Gruppo Nicolaus: la campagna per le adv entra nel vivo

key-visual-f0a155ae

Sconti, vacanze gratuite e gift speciali. Sono i benefit di “Mordi la Vacanza: tu che piatto sei?”, la campagna lanciato dal Gruppo Nicolaus riservata alle agenzie di viaggi che durerà fino al 24 maggio 2022.

Al raggiungimento di differenti soglie di punti, facilmente conteggiabili, si ha infatti la possibilità di usufruire di **sconti sulle vacanze in una selezione di strutture del Gruppo, gratuità e speciali gift**.
A segnare giocosamente le differenti soglie associate al numero di pratiche vendute, le prelibatezze che rappresentano al meglio la gastronomia pugliese che, durante le vacanze estive, ha sedotto più di un vacanziero: tarallo, orecchietta, polpetta, bombetta, pasticciotto e panzerotto, immaginati come un invito per gli agenti a riconoscersi in uno di essi.
Valide per il conteggio sono **tutte le vendite dei prodotti Nicolaus Club, Valtur, Turchese e Raro** su soggiorni di almeno 7 notti e senza limitazioni per le proposte in offerta, con un particolare focus sulla proposta di prodotto estero che, quest’anno, rappresenta una delle grandi novità messe in campo da Gruppo turistico: 1 punto per le pratiche con destinazione Italia, 2 punti per qualsiasi pratica sull’offerta estera.
Il **premio base**, con almeno 15 punti, dà diritto a tutti a uno sconto di 800 euro per una vacanza in un qualsiasi Nicolaus Club, villaggio e resort Valtur, struttura Turchese Paradise & Friends o Raro Resort. I premi di fascia intermedia sono costituiti da pacchetti completi per una vacanza in Italia e all’estero.
I **premi speciali** saranno, invece, assegnati ai banconisti che avranno raggiunto le soglia massime di “Pasticciotto” (45 punti) e “Panzerotto (60 punti), primati che porteranno in dono due biciclette a pedalata assistita di ultima generazione.
“*Non vedevamo l’ora che le condizioni fossero mature per poter lanciare una campagna di incentivazione dedicata alle agenzie che sono i pilastri su cui si basa il nostro lavoro. Per dar vita a questa nuova iniziativa, abbiamo voluto puntare ancora una volta su qualcosa di divertente, facilmente leggibile e con un pizzico di orgoglio associato a una destinazione regina delle vacanze italiane*”, ha

commentato **Isabella Candelori**, direttore commerciale del gruppo Nicolaus.