอย่างยั่งยืนในอนาคต

ล่าสุดกับการเปิดตัวโครงการ **RHYTHM สุขุมวิท 42** รอบพิเศษไปเมื่อเสาร์-อาทิตย์ที่ผ่านมา (22 – 23 มิถุนายน) ด้วยราคาขายเฉลี่ยประมาณ 150,000 บาทต่อตารางเมตร ได้รับผลตอบรับอย่างดีเยี่ยม และมียอดขายแล้วกว่า 40 % โดยโครงการนี้ได้รับการออกแบบภายใต้แนวคิด “New Breathing Place” มิติใหม่แห่งการพักผ่อน เปิดรับธรรมชาติเหนือวิวเมืองด้วย Innovative Function “Sky Bay” ให้คุณได้สูดอากาศบริสุทธิ์ใจกลางสุขุมวิท ติด Gateway และ BTS เอกมัย

แผนการพัฒนาโครงการปี 2556

บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

ชื่อโครงการ	ไร่	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	เปิดตัว
บ้านเดี่ยว				
1 SOUL เอกมัย – ลาดพร้าว	26.3	92	1500	Q1 2556
2 The Centro รามอินทรา 109	40.9	162	1,200	Q4 2556
3 The City งามวงศ์วาน	14.0	54	620	Q4 2556
4 SOUL เสนา – ลาดพร้าว	6.6	26	490	Q4 2556
5 SOUL รัชดา 68	8.4	30	920	Q4 2556
รวมมูลค่าบ้านเดี่ยว			4,730	
ทาวน์เฮ้าส์				
1 บ้านกลางเมืองพระราม 9	24.6	214	1150	Q1 2556
2 บ้านกลางเมือง โชคชัย 4	11.5	131	560	Q2 2556
3 บ้านกลางเมือง ลาดพร้าว 71	5.3	49	330	Q3 2556
4 บ้านกลางเมือง นวมินทร์ 70	15.1	136	650	Q3 2556
5 บ้านกลางเมือง รัตนาธิเบศร์	23.3	242	1,150	Q3 2556
6 บ้านกลางเมือง งามวงศ์วาน	22.9	222	1,100	Q3 2556
7 บ้านกลางเมือง พุทธบูชา	9.9	99	510	Q4 2556
8 บ้านกลางเมือง พหลโยธิน 34	9.3	106	600	Q4 2556
9 พลัสโน้ วังวน – รามอินทรา	23.9	235	600	Q2 2556

10	พรีโน พหลโยธิน – สายไหม	39.1	357	1,000	Q3 2556
11	พรีโน รัตนธิเบศร์ – ซัยพฤษ	40.4	429	980	Q3 2556
12	พรีโน ดิวานนท์ – แจ่งวัฒนะ	23.5	229	640	Q4 2556
13	พรีโน ปิ่นเกล้า – วงแหวน			630	
	รวมมูลค่าทาว์นเฮ้าส์			9,900	
	คอนโดมิเนียม				
1	Galerie rue de 39	1.7	88	3,200	Q1 2556
2	Aspire อุดรธานี	3.1	413	700	Q1 2556
3	Aspire รัตนธิเบศร์ 2	9.5	1,428	3,000	Q1 2556
4	RHYTHM สุขุมวิท 42	3.2	402	3,300	Q2 2556
5	Aspire สาทร – ดากสิน 2	3.5	453	1,150	Q4 2556
6	RHYTHM สุขุมวิท 36	2.9	365	3,100	Q4 2556
7	Aspire พิษณุโลก	4.9	406	680	Q4 2556
	รวมมูลค่าคอนโดมิเนียม			15,130	
	รวมมูลค่าโครงการทั้งสิ้น			29,760	