



Ci stiamo facendo un sito così.



Cerca news



registrati abbonamenti chi siamo contatti MyADV

Sezioni

[Agenda](#)
[Associazioni](#)
[Beyond](#)
[CSR](#)
[Educational](#)
[Eventi](#)
[Gare](#)
[Internet](#)
[Marketing](#)
[Media](#)
[Off the records](#)
[Persone](#)
[Premi](#)
Pubblicità
[Festival di Cannes](#)
[Inchieste](#)
[Produzione](#)
[Rassegna Stampa](#)
[Worldwide](#)

**Vi mandiamo
tutti a cliccare.**



[Home](#) > Pubblicità

Accor Services: campagna unconventional per i Ticket Restaurant

28/9/2009

La campagna che prevede Spot-video, banner nei canali B2B del Sole 24 Ore, sui principali siti business e del circuito Zanox, una massiccia attività di direct marketing con oltre 2 milioni di mail inviate, ha l'obiettivo di raggiungere in modo capillare liberi professionisti, consulenti e utilizzatori finali dei prodotti Accor Services. La creatività del video è firmata **Viso**, mentre **Dmc**, gruppo FullSix, firma la campagna online.



'Dai energia alla tua azienda': è questo il claim della nuova campagna **Accor Services**, dedicata a *Ticket Restaurant* e a *Ticket Restaurant Card*.

Spot-video, banner nei canali B2B del Sole 24 Ore, sui principali siti business e del circuito Zanox, e una massiccia attività di direct marketing con oltre 2 milioni di mail inviate: la campagna, caratterizzata da una forte impronta "web based", si propone di raggiungere in modo capillare liberi professionisti, consulenti e utilizzatori finali dei prodotti Accor Services.

"Per questa campagna abbiamo deciso di puntare sulle potenzialità del web, utilizzando non solo gli ormai tradizionali banner, ma anche gli spot video - spiega **Annalisa Feola**, responsabile marketing di Accor Services Italia - Questo strumento presenta i prodotti con un linguaggio accattivante, ed è in grado di attirare l'attenzione anche nelle pagine web più affollate. In quanto leader di mercato, siamo sempre attenti a scegliere mezzi per comunicare innovativi, per far conoscere i nostri prodotti e riuscire a toccare il nostro target di riferimento in modo sempre più ampio e capillare".

I video, realizzati in due versioni relative a ciascuno dei prodotti, rappresentano, in modo ironico e originale, l'effetto che Ticket Restaurant e Ticket Restaurant Card hanno sui dipendenti: alcuni lavoratori, annoiati e tristi, ritrovano l'energia proprio grazie all'"irruzione" dei prodotti firmati Accor Services, impersonato da una palla rossa, simbolo del brand, che rimbalza freneticamente per tutto l'ufficio. E oltre a loro, ne beneficia subito anche l'azienda.

SCEGLI
LA TUA
AGENZIA

Altre nella sezione

- 2/10/2009 14:00
'La serata perfetta' di Rana va on air sui canali Fox
- 2/10/2009 13:00
Diva, lampada 'multisensoriale', si promuove con Sigla
- 2/10/2009 13:00
Luxury Box firma la campagna stampa Paoloni
- 2/10/2009 11:00
Nuovo testimonial Eastpak: uno zombie in versione rockstar
- 2/10/2009 10:30
Il kolossal 'Barbarossa' si promuove con D'LVBBDO
- Altre Notizie





AccorServicesItaly di Youtube, e sono presenti, con il sistema Video Expanding, con un piano media sulle pagine B2B del Sole24Ore.it.

Inoltre, sono stati inseriti banner sui principali siti business e che fanno parte del circuito Zanox. Infine, è stata realizzata una massiccia attività di direct marketing e mailing con l'invio di oltre 2 milioni di mail, agli affiliati, agli utilizzatori e a tutti gli iscritti a Beneficio Club.

La creatività del video è stata affidata all'agenzia **Viso**, mentre l'agenzia **Dmc**, gruppo FullSix, si è occupata della grafica e della pianificazione dei banner.

Stampa questo articolo 

Invia questo articolo 

Vi
attaccherete

tutti

al

mouse.

 **OPINION LEADER®**

Ci stiamo facendo un sito così.  **OPINION LEADER®**

Copyright © 2009 ADC Group Srl - Via Fra Luca Pacioli, 3 20144 Milano - P.IVA 03670830961