

ประชาชาติ ธุรกิจ Prachachat Turakij Circulation: 120,000 Ad Rate: 1,000	Section: First Section/-			
	วันที่: พุธที่ 25 - อาทิตย์ 28 กรกฎาคม 2562			
	ปีที่: 42	ฉบับที่: 5169	หน้า: 4(บนขวา)	
	Col.Inch: 42.39	Ad Value: 42,390	PRValue (x3): 127,170	คลิป: ขาว-ดำ
	หัวข้อข่าว: บินไทยเร่งอัดแคมเปญดิจิทัล			

บินไทยเร่งอัดแคมเปญดิจิทัล

กระตุ้นต่อมอยากเที่ยวกลุ่มเจนวาย-แซด

“การบินไทย” เร่งอัดแคมเปญดิจิทัล กระตุ้นนักท่องเที่ยวชาวชนออกเดินทาง หวังช่วยดันยอดท่องเที่ยวครึ่งปีหลัง ชีตลาดเยาวชนน่าจับตา พร้อมเตรียมต่อยอดเพิ่มอย่างหนักในปีหน้า

นางปริยานันท์ มงคลศรี ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดดิจิทัล บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ในช่วงครึ่งหลังของปี 2562 ที่กำลังจะถึงนี้ สายการบินการบินไทยได้เตรียมอัดแคมเปญออนไลน์และทำการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเร่งกระตุ้นการเดินทางและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากตลาดอินบาวนด์ และเอาต์บาวนด์ (นักท่องเที่ยวทั้งขาเข้าและขาออก) ในช่วงสุดท้ายของปี

โดยหนึ่งในส่วนสำคัญของแผนคือการปรับภาพลักษณ์ให้ทันสมัย เอาใจคนรุ่นใหม่มากขึ้น เพื่อตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนวาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเยาวชน สำหรับตลาดเอาต์บาวนด์ โดยบริษัทได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการ ความชอบ และรสนิยมของกลุ่มเยาวชน เพื่อทำแคมเปญทางการตลาดให้ตรงเป้าหมาย โดยได้นำ “นายณภัทร เสี่ยงสมบูรณ์” นักแสดงหนุ่มชื่อดังที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มเจนวายและเจนแซดมาเป็นพรีเซ็นเตอร์

นางปริยานันท์กล่าวว่า ขณะนี้แคมเปญกระตุ้นตลาดเยาวชนนั้น ได้ทยอยออกมาแล้วเป็นระยะภายใต้ชื่อ YOUTH FARE “Fun Zone Fly ให้สุดฟิน บินให้สุด Fun” มอบตั๋วราคาพิเศษให้กับเยาวชนอายุ 12-25 ปีในการบินตรงสู่เอเชียและยุโรปหลายประเทศ อาทิ ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น จีน พร้อมเปิดให้จับคู่ จับสี่ จับแปดบินด้วยราคา

ที่ถูกลงในเส้นทางสู่ญี่ปุ่น ฝ่ายตลาดดิจิทัลก็ได้หนุนแคมเปญหลักด้วยการทำแคมเปญชวนถ่ายรูปการท่องเที่ยวไปจนถึงการแข่งขันทำวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยวต่อเนื่อง

ส่วนตลาดอินบาวนด์ บริษัทก็ได้ร่วมเป็นพาร์ตเนอร์กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเยาวชนเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมากขึ้น เช่น การสนับสนุนแคมเปญ Thailand Village Academy เชิญชวนเยาวชนจาก 17 ประเทศให้มาร่วมกันสร้างสรรค์บล็อกและวิดีโอโปรโมตการท่องเที่ยวชุมชนในแง่มุมวัฒนธรรมผ่านการช่วยฝึกอบรมและการเรียนรู้วัฒนธรรมจากชุมชนโดยตรง

นอกจากนี้ ยังมีโครงการสำคัญอีกหลายโครงการที่จะร่วมกับ ททท. เพื่อทำการตลาดดิจิทัลชักชวนเยาวชนจากต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในไทย พร้อมเตรียมจัดแคมเปญคลิปลิงก์วิดีโอเพื่อกระตุ้นตลาดเพิ่มอีกครั้งในเร็ว ๆ นี้ และการบินไทยจะพยายามเข้าถึงนักท่องเที่ยวเยาวชนต่อไปให้มากขึ้นอีกในปี 2563

“จากงานวิจัยขององค์การการท่องเที่ยวเยาวชนโลกระบุว่า ในปี 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเยาวชนทั่วโลกเดินทางจำนวนประมาณ 370 ล้านคน และใช้เวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย 50 วัน พร้อมใช้จ่ายประมาณ 2,600 เหรียญสหรัฐหรือ 85,000 บาทต่อคนต่อทริป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาดนักท่องเที่ยวเยาวชนต่างชาติมีความสำคัญมากและเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ นับว่าเป็นโอกาสสำคัญในการต่อยอดตลาดและการขายต่อไป” นางปริยานันท์กล่าว