



心安之处即是家

Qantas 联合使用 Instagram 照片和视频广告向新的年轻受众投放广告，进一步加深品牌与客户的情感纽带。



广告回想度提升 30 点



信息关联度提升 4 点

品牌故事

百年航空

Qantas 于 1920 年在昆士兰州内陆地区成立，是澳大利亚规模最大的国内和国际航空公司，被誉为“全球最安全的航空公司”。

品牌目标

感受“红大袋鼠”的魅力

Qantas 将 Instagram 视为其“家一样的感觉”系列推广活动的重要阵地，将 18-34 岁的年轻人作为目标受众，希望进一步加深品牌与客户之间的情感纽带。

解决方案

年轻一代的家园

作为首个同时在 Instagram 投放照片和视频广告系列的澳大利亚品牌，Qantas 希望通过创意激发喜欢旅游的千禧一代 Instagrammer 的情感共鸣。

Qantas 专为 Instagram 拍摄了展示澳大利亚夏日风景的精美宣传图片，这些图片包含目标受众所钟爱的娱乐方式，例如与好友一起冲浪、玩板球或自驾游。这些时长 15 秒的视频展现了人们在机场与亲友重聚时流露出的真情实感。

这次推广活动分为两个阶段，成功将广告回想度提升了逾 30 点，将 Qantas 与“家一样的感觉”系列推广的关联度提升了 4 点。

将 Instagram 加入我们的媒体推广计划，使我们得以在移动设备上向千禧一代展示量身定制的照片和视频创意，有效地加深了品牌与客户之间的情感连接。

Jo Boundy
Qantas Airways Limited
品牌、营销和企业事务部数字和娱乐主管