

Volagratis lancia il nuovo concept di comunicazione #Stravoglia con un video

notizia pubblicata **07 Marzo 2018** alle ore **10:37** nella categoria **Turismo Video**



Volagratis.com lancia il nuovo concept di comunicazione #stravoglia. Nell'ambito di un progetto più ampio di ridefinizione di tutti i brand di lastminute.com group di cui il marchio è parte, l'iniziativa è volta a rafforzare il posizionamento del brand sul mercato italiano e ad accrescerne l'awareness portando allo stesso tempo traffico al sito.

La nuova strategia di comunicazione prende ispirazione dalla constatazione che il viaggio è tornato ad essere una delle priorità per gli italiani, tanto da essere percepito come un vero e proprio bisogno essenziale: pur di partire infatti più di 7 italiani su 10 farebbero economia su pranzi e cene al ristorante, sulle pratiche sportive e sull'abbigliamento e, addirittura, uno su tre sarebbe pronto a razionalizzare i consumi alimentari per viaggiare (Rapporto Coop 2017).

#Stravoglia celebra il desiderio di viaggiare degli italiani, un desiderio così forte da non poter più essere considerato semplicemente un desiderio, ma piuttosto una 'stravoglia'.

Ideato da BCube, il concetto creativo è perfettamente calzante con il brand stesso: è infatti un semplice anagramma a trasformare 'Volagratis' proprio in 'Stravoglia'. Ecco perchè il video social che introduce la campagna e le successive attivazioni digital giocheranno su una serie di curiosi e divertenti anagrammi per rivelare il meccanismo ed enfatizzare i messaggi.

"Con Stravoglia abbiamo voluto cogliere l'aspetto più emozionale legato all'acquisto di un viaggio – spiega

Elena Galli, Head of Brand Marketing di lastminute.com group – optando per un concept che esprime tutto il desiderio di viaggiare degli italiani, la voglia di partire per scoprire posti nuovi, il bisogno di staccare la spina o semplicemente di riabbracciare una persona cara. Ma si tratta anche di un concept creato ad hoc per adattarsi al nostro approccio programmatico alla comunicazione sui canali digitali, con l’obiettivo di essere rilevanti al target giusto con il messaggio giusto”.

La campagna digital incentrata sull’hashtag #stravoglia sarà supportata da un’ampia attività sui social media e declinata sui canali digitali, content, PR, CRM e affiliation. In partenza a marzo, l’iniziativa, prevede inoltre due attivazioni speciali prima dell’estate che vedranno il coinvolgimento di alcuni influencer.