

แควนตัสเปิดตัวแคมเปญแบรนด์ใหม่ FEELS LIKE HOME



สายการบิน แควนตัสเตรียมเปิดตัวแคมเปญใหม่ภายใต้คอนเซ็ปต์การนำผู้คนกลับบ้านจากการที่เป็นสายการบินแห่งชาติประเทศออสเตรเลียที่ดำเนินงานมาเป็นเวลาเกือบหนึ่งศตวรรษ



แคมเปญ “รู้สึกเหมือนบ้าน” (Feels Like Home) ชุดนี้บอกเล่าเรื่องราวผู้โดยสารจริง 5 คน ที่เดินทางกลับบ้านที่ออสเตรเลียและได้รับการต้อนรับที่สนามบิน โดยมีการถ่ายทำในกรุงลอนดอน ซานดิเอโก ฮองกง ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลียตะวันตก และซิดนีย์ โดยจะเริ่มเผยแพร่ตั้งแต่ 9 พฤศจิกายน 2557 เป็นต้นไป

มร.อลัน จอยส์ ประธานกรรมการบริหาร แควนตัส กรุ๊ป เปิดเผยว่า “แคมเปญใหม่นี้ได้รับการสร้างสรรค์เพื่อการฉลองสถานที่ที่มีความเป็นพิเศษที่มีชาวออสเตรเลียอยู่เป็นจำนวนมาก และเป็นเวลาเกือบ 100 ปี แล้ว ที่สายการบินแควนตัส นำชาวออสเตรเลียจากทั่วทุกมุมโลกกลับบ้านเพื่อไปหาผู้คนและสถานที่ที่พวกเขารัก บ่อยครั้งที่เรามักได้ยินว่ากำลังเห็นทางสายการบินแควนตัสสีแดงที่สนามบิน หรือกำลังจะขึ้นเครื่องบินสายการบิน แควนตัส ทำให้ชาวออสเตรเลียรู้สึกว่าพวกเขากำลังเดินทางกลับบ้านได้ครึ่งทางแล้ว และนั่นคือสิ่งที่เราต้องการสื่อถึง เนื้อหาในแคมเปญเป็นการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ กันที่เกิดขึ้นทุกวันจากเที่ยวบินของสายการบิน แควนตัส สะท้อนความอบอุ่นที่บ้าน ความรักของครอบครัว ตลอดจนมิตรภาพของเพื่อนจากการที่สายการบิน แควนตัส ช่วยในการพาชาวออสเตรเลียจากทั่วประเทศออสเตรเลียและจากทั่วโลกไว้ด้วยกัน

เนื้อหาแคมเปญ “รู้สึกเหมือนบ้าน” (Feels Like Home) เป็นเรื่องราวของหญิงสาวที่ใช้เวลา 1 ปี อาศัยในกรุงลอนดอนเดินทางกลับซิดนีย์ ชายหนุ่มทำงานในเมืองที่ฟิลิปปินส์เป็นเวลานานเดินทางกลับไปหาครอบครัว เด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่ย้ายมาดีแล้วเดินทางจากนครลอสแอนเจลิสกลับบ้าน แม่ที่อาศัยในฮ่องกงพาลูกที่เพิ่งคลอดกลับไปหาคุณตาคุณยายเป็นครั้งแรก และแบ็คแพ็คเกอร์ที่เดินทางจากอเมริกาใต้กลับบ้าน สำหรับดนตรีประกอบเป็นเพลงฟิวส์ ไลค์ โฮม (Feels Like Home) ของแรนดี้ นิวแมน ขับร้องโดย มาร์ธา มาร์โลว์ นักร้องหนุ่มวัย 20 ปี ชาวออสเตรเลียโดย เพลงนี้จะเปิดในเครื่องบินสายการบิน แควนตัส และในส่วนของแคมเปญจะเผยแพร่ทางโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ สื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์ และทางออนไลน์

ในระหว่างเปิดตัวแคมเปญ มร.จอยส์ ยังกล่าวว่า “นี่เป็นเวลาที่เหมาะสมในการลงทุนเพื่อต่อยอดความเป็นพิเศษของสายการบิน แควนตัส แคมเปญนี้เป็นการฉลองการทุ่มเทกันอย่างหนักของพวกเรา ความเชื่อมั่น และความภักดีของลูกค้า และความภูมิใจในสายการบินแห่งชาติ”