

ไทยสมายล์ เจาะตลาดอินเดีย เปิดตัวภาพยนตร์

โฆษณาออนไลน์ภายใต้แนวคิด WE Always Make You Smile



ไทยสมายล์ เจาะตลาดอินเดีย เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์ภายใต้แนวคิด WE Always Make You Smile จุดเด่น Full service บริการเป็นเลิศ หวังเป็นสายการบินอันดับ 1 ที่ชาวภารตะไว้วางใจ

สายการบินไทยสมายล์ ต่อยอดความสำเร็จเส้นทางบินไป-กลับ กรุงเทพฯ-อินเดีย สู่หลายเมืองสำคัญ ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีนับตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมา ล่าสุด เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาใหม่ ภายใต้แนวคิด WE Always Make You Smile มุ่งสื่อสารให้ชาวอินเดียได้รับรู้ถึงจุดเด่นในฐานะสายการบินที่ให้บริการแบบ Full service ครบครันด้วยบริการที่เป็นเลิศ ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้โดยสาร ตอกย้ำตำแหน่งสายการบินอันดับหนึ่งของเอเชียที่การันตีโดย 3 รางวัลใหญ่จากการรีวิวของผู้โดยสารทั่วโลกประจำปี 2560 ประเภทสายการบินโดยเว็บไซต์ TripAdvisor ได้แก่ รางวัลสายการบินยอดเยี่ยมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รางวัล 1 ใน 10 สายการบินยอดเยี่ยมระดับโลก และรางวัลสายการบินยอดเยี่ยมของประเทศไทย

นายวิวัฒน์ ปิยะวิโรจน์ รักษาการประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายการบินไทยสมายล์ เปิดเผยว่า สายการบินไทยสมายล์ได้เปิดเส้นทางบินไป-กลับจากไทยสู่อินเดียในหลากหลายเมืองมาตั้งแต่ปลายปี 2559 โดยได้รับการตอบรับอย่างดีจากชาวอินเดีย บริการของเราสามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักเดินทางชาวอินเดียได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางบินตรงสู่เมืองรองที่สะดวกสบาย ความคุ้มค่าของราคา และการบริการแบบ Full service ที่ครบครันทั้งอาหาร และเครื่องดื่ม โดยอาหารที่เราให้บริการบนเครื่องบินแบ่งออกเป็น อาหารประเภทมังสวิรัต (Vegetarian Jain Meal) และอาหารปกติทั่วไป (Non-Vegetarian Jain Meal) ปริมาณน้ำหนักสัมภาระถึง 40 กิโลกรัม สำหรับผู้โดยสารชั้น พรีเมียม อีโคโนมี หรือ Smile Plus และ 30 กิโลกรัม สำหรับผู้โดยสารชั้นประหยัดหรือ Smile Class ซึ่งทั้ง 2 ระดับชั้นโดยสารมีที่นั่งที่กว้างขวาง สะดวกสบาย ผู้โดยสารสามารถเลือกที่นั่งได้โดยไม่ต้องชำระเงินเพิ่ม และยังสามารถสะสมไมล์กับ Royal Orchid Plus (ROP) ได้อีกด้วย โดยจุดเด่นทั้งหมดที่กล่าวมานั้น สามารถตอบโจทย์นักเดินทางชาวอินเดียได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางมาพักผ่อน (Leisure) พบปะญาติพี่น้อง (Visiting Friends and Relatives: VFR) เดินทางมาเพื่อเจรจาธุรกิจ (Business) รวมไปถึงคู่รักชาวอินเดียที่นิยมเดินทางมาพักผ่อนรวมถึงจัดงานแต่งงาน (Honeymoon & Wedding) เป็นต้น

“ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยว รวมทั้งนักธุรกิจชาวอินเดียเป็นจำนวนมากเดินทางมาประเทศไทย เราจึงให้ความสำคัญ

กับตลาดอินเดียอย่างมาก และยังมีแผนที่จะขยายเส้นทางบินให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น การสร้างการรับรู้ถึงจุดเด่นของสายการบินของเรา จึงถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญที่จะทำให้แบรนด์ไทยสมายล์เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นเราจึงจัดทำภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์เรื่องนี้ขึ้น เพื่อสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ ที่มีกำลังซื้อสูง ทันสมัย ให้ความสำคัญกับการเลือกสรรสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์ชุดใหม่นี้สามารถ จะบอกเล่าเรื่องราวที่น่าประทับใจและกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ” นายวิวัฒน์ กล่าวเพิ่มเติม

สำหรับภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์เรื่องนี้ถูกสร้างสรรค์ขึ้นภายใต้แนวคิด WE Always Make You Smile ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่แบรนด์ต้องการสื่อสารถึงความสุขและรอยยิ้มของนักเดินทางที่เริ่มต้นการเดินทางด้วยบริการของสายการบินไทยสมายล์นับตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาสัมผัสบริการบนเครื่อง ที่นั่งกว้างขวาง ให้คุณได้พักผ่อนอย่างสบายตลอดการเดินทาง รวมทั้งการดูแลอย่างดีจากพนักงานต้อนรับ และถึงที่หมายโดยสวัสดิภาพ โดยผู้โดยสารไม่ต้องกังวลเรื่องน้ำหนักสัมภาระกระเป๋า ไม่ว่าคุณจะซื้อปี้งมากเท่าใด ทั้งนี้ การสื่อสารตลอดเรื่องราวของภาพยนตร์โฆษณาออนไลน์เป็นการสื่อสารผ่านบทเพลงและการเดินรำ ซึ่งเป็นรูปแบบที่ชาวอินเดียชื่นชอบ

นายวิวัฒน์ กล่าวอีกว่า สายการบินไทยสมายล์พร้อมส่งมอบการบริการแบบเต็มรูปแบบ (Full Service) รวมไปถึงเสน่ห์ของความเป็นไทยที่พร้อมให้บริการที่เต็มไปด้วยรอยยิ้มและความจริงใจ สอดคล้องไปกับแนวคิด WE Always Make You Smile บริการจากหัวใจ แตกต่างแต่ประทับใจ อบอุ่น ปลอดภัย ยิ้มได้เสมอกับไทยสมายล์

ทั้งนี้ ไทยสมายล์ยังคงมุ่งมั่นที่จะเป็นสายการบินที่ได้รับความนิยมสูงสุดของภูมิภาคเอเชีย และเดินทางขยายเส้นทางบินระหว่างประเทศไทยและอินเดีย รวมถึงอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้โดยสารด้วยบริการที่ดีที่สุดของเรา ซึ่งเรามั่นใจว่า ด้วยชื่อเสียงที่ดีในด้านการมอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจ จะทำให้สายการบินไทยสมายล์ขึ้นเป็นผู้นำในตลาดอินเดียในอนาคตอันใกล้อย่างแน่นอน