ByHours lancia una campagna radio integrata con il web

È on air la campagna radio di **ByHours.com** - piattaforma di prenotazioni alberghiere online a blocchi di 3, 6, 12 ore senza distinzione tra orario diurno e notturno – lanciata per incrementare ulteriormente la crescita sul mercato italiano, con un focus particolare sull'area romana.
Gli spot di 25 secondi, incentrati sulla facilità nella ricerca dei migliori hotel e sulla convenienza dell'acquisto di camere d'albergo a blocchi di 3 ore, sono in onda sul circuito di **Radio Dimensione Suono** da fine aprile e per tutto il mese di maggio. Lo spot richiama la richiesta di un businessman, appena arrivato in una città dopo un lungo viaggio, al motore di ricerca del proprio smartphone in merito a un suggerimento per riposarsi un po' e fare una doccia prima di una riunione. Il motore di ricerca gli suggerisce di utilizzare ByHours.com, perfetto per trovare il migliore hotel più vicino, pagando solo le ore di effettivo utilizzo.
La serie di spot radiofonici sarà affiancata da una **campagna online** - video - che mixerà Google AdWords, banner e post sponsorizzati Facebook. Un interessante esempio di pubblicità crossmediale.
"Dopo la campagna TV su La7 di dicembre, investiamo ancora sul mercato italiano che ci sta dando grandi soddisfazioni. Vogliamo, in particolare, creare ulteriore visibilità sulla piazza romana e far crescere complessivamente, oltre a Milano, anche le aree più periferiche. Grazie alla nuova campagna radio contiamo di far crescere le prenotazioni in area romana del 30% nei prossimi tre mesi", ha commentato **Guillermo Gaspart**, co-founder di ByHours.com.
ByHours.com, startup nata in Spagna conta 2500 alberghi affiliati di cui 440 in Italia. La città che è cresciuta maggiormente dal punto di vista del numero delle strutture è Roma che attualmente conta 113 hotel, con 20 strutture distribuite tra gli aeroporti di Fiumicino e Ciampino. Seguono Milano con 58 (17 in prossimità degli scali aerei), Firenze con 36, Napoli con 28, Genova con 15 e Torino con 13.