

ไทยสมายล์ ส่ง “More than Smiles” สื่อโฆษณาออนไลน์สร้างสรรค์ฉบับแอร์ไลน์ส่งต่อความภาคภูมิใจ เก็บทุกรายละเอียดบริการเป็นเลิศ



ไทยสมายล์ ส่ง “More than Smiles” สื่อโฆษณาออนไลน์สร้างสรรค์ฉบับแอร์ไลน์ส่งต่อความภาคภูมิใจ เก็บทุกรายละเอียดบริการเป็นเลิศ

สื่อภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์ อีกหนึ่งเครื่องมือการตลาดทรงพลังในยุคนี้ ซึ่งไม่เพียงแต่จุดใจให้เกิดการซื้อขายหรือตัดสินใจเลือกใช้บริการเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงนโยบายและภาพลักษณ์ของแบรนด์นั้นอีกด้วย เหมือนครั้งนี้ที่สายการบินไทยสมายล์ นำเสนอวิดีโอออนไลน์ “ให้มากกว่ารอยยิ้ม” (MORE THAN SMILES) ออกสู่สาธารณชนเมื่อเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา เพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่นของไทยสมายล์ การให้บริการเป็นเลิศแบบฟูลเซอร์วิส ซึ่งเป็น Point of Different (PODs) สามารถเปลี่ยนมุมมองของผู้ชมไม่รู้สึถึงการยืดเยื้อ แต่ค่อยๆ ให้ความรู้ผ่านบริบทต่างๆ ซึ่งล้วนเกิดจากการตกผลึกทางความคิดร่วมกับทีมผู้ผลิตตอนทัศน์ฝีมือเยี่ยม มุ่งสื่อสารตรงผู้ใช้โซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของไทยสมายล์เช่นกัน พร้อมคาดหวังให้ผู้ชมรู้สึกถึงความประทับใจ เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรสายการบินแห่งรอยยิ้มนี้

นายจักรชัย ปานอยู่ รักษาการประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายการบินไทยสมายล์ เปิดเผยถึงที่มาของการผลิตสื่อภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์ตัวใหม่ล่าสุดของไทยสมายล์ในชื่อ “ให้มากกว่ารอยยิ้ม” (MORE THAN SMILES) เกิดขึ้นจากความตั้งใจจะนำเสนอรูปแบบบริการ และผลิตภัณฑ์ของไทยสมายล์สู่สายตาลูกค้าทุกคน ดีใจที่แรกด้วยสื่อโฆษณาแนวใหม่ ไม่น่าเบื่อซ้ำซากจำเจที่จะต้องถ่ายทำและถ่ายทอดบรรยากาศภายในห้องโดยสารและเครื่องบินเท่านั้น อีกทั้งไม่ต้องการยืดเยื้อการขาย แต่ให้มุ่งตีความหมายของคำว่า มากกว่ารอยยิ้ม ออกมาเป็นภาพเคลื่อนไหวอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งภายในสื่อโฆษณาชิ้นนี้ ชูช่อนเครื่องหมาย สัญลักษณ์ต่างๆ และการเปรียบเทียบไว้อย่างแยบยล และลึกซึ้ง โดยเฉพาะการสอดแทรกรูปแบบการบริการที่แตกต่าง (Point of Different: PODs) ได้แก่ บริการโหลดสัมภาระน้ำหนักถึง 20 กิโลกรัม เมนูอาหารและเครื่องดื่มสุดพิเศษบนเครื่องบิน ให้ความช่วยเหลือด้วยบริการวีลแชร์และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการเดินทาง ให้ความสำคัญกับผู้โดยสารที่ไม่สามารถเดินทางโดยลำพังได้ เช่น เด็กอายุไม่เกิน 12 ปี (UMNR) และการใช้ภาษามือสำหรับผู้พิการทางการได้ยิน ไรต์ลดความยาววิดีโอ 1.36 นาที

“ภาพยนตร์โฆษณาล่าสุดนี้ เราได้ บริษัท บีทีเอส จำกัด เจ้าของเรื่องราวและแนวคิด พร้อมทั้ง คุณไพรัช คุ่มวัน ผู้กำกับภาพยนตร์และผู้กำกับภาพมือรางวัล มาเป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานให้ โดยเล่าเรื่องผ่านแนวคิดที่ได้เปรียบการโดยสารเครื่องบินเหมือนการเดินทางกลับบ้านหรือเดินทางไกล (Journey) และให้เด็กผู้ชายลากกระเป๋าสัมภาระใบใหญ่เป็นคนเดินเรื่อง ที่จะต้องพบเจอทางซรุระหินดินทราย เปรียบได้กับอุปสรรค เช่น การตกหลุมอากาศ หรือความยุ่งยากในการเดินทาง จากนั้นเรื่องราวจะดำเนินไปเรื่อยๆ ระหว่างนั้นจะพบเจอกับการบริการต่างๆ ที่ถือเป็นเสน่ห์ของไทยสมายล์ ทั้งการใช้ภาษามือ วีลแชร์ อาหาร รวมทั้งการดูแลใส่ใจอย่างเข้าใจผู้โดยสาร นอกจากนี้เนื้อเรื่องจะสามารถรับชมได้อย่างสบายๆ เข้าใจและเพลิดเพลินแล้ว เรายังพยายาม

สร้างสรรค์ให้ภาพยนตร์โฆษณานี้มีความลุ่มลึกขึ้น มีการเปรียบเทียบสอดแทรกสัญลักษณ์ต่างๆ ไว้โดยตลอด เช่น การปล่อยเสียงที่เหมือนเรตกหลุมอากาศอยู่จริง หรือภาพมุมสูงสื่อถึงระยะการบินสูงจากพื้นดิน 30,000 ฟุต และการให้ความสำคัญกับความปลอดภัย สดความกังวลทุกรูปแบบ เพื่อสื่อถึงการที่ไทยสมายล์ให้มากกว่ารอยยิ้ม นั่นเอง ซึ่งเราต้องการเปลี่ยนแง่มุมมองในการนำเสนอว่า ไม่ใช่แค่ภาพบนเครื่องบินเท่านั้นจึงจะถือว่าการโฆษณาสำหรับสายการบิน เพราะจริงๆ แล้วการใช้ภาพ บรรยากาศ สถานที่อื่นๆ ประกอบกับวิธีการดำเนินเรื่องแบบใหม่นี้ ร่วมกับภาพเข็มขัดนิรภัย และเสียงบรรยายของกัปตันเช่นเดียวกับเวลาที่อยู่บนเครื่องบิน นับเป็นอีกแนวคิดที่จะสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเข้าใจและสนใจแบรนด์ได้เช่นกัน”

ทั้งนี้ ภายหลังการผลิตคอนเทนต์คุณภาพออกสู่สายตาประชาชนในโลกออนไลน์ ผ่านทั้งสื่อโซเชียลมีเดียหลักในบ้านเรา อย่าง YouTube, Facebook และ Twitter รวมทั้งเว็บไซต์ผู้ให้บริการออนไลน์ อย่าง Kapook, Sanook เป็นต้น ตลอดจนบล็อกเกอร์ออนไลน์ ซึ่งสื่อสารมวลชนกระแสหลักที่พัฒนาคอนเทนต์แบบออนไลน์แล้ว ไทยสมายล์ยังคาดหวังว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของสายการบินไทยสมายล์ นั่นคือผู้ใช้บริการอายุระหว่าง 24-44 ปี ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่สนุกกับการเสพสื่อโฆษณาสร้างสรรค์อยู่แล้ว จะให้ความสนใจภาพยนตร์โฆษณา “ให้มากกว่ารอยยิ้ม” (MORE THAN SMILES) นี้ โดยตั้งเป้าผู้เข้าชมมากกว่า 2 ล้านวิว เป็นอย่างน้อย ตลอดจนมุ่งหวังให้สื่อนี้สะท้อนความรู้สึกถึงความภาคภูมิใจในการให้บริการที่แตกต่าง และเหนือกว่า ซึ่งจะช่วยสร้างทัศนคติที่ดีให้กับสายการบินไทยสมายล์ด้วยเช่นกัน