Veratour: telepromozioni a "Caduta Libera" e maxi affissioni per portare i clienti in agenzia

La campagna pubblicitaria multi-canale lanciata da Veratour per portare i clienti in agenzia viaggi a marzo scorso si arricchisce di due nuovi investimenti.
Quello più importante è l'acquisizione di spazi telepromozionali nel seguitissimo gioco a quiz "Caduta Libera", in onda su Canale 5 nella fascia preserale, condotto da Gerry Scotti. La trasmissione coinvolge una media di 4,6 milioni di telespettatori a puntata. Nella settimana **dal 29 maggio al 4 giugno** Veratour ha acquistato una **telepromozione di 40"** in onda alle ore 19.40 circa, qualche minuto prima del lancio delle anticipazioni del TG5, e due billboard della durata di 5", uno in apertura ed uno in chiusura del programma.
Il tour operator ha deciso di investire nel mezzo televisivo da un lato per aumentare la brand awareness ed evidenziare i punti di forza dei **Villaggi Veraclub**, dall'altro per convogliare nuovi clienti nelle Agenzie di Viaggio. La telepromozione, infatti, attraverso il carisma e la popolarità di Gerry Scotti, promuoverà fortemente il Made in Italy, uno dei valori più importanti che contraddistinguono il format dei Villaggi Veraclub, ed inviterà il grande pubblico a recarsi nelle agenzie di viaggio, in particolare nelle 800 VeraStore, riconfermando così la scelta distributiva di Veratour, ancora una volta 100% agenzie di viaggio.
Un altro invito di grande impatto a scegliere una vacanza Veratour è quello proposto nelle Maxi Affissioni. A partire dal 16 Maggio la campagna con pay off "**Riempitevi gli occhi di bello**" campeggia a Roma in Corso Vittorio Emanuele, e a Milano in Corso Garibaldi.
Nei mesi da marzo a giugno queste due operazioni sono solo le ultime, in ordine temporale, tra le numerose campagne che il tour operator ha pianificato: dalla radio alla televisione, dai social media al web, dalla carta stampata ai blogger.
Stefano Pompili_Direttore_Generale_Veratour_2015Commenta **Stefano Pompili**, Direttore Generale di Veratour: "L'obiettivo delle nostre campagne è coinvolgere il target di riferimento a 360 gradi, in maniera coordinata su tutti i canali di comunicazione.
Per l'estate 2016 abbiamo scelto di presidiare tutti i media on air, on e off line così come i canali social, per veicolare lo stile della vacanza Veratour su un bacino più ampio possibile. Crediamo molto nell'efficacia e nel riscontro di questi ultimi importanti investimenti, in particolare la presenza in

televisione con la formula della Telepromozione che, anche in passato, ci ha dato ottime soddisfazioni.
Siamo certi che le Agenzie apprezzeranno lo sforzo economico, perché ogni singola operazione invita il consumatore a scegliere il nostro brand prenotando tramite la rete agenziale. Ci auguriamo una stagione proficua e soddisfacente per tutti”.