

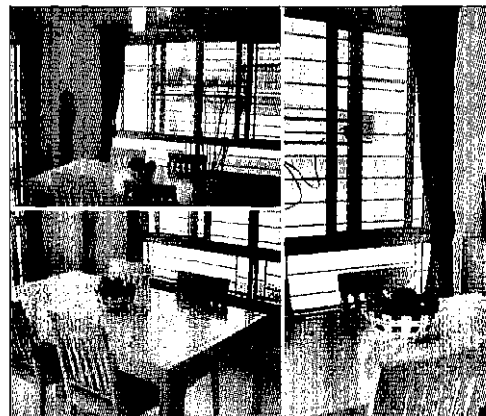
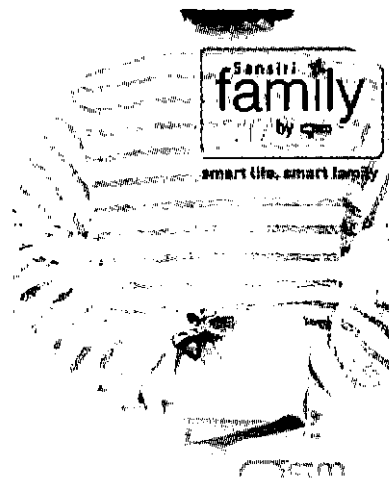
facebook

Find People and More

Home Profile

# แสนสิริเฟชบุ๊ก-บิวตี้ฟูลคอมฯ สร้างโซเชียล...สร้างแบรนด์

■ อรวรรณ หอยจันทร์



**ย** คนนี้ใครๆ ก็ให้ความสำคัญท่าตลาด ผ่าน "นิวมีเดีย" สื่อใหม่ที่อาศัยเครือข่ายออนไลน์เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนข้อมูล ด้วยบริบทของการเป็นเครือข่ายเฉพาะกลุ่มที่หลายคนเรียกกันว่าโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Networking) ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์เครือข่ายชื่อดังอย่าง เฟซบุ๊ก : [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ที่มีลูกเล่นหลากหลาย และแอปพลิเคชันแกมดั่ง ที่ดึงดูดคนหลายล้านคนเข้าเป็นสมาชิก หรือทวิตเตอร์ : [www.twitter.com](http://www.twitter.com) ซึ่งเป็นเสมือนห้องข่าวออนไลน์ ที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมนำเสนอข้อมูลแลกเปลี่ยนความเห็นได้ไม่จำกัด รวมทั้งเว็บไซต์อื่นๆ อีกนับไม่ถ้วน กลายเป็นเวทีตลาดใหม่ เป็นเครื่องมือออนไลน์ต้นทุ่นดำ ที่นักการตลาดไทยไม่ยอมตกขบวน

เช่นเดียวกับ บมจ.แสนสิริ ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำ มีภาพความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ สะท้อนผ่านรูปแบบโครงการ ที่ตอบใจผู้บริโภคด้วยท่วงท่าทันสมัย ซึ่งก้าวข้ามยุคคอนกรีตสู่ดิจิทัลไลฟ์สไตล์เต็มตัว การสื่อสารและสร้างแบรนด์กับลูกค้ากลุ่มนี้ จึงต้องเข้าใจ เข้าถึง ตามทันเครือข่าย และไลฟ์สไตล์พวกเขาในทุกแง่มุม

"นิวมีเดีย สำหรับแสนสิริ เราทำตั้งแต่ต้องผัดล่องถูก กระทั่งได้ข้อสรุปว่าต้องไม่เน้นขายสินค้ามากนัก แต่เน้นสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับลูกค้า แบบเพื่อนคุยกันมากกว่าหลายคนทราบดีโซเชียลแบบนี้ต้องให้มากกว่าหวังที่จะได้ ถ้าเน้นขายของคนจะเบือ" สมัชชาพรหมศิริ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวถึงแนวคิดการทำตลาดผ่านนิวมีเดียและยอมรับว่าทุกวันนี้แสนสิริใช้ช่องทางนิวมีเดียเช่นเดียวกับหลายบริษัท

# กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij  
Circulation: 145,530

Section: First Section/ธุรกิจการตลาด

วันที่: พุธ 14 เมษายน 2553

ปีที่: 23

ฉบับที่: 7874

หน้า: 13 (บนซ้าย)

Col.Inch: 88

Ad Value: 132,000

PRValue (x3): 396,000

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: แสนสิริเฟชบุ๊ก-บิวตี้ฟูลคอมฯ สร้างโซเชียล...สร้างแบรนด์



โดยเล่นผ่านเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์

แสนสิริเปิดเฟซบุ๊กในชื่อ sansiri family ([www.facebook.com/home.php#!/sansiri-family](http://www.facebook.com/home.php#!/sansiri-family)) เพื่อเป็นหน้าต่างบนหลัก ในการติดต่อสื่อสาร สร้างชุมชนสร้างเครือข่ายกับลูกค้าและแฟนคลับ

ปัจจุบัน sansiri family มีแฟนเพจกว่า 1.7 หมื่นราย ส่วนใหญ่เป็นคนที่สนใจเรื่องบ้าน ซึ่งผู้บริหารแสนสิริยอมรับว่าแฟนคลับเหล่านี้ไม่ได้เป็นลูกค้าของแสนสิริทั้งหมดแต่เป็นกลุ่มคน

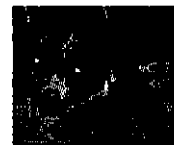
ที่สนใจเรื่องบ้าน คอนโด และสนใจแสนสิริ แต่จำนวนนี้ก็ยังน้อยเมื่อเทียบกับฐานสมาชิกลูกค้าแสนสิริที่มีกว่า 5 หมื่นราย

ในทางกลับกัน แสนสิริ ก็ใช้ช่องทางเฟซบุ๊กในการสร้างเครือข่าย ในลักษณะการให้ข้อมูลที่แฟนคลับสนใจ และบางครั้งก็ใช้เป็นสื่อกลาง บอกผ่านเรื่องราว และรวบรวมคนเพื่อจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ โดยไม่เห็นขายของ

"sansiri family" ลงทะเบียนกับเฟซบุ๊กมาได้ปีเศษ การตอบรับดีมีสมาชิกแฟนเพจเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สมาชิก ย้ำว่า แฟนคลับยังไม่มาก แต่ข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมที่สื่อสารผ่านช่องทางนี้มีหลายส่วนที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าได้แต่นั้นก็เป็นเพียงการเริ่มต้น และแสนสิริ เองก็ไม่ได้หวังผลในเชิงธุรกิจ

ไม่เพียงเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์คเท่านั้นช่องทางนิวมีเดียของแสนสิริ ยังทำมาตลอดผ่านเว็บไซต์หลักแสนสิริ และบริษัทในเครือไม่ว่าจะเป็น [www.sansiri.com](http://www.sansiri.com) ซึ่งเป็นคอร์ปอเรทเว็บไซต์ให้ข้อมูลสินค้าของตัวบริษัทแสนสิริ หรือ [www.homeandi.com](http://www.homeandi.com) เว็บไซต์ศูนย์กลาง (Portal Site) สำหรับข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับบ้าน รวมทั้งเว็บไซต์บริษัทในเครือ เช่น [www.plus.co.th](http://www.plus.co.th) ที่ดำเนินธุรกิจคอนโด และตัวแทนขาย รวมถึงเว็บไซต์ย่อยรายโครงการ

ผู้ให้บริการผ่านเว็บไซต์ของแสนสิริมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ใหญ่เข้ามาเพื่อสืบค้นข้อมูล มีความสนใจซื้อสิ่งต่างๆ สนใจบ้าน-คอนโด และมีสติดีน่าสนใจ ล่าสุดว่า ลูกค้าที่แวะชมไซต์งานโครงการของแสนสิริ มาจากเว็บไซต์ 30-50% เชื่อว่าในอนาคตยอดขายลูกค้ามาจากเว็บไซต์จะเกินกว่า 50%



...presented by Rc  
Come build a home  
animal friends on F  
Play ZOO WORLD

Like

Play SocialCity



Immerse yourself in  
utopian world of S

# กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij  
Circulation: 145,530

Section: First Section/ธุรกิจการตลาด

วันที่: พุธ 14 เมษายน 2553

ปีที่: 23

ฉบับที่: 7874

หน้า: 13 (บนซ้าย)

Col.Inch: 88

Ad Value: 132,000

PRValue (x3): 396,000

คลิป: สีสี่

หัวข้อข่าว: แสนสิริเฟชบุ๊ก-บิวตี้ฟูลคอมฯ สร้างโซเชียล...สร้างแบรนด์

ผู้บริหารแสนสิริย้ำว่าสื่อใหม่รวดเร็ว มีพลังและเข้าถึงแบบกลุ่มย่อยได้ดี แต่สื่อหลักแบบ Mass Media ก็ยังคงมีความสำคัญ โดยมีสื่อใหม่เข้ามาเสริมเรื่องการสร้างแบรนด์และภาพพจน์ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมหลากหลาย เช่น ได้ร่วมกับค่ายมือถือ AIS ออก Sansiri Sim โทรศัพท์ฟรีในครอบครัว 5 หมายเลข และได้ทดลองเปิดเว็บไซต์ในคอนเซ็ปต์ beautifulcommunity เพื่อต่อยอดแบรนด์ ความเป็นโครงการบ้านดีสังคมดี พร้อมจับมือ "บอย โกสิยพงษ์" จัดอีเวนท์กึ่งไลฟ์สไตล์ ด้วยเพลงและกิจกรรมหลากหลายจะมีให้เห็นมากขึ้นตั้งแต่กลางปีนี้เป็นต้นไป