A ognuno il suo Best: al via la nuova campagna Best Western

Servizi di qualità per qualsiasi tipologia di clientela. È questo il concetto che **Best Western** punta ad esprimere con la nuova campagna di comunicazione, affidata ad Havas Milan, “**A ognuno il suo Best** ”.

Come spiega **Giovanna Manzi,** CEO di Best Western Italia, la campagna “va ad esplorare i dettagli più singolari che un hotel Best Western è in grado di garantire ai suoi ospiti. L’unicità è da sempre il nostro valore che fa della diversità tra le strutture il suo elemento fondante. È un emozionante racconto che inizia con l’arrivo in albergo e si declina in momenti sorprendenti e unici, dove tutti rigorosamente troveranno il loro Best”.

La pianificazione prevede una campagna radio sulle principali emittenti commerciali, supportata da attività di out of home negli aeroporti milanesi e Fiumicino, nel circuito nazionale di videocomunicazione di Grandi Stazioni e maxi Led in Stazione Centrale, oltre ad un circuito di pensiline a Milano. È prevista anche una campagna social per supportare ulteriormente visibilità ed engagement durante il Salone del Mobile.

Alla campagna si associa una fitta programmazione di attività all’interno delle strutture e dedicate ai clienti durante il soggiorno in hotel.