

DDproperty โฉว์ผลประกอบการปี 56 เติบโตกว่า 75% ตอกย้ำความเป็นเบอร์ 1 เว็บไซต์ค้นหาอสังหาริมทรัพย์ของไทย พร้อมเผยแพร่แผนเดินหน้าธุรกิจปีมา



กรุงเทพมหานคร, 5 กุมภาพันธ์ 2557 : DDproperty.com เว็บไซต์ค้นหาอสังหาริมทรัพย์อันดับ 1 ของเมืองไทย แฉลงแนวทางการพัฒนาธุรกิจปี 2557 โดยเน้นพัฒนาสื่อและเครื่องมือทางการตลาดสู่ต่างประเทศ เพื่อตอบรับดีมานด์ของชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง และสนใจอสังหาฯ ในเมืองไทย ยืนยันความต้องการของผู้บริโภคในภาคอสังหาฯ ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง



จากปีที่ผ่านมา DDproperty.com มีการเพิ่มไลน์ธุรกิจจากสื่อออนไลน์ที่เจาะกลุ่มผู้ค้นหาอสังหาฯ สู่อการจัดกิจกรรมทางการตลาดประเภทงานแสดงบ้านและคอนโดฯ ส่งผลให้ DDproperty.com มีการเติบโตในส่วนของผลประกอบการกว่า 75% และจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์สูงขึ้นกว่า 45% ซึ่งนับเป็นแรงหนุนจากการเติบโตของธุรกิจสื่อออนไลน์ผนวกพร้อมกับกลยุทธ์การวางแผนอีเวนท์ที่ตรงใจผู้บริโภค

นายณพงศ์ ปานทอง Head of Marketing ประจำเว็บไซต์ DDproperty.com เปิดเผยว่า “สำหรับเราแล้วธุรกิจสื่อไม่ได้เป็นเพียงช่องทางในการสื่อสาร แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ความท้าทายของเราไม่ใช่เพียงการส่งต่อข้อมูลให้กับผู้บริโภค แต่ต้องศึกษาตลาดให้เข้าใจผู้บริโภคเพื่อจะนำเสนอเนื้อหาหรือ Content Marketing ที่ถูกใจ ซึ่งนับเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์หลักในปีนี้ โดยเราจะมุ่งเน้นการให้ความรู้เรื่องการซื้อ และการขายอสังหาฯ ให้ผู้บริโภคมีความรู้ และความมั่นใจในการซื้อขายแบบผู้เชี่ยวชาญ โดยนำเสนอ Handbook หรือคู่มือสำหรับการซื้อขายออนไลน์ ในส่วนของเว็บไซต์ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของเรานั้น จากสถิติล่าสุดมีจำนวนการเข้าชมมากถึง 2.9 ล้านครั้งต่อเดือน และมีจำนวนประกาศอสังหาริมทรัพย์มากกว่า 100,000 รายการ ทั้งนี้ เว็บไซต์ของเรามีการพัฒนาเป็น 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อการขยายตลาดสู่ระดับภูมิภาค รวมไปถึงบริการผ่าน Mobile Application ที่รองรับระบบปฏิบัติการทั้ง iOS และ Android เพื่อตอบรับทุกไลฟ์สไตล์ของการค้นหาอสังหาฯ ในปัจจุบัน”

สำหรับในปี 2557 นี้ นายณพงศ์คาดการณ์ว่าในปีนี้ DDproperty.com จะมีผู้ใช้บริการเว็บไซต์เพิ่มขึ้นกว่า 30%

จากการพัฒนาบริการและการทำการตลาดในหัวเมืองใหญ่ๆ เช่น เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต อุตรธานี ถึงแม้การเมืองจะส่งผลกระทบต่อผู้เข้าชมลดลงกว่า 13.43% ในขณะที่จำนวนหน้าที่ถูกเปิดต่อการเยี่ยมชมเพิ่มขึ้นกว่า 7% และระยะเวลาต่อการเข้าชมสูงขึ้นกว่า 18.08% ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการในตลาดอสังหาฯ ที่ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่วนแผนพัฒนาธุรกิจในปีนี้จะเน้นตลาดต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับตลาดสำหรับผู้ประกอบการ โดยมีแผนจัดอีเวนท์ในต่างประเทศ จำนวน ถึง 7 ครั้งในปี นี้ โดยมุ่งเจาะตลาดในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งนับเป็นการขยายตลาดให้กับผู้ประกอบการอสังหาฯ ในประเทศไทยในกลุ่มลูกค้าระดับสากล ในขณะที่อีเวนท์ภายในประเทศจะมีการจัดงานรวม 4 ครั้งด้วยกันเพื่อสร้างความคึกคักให้กับตลาดภายในประเทศ