

กลุ่มบิวท์ ทุ บิวด์ รุกทุกช่องทางออนไลน์รับมือ Covid -19 พร้อมเดินหน้าการตลาดสู่ยุค New Normal



กลุ่มบิวท์ ทุ บิวด์ เผย backlog งานก่อสร้างไตรมาสแรกดันผ่านวิกฤตโควิดอย่างหายห่วง พร้อมเปิดทุกช่องทางออนไลน์ปรับตัวสู้โควิด เชื่อลูกค้าเป็น Real Demand ยังหนาแน่นรอเพียงวิกฤตคลี่คลาย เตรียมรอปปล่อย Event การตลาดแน่นตลอดปี 63

นายสุธี เกตุศิริ กรรมการผู้จัดการ กลุ่มบิวท์ ทุ บิวด์ เปิดเผยว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่มีความรุนแรงในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา ได้ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างในทุกภาคส่วนไปทั่วโลก ซึ่งในส่วนของภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจรับสร้างบ้านก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน แต่สำหรับธุรกิจรับสร้างบ้านนั้นด้วยความที่ฐานของลูกค้าเป็นกลุ่มแบบ Real Demand ลูกค้ามีการเตรียมตัว มีที่ดิน และมีการวางแผนปลูกสร้างบ้านที่เป็นแผนระยะยาว เพียงแต่สถานการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อความวิตกกังวลถึงความปลอดภัยเป็นหลัก จึงทำให้ลูกค้าชะลอการตัดสินใจในการปลูกสร้างออกไปก่อน ซึ่งเชื่อว่าเมื่อสถานการณ์คลี่คลายแล้วลูกค้าจะกลับมาใช้บริการตามเดิมอย่างแน่นอน เพราะแม้ในช่วงของการล็อกดาวน์ การเว้นระยะห่างทางสังคม ก็ยังคงมีลูกค้าที่คอยติดต่อสอบถามข้อมูลการสร้างบ้านกับทางกลุ่มบริษัทผ่านจากช่องทางต่างๆ เข้ามาอยู่ตลอดเวลา

แต่อย่างไรก็ดี ด้วยสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ในครั้งนี้ต้องยอมรับว่าเป็นวิกฤตการณ์ที่ร้ายแรงกว่าทุกครั้งในรอบ 100 ปี เพราะฉะนั้นการฟื้นตัวเศรษฐกิจของประเทศหลังจากนี้จะเป็นในรูปแบบ U-Shape โดย

จะฟื้นตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งต้องใช้เวลารวมทั้งต้องอาศัยมาตรการต่างๆ ที่จะเรียกความมั่นใจของประชาชนกลับมาได้อีกครั้ง โดยสำหรับประเทศไทยนั้นเชื่อว่าเราได้ผ่านจุดต่ำสุดมาแล้วเมื่อช่วงเดือน มี.ค. - เม.ย. ที่ผ่านมาคาดว่าถ้าจากนี้ไม่มีการกลับมาระบาดของเชื้อไวรัสอีกครั้ง เศรษฐกิจไทยและธุรกิจรับสร้างบ้านก็น่าฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่อง

ในส่วนการดำเนินงานของกลุ่มบิวท์ ทุ บิวด์ ด้านงานก่อสร้างนั้นยังคงดำเนินงานได้ตามปกติ เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีงานที่ได้ทำการเซ็นสัญญาปลูกสร้างกับทางลูกค้า และงานที่อยู่ระหว่างก่อสร้าง (backlog) จำนวนมากพอสมควร จึงทำให้งานก่อสร้างสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ด้านแรงงานก็ไม่ได้รับผลกระทบแต่อย่างใด เนื่องจากแรงงานยังคงอยู่และไม่ได้เดินทางกลับบ้าน จึงทำให้ในช่วงเม.ย. ที่ผ่านมานั้นสามารถมีผลการดำเนินงานในส่วนงานก่อสร้างที่มากขึ้นกว่าทุกๆ ปี

สำหรับงานการตลาดนั้นส่งผลกระทบอย่างแน่นอน ต่อการชะลอการตัดสินใจของลูกค้าที่กำลังเซ็นสัญญาปลูกสร้าง โดยจะทำการเลื่อนออกไปก่อนจนกว่าสถานการณ์จะคลี่คลาย ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่เราก็คงเข้าใจได้ และเชื่อว่าหากสถานการณ์กลับมาคลี่คลายลูกค้าก็จะกลับมาตัดสินใจปลูกสร้างดังเดิม

ทั้งนี้ ในช่วงที่ผ่านมา กลุ่มบริษัท ได้เน้นทำการตลาดแบบเชิงรุก โดยนำระบบ Digital Marketing เข้ามาใช้ติดต่อสื่อสารกับลูกค้ามาสร้างบ้านแล้วระยะหนึ่ง ซึ่งสถานการณ์ในครั้งนี้ทำให้เราได้เห็นหน้าสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างเต็มตัวมากขึ้น ในการรับมือกับสถานการณ์และตอบโต้พฤติกรรมลูกค้าในภาวะวิกฤตนี้ที่รับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Social Media เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร สร้างความเชื่อมั่น การสนับสนุนการขาย การอัปเดตข้อมูลโปรโมชั่นการตลาด และสร้างการรับรู้ การจดจำในแบรนด์ให้แก่ลูกค้า

นอกจากนี้ ยังได้ปรับวิธีการดำเนินงานในส่วนของขั้นตอนติดต่อเพื่อสร้างบ้านให้แก่ลูกค้า ด้วยบริการ Service @Your Home โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินทางมาที่สำนักงานขาย แต่เจ้าหน้าที่จะเดินทางไปพบลูกค้าถึงที่นัดหมายแบบส่วนตัว และเน้นความปลอดภัยเป็นหลัก รวมทั้งการให้บริการสำรวจที่ดินปลูกสร้างถึงที่ เพื่อให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะเกี่ยวพื้นที่ดินของของลูกค้าแต่ละราย ให้มีความเหมาะสมกับแบบบ้านที่ต้องการ หรือสามารถปรับเปลี่ยนแบบ และฟังก์ชันได้อย่างไร พร้อมทั้งการจัดโปรโมชั่นพิเศษอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้า สำหรับสถานการณ์ในช่วงขณะนี้ ลูกค้าเริ่มมีการติดต่อและทยอยเดินทางมาสอบถามข้อมูลแบบบ้าน การปลูกสร้างกันมากขึ้น โดยกลุ่มบริษัท ยังคงเน้นมาตรการการดูแลความปลอดภัยของลูกค้าและพนักงานอย่างต่อเนื่อง และให้การดูแล ใส่ใจความสะอาดในทุกจุดสัมผัส ตลอดจนการเว้นระยะในการสื่อสารอย่างเข้มงวดเพื่อความปลอดภัยสูงสุด ซึ่งเชื่อว่าทิศทางหลังจากนี้สถานการณ์จะค่อยๆ ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดวิกฤต Covid-19 ในครั้งนี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจำนวนหนึ่งให้หันมาสนใจปลูกสร้างบ้าน หรือซื้อบ้านแนวราบมากขึ้น โดยในส่วนของการตลาดจากนี้เพื่อให้สอดคล้องกับ New Normal ในยุค Covid-19 นั้น กลุ่มบริษัท จะยังคงทำการตลาดเชิงรุกในรูปแบบ Digital Marketing มาใช้อย่างต่อเนื่องและให้น้ำหนักมากขึ้น เพื่อการเข้าถึงและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้นได้อย่างครอบคลุม และหากสถานการณ์ดีขึ้นทำให้ภาครัฐค่อยๆ คลายล็อกดาวน์จนสามารถจัดงานแสดงสินค้าได้นั้น กลุ่มบริษัท ยังได้วางแผนกิจกรรมในรูปแบบของการออกบูธไว้อย่างต่อเนื่อง

ตลอดทั้งปี

นอกจากนี้อีกสิ่งที่ขาดไม่ได้คือในเรื่องของคุณภาพการก่อสร้างและการบริการ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจรับ
สร้างบ้านให้ยังคงอยู่อย่างต่อเนื่อง เพราะเชื่อเสมอว่าวิกฤตต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะยิ่งทำให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจใน
การพิจารณาเลือกบริษัทที่มีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ และมีความคุณภาพมาเป็นอันดับต้นๆ