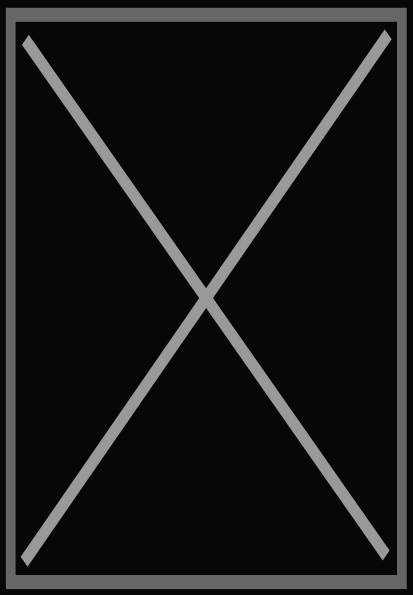
Best Western, al via la campagna pubblicitaria 2018

Best Western Italia sceglie la radio e il network Grandi Stazioni per la sua campagna 2018 riconfermando l’incarico ad Havas, sia per il media sia per la creatività.



L’obiettivo della campagna di comunicazione è consolidare il posizionamento di leader nei servizi alberghieri, sottolineando l’offerta ampia e attenta alle individualità della clientela.
“A ognuno il suo Best” si conferma il claim vincente della campagna, pensato per sottolineare l’approccio personalizzato degli alberghi a tutte le tipologie di ospite, nonché la promessa di Best Western di enfatizzare la differenziazione e la qualità dei servizi offerti, oltre alle unicità capaci di rendere memorabile l’esperienza di accoglienza e soggiorno in albergo.
La campagna creativa prevede la programmazione radio con partenza domenica 18 marzo e proseguirà fino al 12 maggio 2018, con il coinvolgimento delle principali emittenti commerciali nazionali. In onda oltre 1200 spot.
La pianificazione nelle stazioni parte il 16 aprile, a Milano, in concomitanza con la Design Week in città.
Le stazioni prescelte nel Network Grandi Stazioni comprendono le principali destinazioni e hub in Italia, con l’obiettivo di raggiungere la massima capillarità sul territorio da nord a sud: Bari Centrale, Bologna Centrale, Genova Brignole e Piazza Principe, Milano Centrale, Napoli Centrale, Palermo

Centrale, Roma Termini, Torino Porta Nuova, Venezia Santa Lucia e Mestre, Verona Porta Nuova. Gli spot gireranno su schermi LCD posizionati nelle aree di maggior passaggio.