Traipler lancia la carica delle Startup a #NF15 con videopitch da 30 secondi

Per il terzo anno No Frills, la fiera di Bergamo dedicata ai professionisti del turismo, dedica alle **startup** del turismo un'intera area dell'esposizione, il **Global Startup Village**, realizzata in colaborazione con i partner Associazione Startup Turismo e Unicredit Start Lab.
Tra queste spicca **Traipler.com**, piattaforma italiana che opera nel settore del video-marketing turistico e che, in occasione dell'appuntamento in terra orobica immortalerà momenti salienti della manifestazione con l'operazione "**30 seconds No Frills**", ovvero '30 secondi senza fronzoli'. Traipler videoracconterà con un format dedicato di 30 secondi le startup turistiche che avranno modo di presentarsi durante la fiera.
"Se da un lato è assodato l'enorme potere di coinvolgimento di un video tanto da creare una reazione immediata in chi guarda, dall'altro è vero che i costi di realizzazione non sono alla portata di tutti, ecco perché Traipler. Vogliamo che anche il piccolo albergatore abbia una chance di comunicare, tutti devono poter avere la propria video produzione di qualità. Spesso la difficoltà per chi si affaccia in questo mercato è quella di non saper cosa e come comunicare o come raggiungere direttamente i propri clienti, e Traipler lo sa bene, per questo oltre che della produzione, ci occupiamo anche della diffusione dei video prodotti senza mai prescindere dai costi e dal budget di cui dispone il nostro cliente" – spiega **Gianluca Ignazzi**, Founder and ?Brand? Strategy? Director Traipler.
Traipler.com è un network di **600 videomaker** che operano nel proprio territorio di appartenenza, nei luoghi e nella realtà che conoscono. Traipler.com realizza il concetto di local video storytelling che interpreta il cambiamento in essere oggi nei parametri e nei linguaggi della comunicazione. Il video è lo strumento più potente per raccontare una destinazione ma ha ancora oggi costi molto alti che Traipler, grazie al suo innovativo ciclo lavorativo, ha abbassato notevolmente rendendo il video uno strumento di comunicazione alla portata di tutti, anche dei più piccoli operatori turistici.