Debutta Passion Search: Booking.com lancia la campagna per il suo "destination finder"

Non più solo ricerca d'alberghi: **Booking.com** lancia la "ricerca per passioni". **Passion search** è stata infatti denominata la nuova funzionalità che ha preso vita sulla pagina del suo nuovo Destination Finder, lanciato lo scorso febbraio, come riporta VentureBeat, e da oggi disponibile anche in italiano all'indirizzo http://www.booking.com/destinationfinder.it.html.

Il nuovo servizio vuole aiutare i viaggiatori a cercare e scoprire le mete più adatte in base ai loro interessi. Questa nuova modalità di ricerca vuole quindi associare le passioni e gli interessi delle persone alla destinazione e alla struttura che meglio possono soddisfare le loro esigenze. In questo modo il concetto stesso di ricerca viene rivoluzionato, non essendo più questa legata alle solite opzioni di città o hotel specifico.

Per supportare il lancio Booking.com ha fatto partire la **campagna pubblicitaria "Passions"** in Italia, Regno Unito, Germania, Francia, Spagna e Canada. Come riporta Guida Viaggi la campagna è composta da tre spot di 30 secondi (con versioni brevi da 20 e 15 secondi), che saranno presenti in TV e online. Lo slogan sarà: "Don’t battle your passions, unleash them" (Non combattere le tue passioni, dà loro sfogo). La versione italiana è stata pubblicata sulla pagina Facebook di Booking.com: potete vederlo cliccando su questo link

“Booking.com non guarda solo alla mera transazione o prenotazione, ma all’esperienza di viaggio in sé - spiega **Pepijn Rijvers**, chief marketing officer di Booking.com -. Attraverso la tecnologia, vogliamo ispirare e permettere a tutti di scoprire e vivere di persona le esperienze di vita più significative, ovunque esse si trovino e qualunque forma assumano”.

"Booking.com non è solo un sito dove avvengono transazioni: a noi interessa offrire esperienze. Possiamo sicuramente aiutare le persone a trovare il posto ideale, che sia hotel, villa o appartamento, in qualsiasi città o paesino del mondo. Ma vogliamo pensare anche alle persone che hanno una passione in particolare e non sanno dove andare. Per questo abbiamo creato una tecnologia che li possa aiutare a scoprire la destinazione perfetta, in qualsiasi parte del mondo, e definita in base alle passioni dei nostri utenti" spiega **David Vismans**, Chief Product Officer di Booking.com. "Il nostro obiettivo è quello di indirizzare tutti i viaggiatori verso le mete che più si adattano alla loro personalità, ai loro desideri e alle loro ambizioni."