**SCG HOME Experience ครบรอบ 15 ปี ทุ่ม 20 ล้านบาท ปรับโฉมโซนใหม่ตามเทรนด์**

**ให้สัมผัสประสบการณ์จริงของการอยู่อาศัยที่ดีขึ้น**

**เล็งเจาะตลาดวัยเก๋า ปั้นแฟล็กชิปสโตร์สู่ Care Living Destination**

**เอสซีจี โฮม เอ็กซพีเรียนซ์ เปิดฉากสู้ศึกปีมังกร ส่งกลยุทธ์หลัก ‘ขับเคลื่อนบริการเรื่องบ้าน เพื่อการอยู่อาศัยที่ดีขึ้น’ รองรับดีมานด์ขยายตัว จ่อทุ่มเม็ดเงิน 20 ล้านบาท ปรับโฉมและจัดแคมเปญการตลาดกระตุ้นกำลังซื้อ หลังประสบความสำเร็จในปี 2566 ที่กำไรจากการดำเนินงานโตร้อยละ 190 ตั้งเป้ายอดขายปีนี้เติบโตกว่าร้อยละ 30 รุกตลาดกลุ่มสินค้าและนวัตกรรมเพื่อการอยู่อาศัยของผู้สูงวัย ตอบเทรนด์สังคมสูงวัย ยกระดับสู่ Care Living Destination ผสานการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกอย่างยั่งยืนด้วยแนวทาง ESG**

**นายธัญญ์กวิน บุดดีมี กรรมการผู้จัดการ บริษัทเอสซีจี เอ็กซพีเรียนซ์ จำกัด** เปิดเผยว่า ความสำเร็จของ SCG HOME Experience ในปี 2566 ที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามแผนงาน ส่งผลให้รายได้เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 5 และมีกำไรเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 190 ซึ่งในปี 2567 บริษัทฯ วางกลยุทธ์ ‘ขับเคลื่อนบริการเรื่องบ้าน เพื่อให้การอยู่อาศัยของคนไทยยิ่งดีขึ้น’ ตอกย้ำความเป็นผู้เชี่ยวชาญและเพื่อนคู่คิดในการทำบ้าน ตั้งแต่ให้คำปรึกษา ออกแบบบ้าน สินค้า และบริการพร้อมติดตั้ง มุ่งส่งมอบประสบการณ์การอยู่อาศัยที่ดีที่สุดสำหรับทุกภารกิจเรื่องบ้าน ในฐานะร้านต้นแบบค้าปลีกของเอสซีจี โดยเตรียมงบลงทุนประมาณ 20 ล้านบาท สำหรับกิจกรรมการตลาดและการปรับปรุงพื้นที่นำเสนอสินค้าและนวัตกรรมตอบโจทย์ลูกค้าเป้าหมาย 5 กลุ่ม ได้แก่ Young Owner, Family Giver, Active Aging, Technology and Innovation และ Home Expert โดยปีนี้บริษัทฯ เน้นกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นตามเทรนด์สังคมสูงวัย (Aging Society)

“ปัจจุบันผู้คนเตรียมความพร้อมในการดูแลที่อยู่อาศัยของตัวเองมากขึ้นเพื่อรองรับวัยเกษียณ ขณะที่แนวโน้มของกลุ่มผู้สูงอายุในไทยเพิ่มขึ้นในทุกปี ผู้สูงอายุไม่ใช่คนแก่อีกต่อไป อายุที่แตกต่างกันความต้องการต่างกัน พฤติกรรมต่างกัน รวมถึงทัศนคติก็ต่างกัน SCG HOME Experience จึงแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ **กลุ่มสีเขียว** ยังแอคทีฟอยู่ ร่างกายยังไหว ดูแลสุขภาพ และชอบทำกิจกรรมนอกบ้านกับเพื่อน **กลุ่มสีเหลือง** เริ่มต้องมีคนดูแล ไปไหนไม่ค่อยสะดวกจึงมักมีพฤติกรรมติดบ้าน **กลุ่มสีแดง** เริ่มมีปัญหาสุขภาพ เคลื่อนไหวลำบาก หรือต้องนอนติดเตียง ซึ่งเรามองเห็นโอกาสในการพัฒนาบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ด้วย ‘Care Living Solution’ ตั้งแต่การให้บริการคำปรึกษาเพื่อปรับปรุงพื้นที่เดิมให้อยู่อย่างปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ ทำให้บ้านควรเป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับคนในครอบครัว ซึ่งในอดีตอาจเป็นเพียงบ้านเฉพาะผู้สูงอายุ แต่ปัจจุบันคนที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพสุขอนามัยเริ่มมีมากขึ้น และตลาดนี้กำลังเติบโตอย่างมหาศาล เราจึงเลือกทำตลาดกลุ่มนี้มากขึ้น และพยายามสร้างที่นี่ให้ลูกค้าจดจำความเป็น Care Living Destination ที่ทุกคนต้องนึกถึงเรา”

ขณะที่เป้าหมายการเติบโตในปีนี้ บริษัทฯ คาดการณ์อัตราการเติบโตของยอดขายอยู่ที่ประมาณร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมาจากแผนเพิ่มความหลากหลายของพอร์ตสินค้าเกี่ยวกับบ้าน การขยายพื้นที่ให้บริการของเอสซีจีและคู่ธุรกิจในกลุ่มโซลูชันเป็นหลัก ได้แก่ หลังคา งานปรับปรุงภายนอก กลุ่มวัสดุประตู-หน้าต่าง ส่วนกลุ่มโซลูชันที่บริษัทคาดว่าจะเติบโตขึ้นและสร้างความแตกต่างจะอยู่ในกลุ่ม Care Living Solution และ Smart Living Solution ที่สอดรับกับแนวโน้มในปีนี้ ขณะเดียวกันบริษัทฯ มุ่งเน้นยกระดับการให้บริการที่เหนือระดับแบบ Best-In-Class Experience ผ่าน 3 หลักการบริหาร EPS ได้แก่ **พนักงาน (Employees)** ซึ่งเป็นหัวใจของธุรกิจ ให้ความสำคัญกับการดูแลสวัสดิการ การเติบโตของอาชีพให้มั่นคง **สร้างพันธมิตรโอกาสเติบโต (Partnership)** เพราะธุรกิจไม่สามารถเติบโตไปตลอดได้เพียงคนเดียว บริษัทฯ ได้วางกลยุทธ์จับมือกับพันธมิตร ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กลุ่มโรงพยาบาล กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย และพันธมิตรที่ชำนาญด้านการให้ความรู้เรื่องบ้านและเทรนด์การอยู่อาศัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น **บริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence)** เน้นบริการด้วยความรู้ที่ถูกต้อง ส่งมอบบริการด้วยความจริงใจ โดยลงทุนสร้างแผนพัฒนาทักษะความรู้ของพนักงานเพื่อเป็น Home Expert Partner พร้อมยกระดับมาตรฐานบริการติดตั้งร่วมกับพันธมิตร เพื่อลดมูลค่าการเคลมและข้อร้องเรียนจากลูกค้า

“กลยุทธ์สำคัญที่สร้างความแตกต่างและขับเคลื่อนแผนให้ได้ตามเป้าหมาย คือการสร้างให้เกิดประสบการณ์จริงแบบ Real Touch Point ซึ่งจะเป็นข้อได้เปรียบหนึ่งของการทำร้านค้าปลีก เพราะเรื่องบ้านเป็นสิ่งที่สะท้อนความสุขของคนอยู่อาศัย ซึ่งในช่วงชีวิตของคนเราจะสร้างหรือปรับปรุงบ้านไม่บ่อย ดังนั้นปีนี้บริษัทฯ จึงทุ่มเงินลงทุนเพื่อจำลองแบบการอยู่อาศัยใหม่ที่ตอบโจทย์การอยู่อาศัยทั้งปัจจุบันและอนาคต ให้ลูกค้าได้เห็นภาพประกอบการตัดสินใจ”

สำหรับการปรับปรุงพื้นที่ใน SCG HOME Experience จะเริ่มดำเนินการในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปีนี้ แบ่งออกเป็น 3 โซนหลัก ได้แก่ **โซน Care Living Solution** เน้นจำลองการอยู่อาศัยตามหลัก Universal Design สะท้อนถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงวัยในแต่ละช่วง พร้อมจำลองสินค้าและการออกแบบตามสรีระศาสตร์เพื่อสุขภาวะที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น อีกทั้งจับมือกับพันธมิตรอย่าง BAEUN by SCG ให้บริการรีโนเวทบ้านทั้งหลัง Doodeco บริการตกแต่งภายใน Chivit-D by SCG นำเสนอสินค้าที่เกี่ยวข้องในการใช้ชีวิตของลูกค้ามากขึ้น **โซน Smart Living Solution** นำเสนอบริการแบบครบวงจรตั้งแต่การออกแบบ วางระบบ พร้อมบริการติดตั้งโดยผู้เชี่ยวชาญ ภายในโซนจะมีการจัดแพคเกจให้ลูกค้าทราบงบประมาณเบื้องต้น เพิ่มฟังก์ชันในการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ได้เอง โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มสมาร์ท ได้แก่ 1)Smart Energy ระบบที่ช่วยให้บ้านประหยัดพลังงาน เช่น SCG Solar Roof Solutions บ้านที่ต้องการระบบ EV Charger เนื่องจากเทรนด์ที่คนมาใช้รถ EV เพิ่มมากขึ้น 2)Smart Security ระบบรักษาความปลอดภัยที่ทุกบ้านจำเป็นต้องมี 3)Smart Lighting ระบบไฟอัตโนมัติควบคุมการใช้งานตามความต้องการ 4)Smart Care ระบบเพิ่มเทคโนโลยีเพื่อความปลอดภัยสำหรับบ้านที่ต้องการดูแลผู้สูงอายุ 5)Smart Health ระบบเพื่อการอยู่อาศัยที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น และ**โซน Acoustic Solution & Home Décor** กับห้องตัวอย่างที่โชว์การติดตั้งวัสดุอุปกรณ์ช่วยลดเสียงสะท้อน เสียงก้อง และนำเทคโนโลยี Smart Gadget เข้ามาประกอบการใช้งานให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์จริง

“บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยยึดหลัก ESG ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทฯ ลงทุนเพื่อลดต้นทุนพลังงาน ด้วยการติดตั้งหลังคาโซลาร์รูฟ ขนาด 400 kWh. สามารถลดค่าไฟฟ้าภายในร้านได้ร้อยละ 29 ต่อปี ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 134 ตันต่อปี นอกจากนี้ได้ติดตั้งสุขภัณฑ์ประหยัดน้ำทั้งอาคาร ดำเนินการเรื่องการจัดการขยะ ผ่านการตั้งจุดคัดแยกขยะ พร้อมทั้งจัดกิจกรรม Upcycling Think เพื่อโลก เพื่อส่งผ่านแนวคิดรักษ์โลกในการแปลงวัสดุเหลือใช้มาเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ไม่เกิดขยะล้นโลก ส่งต่อไปยังกลุ่มผู้บริโภคโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ขณะเดียวกันบริษัทฯ ให้ความสำคัญเรื่องการลดเหลื่อมล้ำในสังคม ด้วยการส่งมอบงานบริการติดตั้งภายในบ้านให้แก่ช่างหรือพาร์ทเนอร์ในเครือข่ายของบริษัทฯ สร้างโอกาสและความเป็นธรรม สนับสนุนการเติบโตอย่างทั่วถึง ซึ่งทั้งหมดนี้บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2567 และเร็ว ๆ นี้จะได้เห็น ‘ESG Iconic Collab with K.Wishulada’ ศิลปินผู้สร้างประติมากรรมจากขยะ โดยจะสร้างสรรค์ผลงานศิลปะจากวัสดุเหลือใช้ภายใต้แนวคิด Secret in the Backyard ที่ถ่ายทอดความสุขให้แก่ลูกค้าทุกคนที่มีแนวคิดรักษ์โลกร่วมกัน” นายธัญญ์กวิน กล่าว

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*