

Consumer Behavior

เสวนากรุงเทพธุรกิจ
19.9.2024

SUPER YOUNG SUCCESSOR

26

27

28

30

32

33

37

38

SHIFTING FROM OLD VALUES TO NEW VALUES

Overview Thought Of This Report

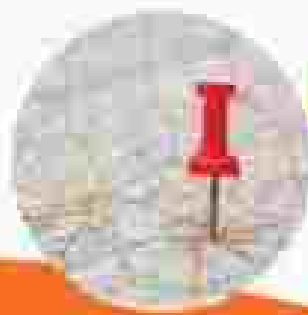
consumers are shifting and adopting new values especially the last few years, so their expectation towards house are now different from what we have known



"The Good Brand" Is Brand That Have Strong Fundamental,
And Can Capture New And Relevant Expectation

FUNDAMENTAL EXPECTATION TOWARD HOUSE

ALL FUNDAMENTAL EXPECTATIONS ARE ASSURANCE TO ENSURE THAT THEY CAN LIVE THEIR LIFE WITH LEAST CONCERNS AND DIFFICULTIES.



LOCATION: To ensure that everyone in their house can live their lifestyle without difficulties. Hence, they are looking house where situated near their daily lifestyle touch points e.g. school, hospital, mall.



SIZE AND SPACE: To ensure that all member can live their life without uncomfortable feeling, so they select the house that has enough space for all members and make sure that everyone has private personal space especially bedroom.

SECURITY: To allow every member live life smoothly without concern, thus well designed security system and well trained security guard are also crucial when choosing the house.



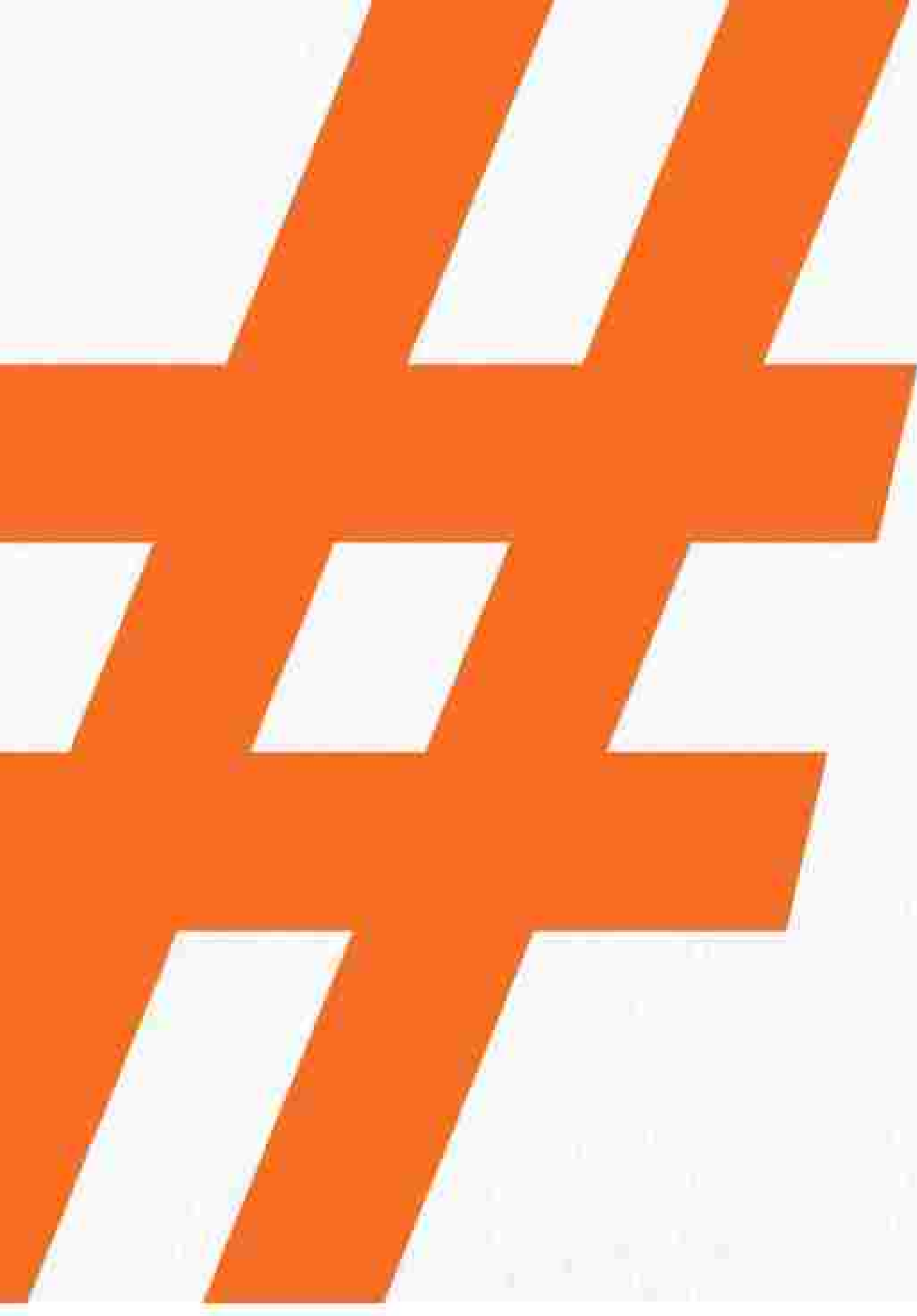
COMMON FACILITY: To support their lifestyles and activity (for self and family activities) that are unable to complete at home. Moreover, it also convey good image for the owners.

Past definition of house

" HOUSE "

Place where they and their family dwell together, spend quality time with each other in the most comfortable vibes.

HOWEVER, THE NEW LIFESTYLE AND CHANGING OF CONTEXT AFFECT THEIR EXPECTATIONS, SO CONSUMERS EXPECT MORE FROM THE HOUSE AND PROJECT.



M

L

W

CHANGES OF CONSUMERS LIFE

COVID SITUATION AND MODERN LIVING CONTEXT CREATE THE NEW NORM AND STANDARD OF LIVING

MIND

After covid situation, consumers find the new way to cope and take care their mind. They realized what matters in their life.

LIFESTYLE

Their lifestyle has been changed, they find the new loved activity and new way to enjoy with in-home life.

HEALTH AND WELL - BEING

Consumers more focus on health and well-being, they want their daily life to be full of quality

MIND

: MORE ME - FOCUSED

NEED PLATFORMS

MY SPACE, MY JOY

Small space in home where everyone can pause and spend time alone with their favorite activity.

CONNECTED LAYOUT

The layout that allows everyone to see each other while they are doing task or activity.

SMALL OASIS

The small garden that they can see from every corner of their house and make them feel relaxed.

MY SPACE MY JOY



CONNECTED LAYOUT



DOUBLE VOLUME



SMALL OASIS



LIFESTYLE

: IN - HOME FUN AND JOY

NEED PLATFORMS

"WE" PRIVATE ENTERTAINMENT SPACE

The space where they can have quality time with small group of family members in more private and casual vibe.

FULL FUN GATHERING SPACE

The space or zone where they can fully joy with their friend and family without worries.

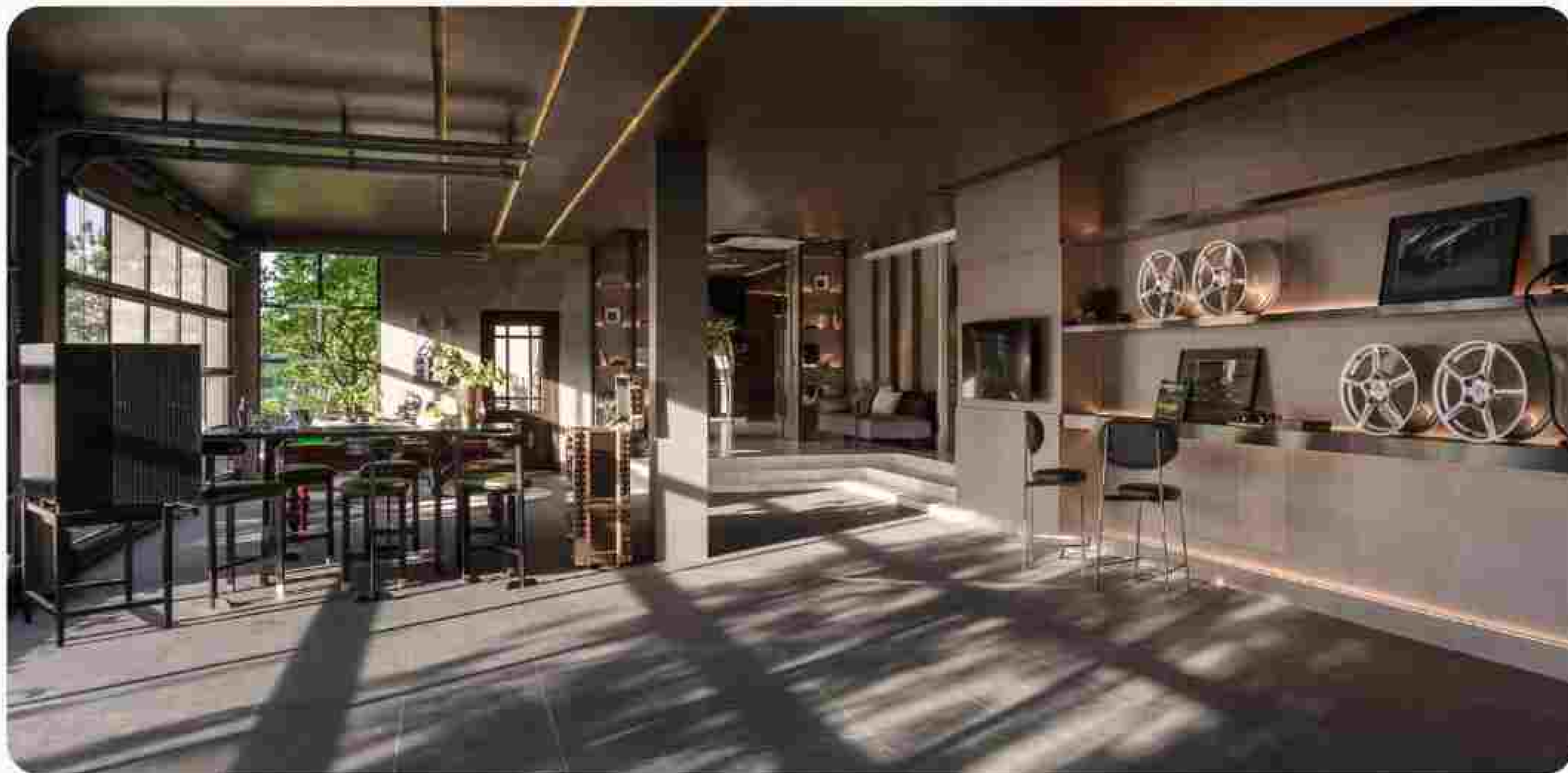
MOOD ELEVATING TOOL & SOLUTION

Tool or solution that can change or elevate mood in that room, bringing new experience and joy to that moment.

"WE" PRIVATE ENTERTAINMENT



FULL FUN GATHERING SPACE



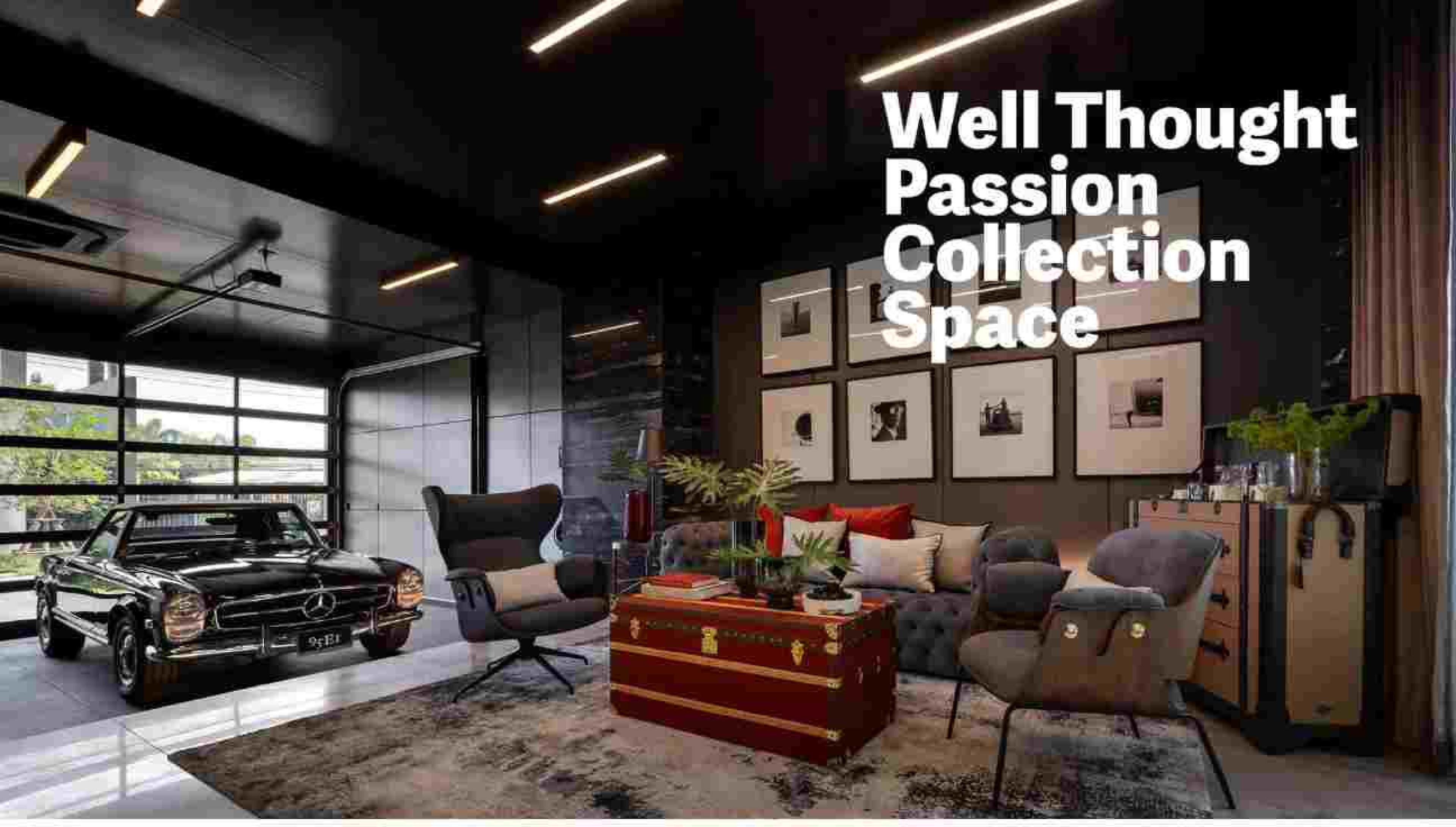
MOOD ELAVATING TOOL & SOLUTION



LIFESTYLE KITCHEN



Well Thought Passion Collection Space



HEALTH AND WELL-BEING

: BETTER EVERYDAY LIFE QUALITY

NEED PLATFORMS

IN-HOUSE LIFE QUALITY SOLUTION

The solution that allows them to live comfortably, without concerns about bad pollutions outside.

LIFE FACILITATING SOLUTION

The solution or tools that allows them to live their life with more convenient, no need to push much effort in completing things.

WELL DESIGNED FOR ALL GENERATIONS

It well supports all generations in their house to live without difficulties.

IN-HOUSE LIFE QUALITY SOLUTION



COMMAND CENTRE

ระบบรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้าน

RUEJAI INTELLIGENCE

สมองของบ้าน
ศูนย์กลางการควบคุม
สั่งการด้วยเสียง



SMART GATE WITH LICENSE PLATE

เข้า - ออกสะดวก ด้วยตัวสแกน

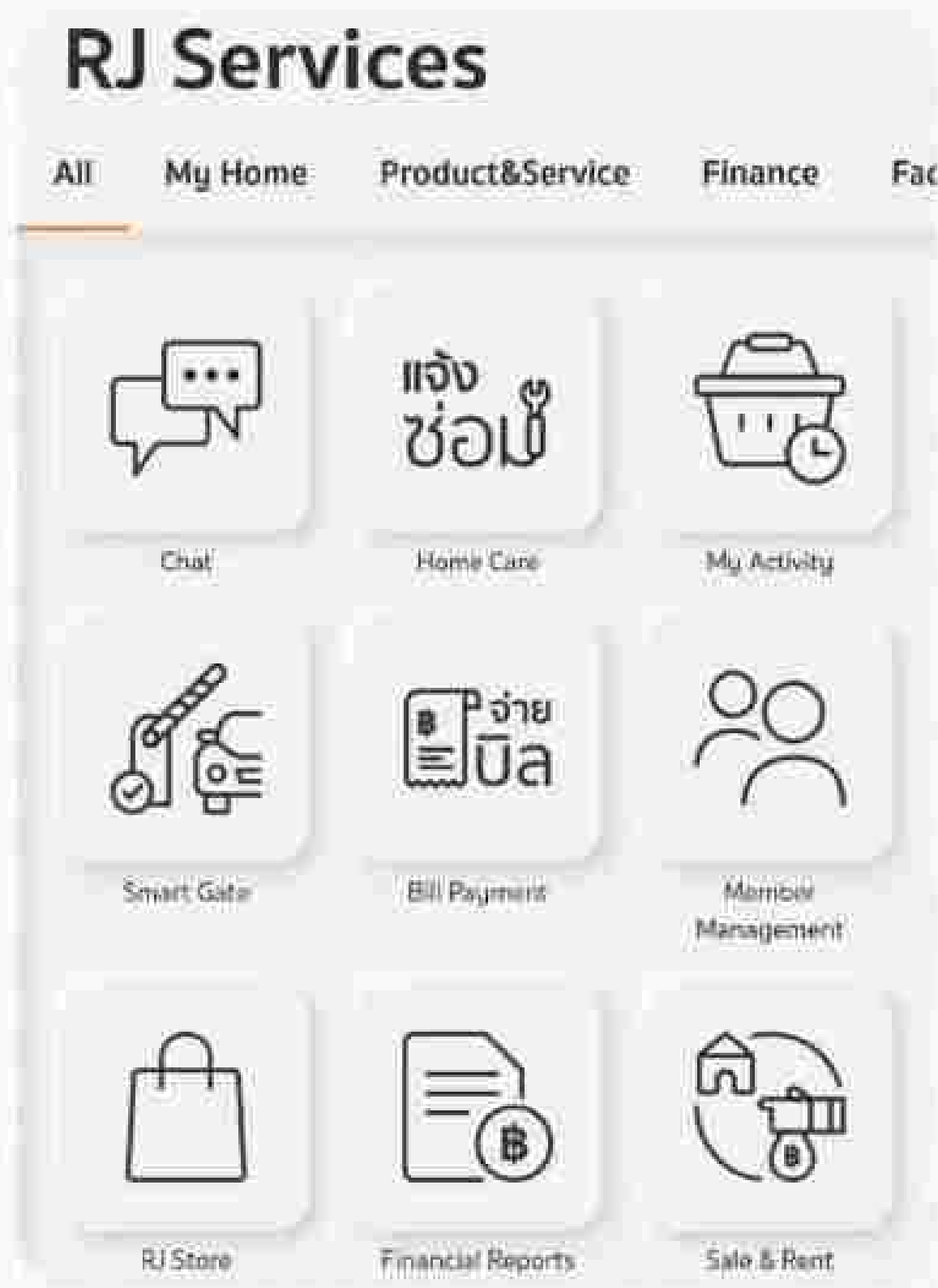
AIR QUALITY SOLUTIONS

นวัตกรรม "ปอด" ของบ้าน

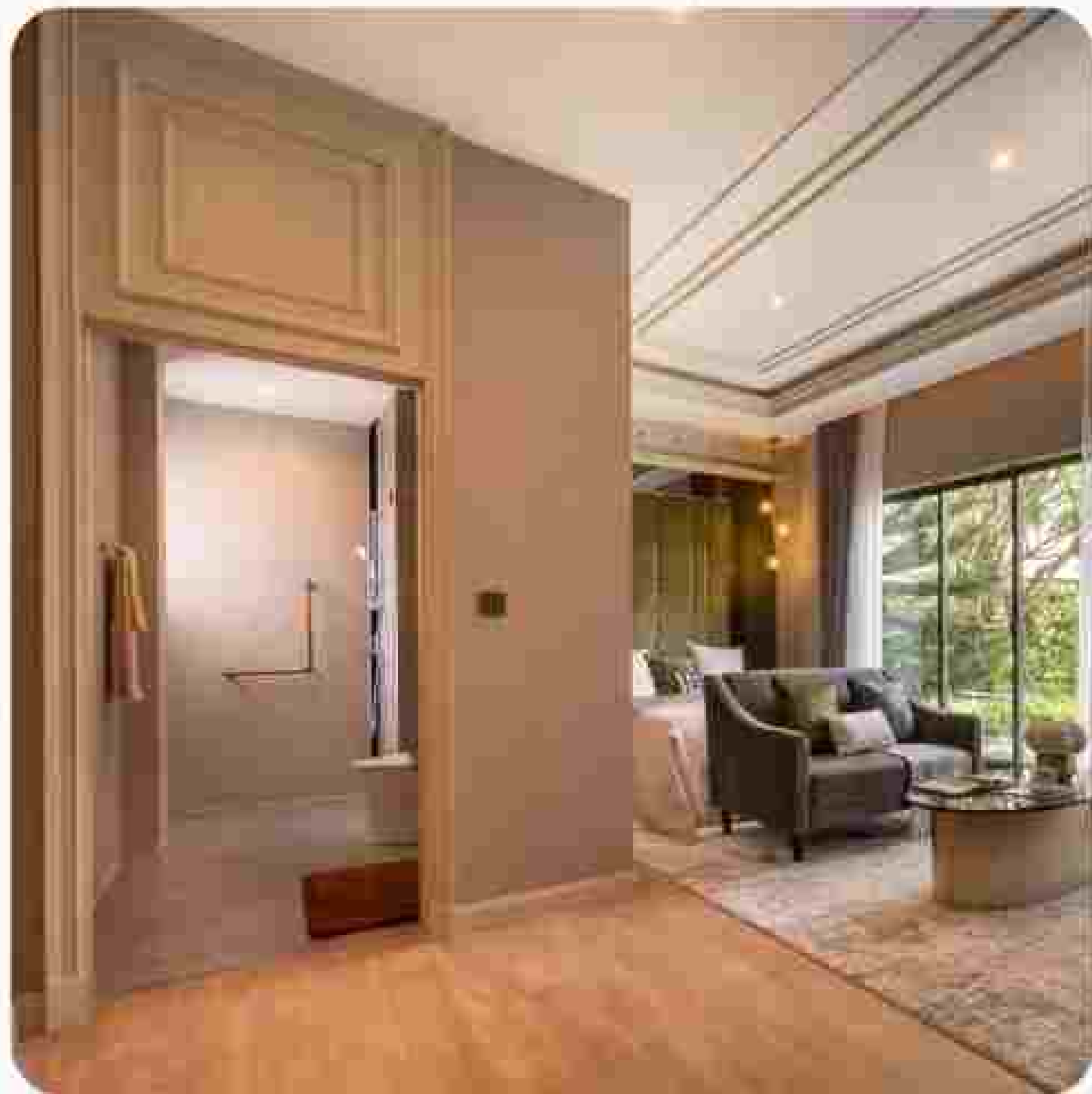
ดูแลคุณและครอบครัวจากฝุ่น PM 2.5
มลภาวะและเชื้อโรค



LIFE FACILITATING SOLUTION



WELL DESIGNED FOR ALL GENERATIONS



ONE SIZE DOES NOT FIT ALL

ทุกคนล้วนมีความต้องการและความชอบที่แตกต่างกัน แนวคิด “OneSizeDoesNotFitAll” จึงเป็นแนวคิดที่ช่วยให้ SC ASSET สามารถสร้างสรรค์สิ่งที่เหมาะสมและตอบโจทย์ผู้ใช้งานได้อย่างแท้จริง

“ความหลากหลายคือความงดงามและความเฉพาะตัวคือสิ่งที่ทำให้เราทุกคนมีความพิเศษ”

#OneSizeDoesNotFitAll

ปี 2021 ✓

ปี 2023 ✓

บ้านคนโสด



#OneSizeDoesNotFitAll

ปี 2021 ✓

ปี 2023 ✓

บ้านเดียวกัน



#OneSizeDoesNotFitAll

ปี 2021 ▾

ปี 2023 ▾

บ้านเกมเมอร์



#OneSizeDoesNotFitAll

ปี 2021 ▾

ปี 2023 ▾

บ้านเกมเมอร์



และในปี 2024

พบบ้านที่ทำให้คุณรู้สึกสบายใจและเป็นตัวของตัวเองได้อย่างอิสระ
ไม่ว่าคุณจะเป็นเพื่อนเยอะ ชอบเข้าสังคม ชอบความเจียบสงบ หรือต้องการพื้นที่ส่วนตัว
จะไลฟ์สไตล์แบบไหนก็เลือกความสุขที่ต้องการได้เอง

A person wearing a blue suit is lying in a hammock, holding a red book. A white cat is curled up next to them. The background is a lush green garden.

Solo

or

Two dogs, a beagle and a golden retriever, are sitting on a balcony railing, looking out at a clear blue sky.

Social

ขี้กบ
Introvert

ขี้กบ
Extrovert



Why did SC Asset
create the 'Introvert' and 'Extrovert'
home?

ความเป็น Introvert & Extrovert ในตัวคุณ

Venue ID Vibhavadi-Phaholyothin



V.I.B.E.S.

Extrovert

ชอบเข้าสังคม พบปะกับผู้อื่นบ่อยๆ



C.A.L.M.

Restrained Introvert

มีทางแฟน เป็นคนรุ่มรอม



S.A.G.E.

Thinking Introvert

มีไอเดียสร้างสรรค์ ช่างจินตนาการ



C.H.I.L.L.

Social Introvert

เข้าสังคมได้ แต่ต้องเป็นกลุ่มคนที่สนิท

Venue ID Vibhavadi-Phaholyothin



V.I.B.E.S.
Extrovert

ออกแบบโดยทีมสถาปนิกผู้ชำนาญการ



C.A.L.M.
Restrained Introvert

นักวางแปลน เป็นคนรอบคอบ

Coming Soon

Venue ID Ramintra-Minburi



S.A.G.E.

Thinking Introvert

นักคิดวิเคราะห์ ช่างจินตนาการ



C.H.I.L.L.

Social Introvert

เข้าสังคมได้ แต่ต้องเป็นกลุ่มคนที่สนิท

SC ASSET