"Going Place Together", la nuova campagna globale di Qatar Airways

Qatar Airways ha presentato la sua nuova campagna di comunicazione globale “Going places together” nel corso di una conferenza stampa tenutasi a New York in cui è stato presentato lo spot che vi proponiamo in questa pagina.

La campagna “**Going places together**” si fonda sul concetto di raggiungere grandi traguardi insieme, che si tratti di lavoro, famiglia o avventura, e incoraggia i passeggeri a viaggiare per realizzare i loro sogni e soddisfare le loro ambizioni.

“Il lancio della campagna inaugura una nuova era nel percorso della compagnia,” ha dichiarato **Akbar Al Baker**, Group Chief Executive di Qatar Airways. “Crescendo continuamente in termini di capacità e flotta per raggiungere un numero sempre maggiore di destinazioni, ci siamo resi conto di come il concetto di viaggio sia cambiato: è diventato un percorso di arricchimento, di crescita personale, un insieme di momenti capaci di cambiare la vita e di nuove ambizioni. Speriamo che la nostra nuova campagna possa invogliare sempre più persone a viaggiare, esplorando nuovi luoghi e opportunità insieme ad amici, familiari e colleghi.”

Il cuore della campagna è il concetto di connessione tra le persone, reso possibile sia a livello fisico che emotivo, verso le **153 destinazioni del network** globale e a bordo di uno dei suoi 173 aeromobili. Il tema della connettività si estende dal caloroso benvenuto che ogni passeggero riceve, quando si imbarca su un volo Qatar Airways, dal personale di cabina cortese e disponibile, selezionato per le capacità di creare legami personali con i passeggeri.

La nuova campagna ha debuttato ieri a Doha su quotidiani locali, sui social media arabi e con affissioni sui palazzi del quartier generale della compagnia. La campagna è multipiattaforma: gli spot andranno su web, tv e carta stampata e i primi media coinvolti sono stati Times Square Billboards, New York Times, Qatar TV e Gulf Times, un chiaro segnale che dopo quello locale il mercato più interessante per la compagnia è senz'altro quello degli Stati Uniti.