

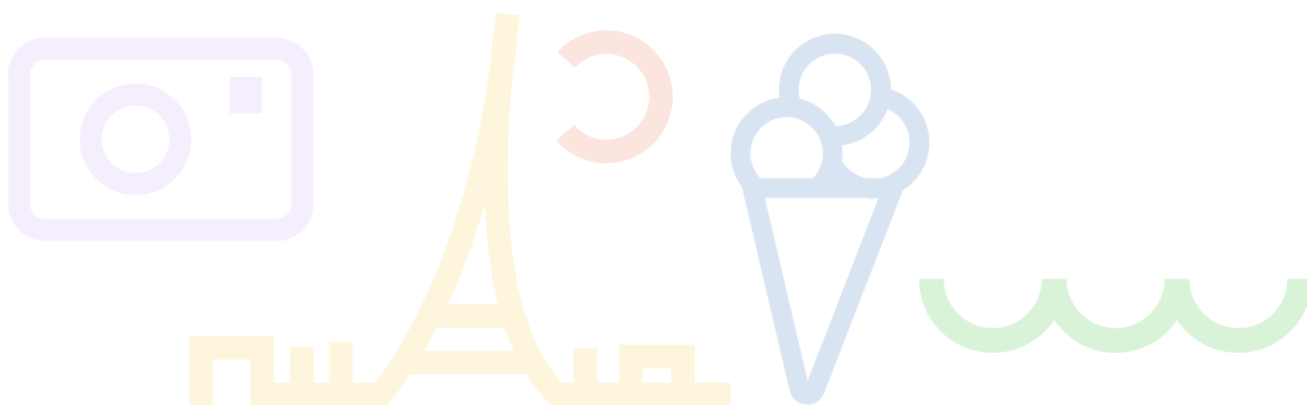
Wakacje.pl z nowym logo i identyfikacją wizualną

Wakacje.pl zmieniają logotyp i wprowadzają nowy system identyfikacji wizualnej marki. Rebranding jest kolejnym elementem realizacji strategii firmy w kierunku Client First i ułatwienia wyborów wakacyjnych Polaków. Za koncept i wdrożenie odpowiada agencja BNA.

Nowe logo i identyfikacja wizualna z kompleksowym językiem piktogramów, ikonografii, nową paletą kolorystyczną, odświeżony branding audio i nowy claim to odpowiedź na potrzebę wzmocnienia świadomości roli i możliwości, jakie dają Wakacje.pl w całym procesie wyboru wakacji przez tysiące Polaków.



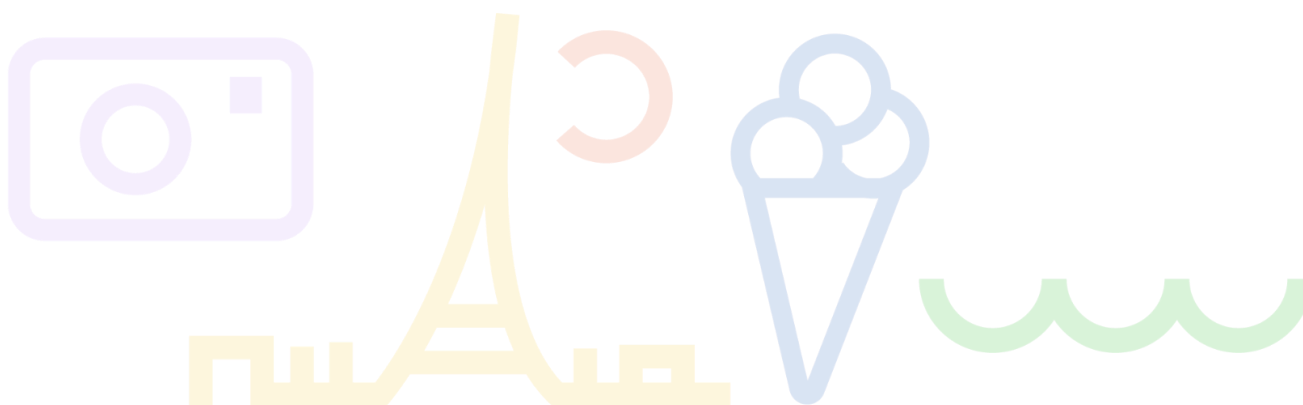
- Wakacje.pl są miejscem, gdzie dla setek tysięcy Polaków zaczynają się wakacje. Towarzyszymy klientom na każdym etapie ścieżki zakupowej ułatwiając wybór miejsca na urlop, zamieniając nieefektywne poszukiwanie w gąszczu możliwości na łatwe i przyjemne porównanie ofert, zakończone szybkim i bezpiecznym zakupem. Nasi Klienci mogą z naszą pomocą planować wymarzony urlop kiedy chcą, gdzie i jak chcą, w pełni bezobsługowo, ze wsparciem doradcy infolinii czy też w salonie stacjonarnym. Wizualna strona naszej marki musi korespondować z nowoczesnością i wygodą procesów, które oferujemy – **mówi Dariusz Górzny, Prezes Zarządu Wakacje.pl.**



Nowe logo zachowuje pełną nazwę marki z elementem słońca, uproszczonym do postaci łuku w nowoczesnej, digitalowej odsłonie. Geometryczna forma logotypu i nowy system piktogramów w paletcie 8 kolorów, pozwalają na prezentowanie szerokiej półki produktowej, wielu możliwości podróżowania i zakupu wakacji w nieograniczony sposób. Rebranding wspiera dynamiczny rozwój produktowy i technologiczny marki Wakacje.pl.

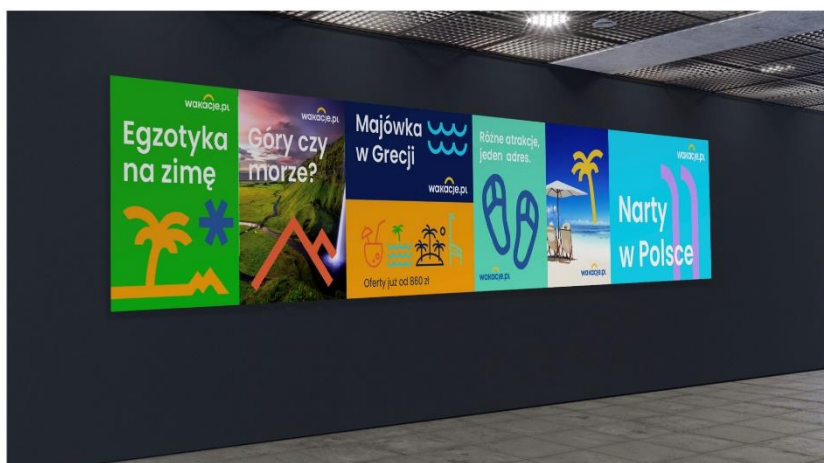


- Ostatni czas nas co prawda nie rozpieszcza, ale Wakacje.pl nie schodzą z obranego kursu, konsekwentnie realizując strategię Client First. W ostatnich kwartałach wdrożyliśmy nowy serwis wakacje.pl, nasza półka produktowa uległa istotnej rozbudowie, automatyzujemy procesy obsługi sprzedażowej i posprzedażowej, konsekwentnie zwiększając jakość i poziomy sprzedaży. Za nami trzy akwizycje i istotne powiększenie zespołu na przestrzeni ostatnich lat. I w świetle tych zmian tylko jedna rzecz przez ostatnie 10 lat pozostawała niezmienna – to nasza identyfikacja wizualna i nasz logotyp. I na tym polu czas na zmianę, zmianę identyfikacji która będzie swoją pojemnością nadążała za tempem i wielowymiarowością rozwoju, jaki jest naszym udziałem – **wymienia Dariusz Górzny**.



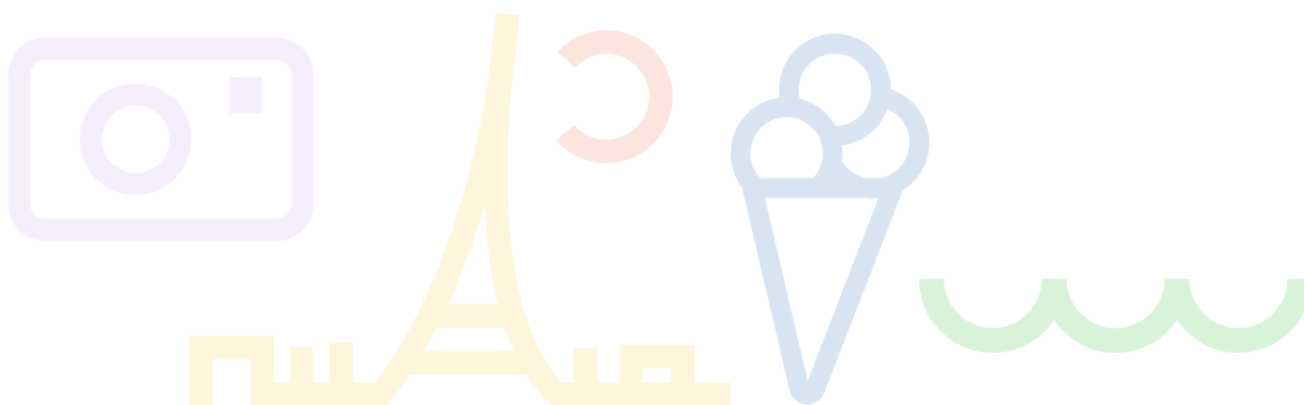
Proces rebrandingu Wakacje.pl rozpoczęły 2 lata temu, jako kolejny etap wzmocnienia marki, zwiększania jej rynkowej wartości oraz wpisania się w aktualne trendy komunikacyjne, zwłaszcza w digitalu. Po roku przerwy wywołanej pandemią projekt doczekał się finalizacji. Marka powierzyła zmianę doświadczonej agencji brandingowej BNA.

- Wiele lat pracowaliśmy nad budowaniem świadomości marki i to nam się udało. Po roku nieobecności w mediach wracamy w nowej, odświeżonej odsłonie, która dotychczasowym klientom pozwoli odkryć nas na nowo, a tym nowym poznać nas w pełni naszych możliwości. Digitalowa forma logo i nowy język identyfikacji doskonale odpowiadają dzisiejszej konsumpcji mediów, a nam jako marce pozwolą na zwinną i elastyczną realizację wielu kampanii, o których już myśleliśmy na najbliższy czas i kolejne lata – **mówi Katarzyna Walczak, Dyrektor Marketingu Wakacje.pl, odpowiedzialna za zmianę wizerunku marki.**



Kampania ogólnopolska z nowym brandingiem ruszy 17 maja.

- Projekt dla Wakacje.pl był wyzwaniem. Koncept musiał z jednej strony łączyć przyjemny, pełen pozytywnych emocji, a zarazem różnorodny produkt skierowany do wszystkich, z siłą i pozycją marki, będącej liderem rynku agencyjnego w Polsce. Wakacje.pl są obecne na rynku ponad 20 lat, przez



ostatnie 10 z tym samym logo. Finalny efekt jest zatem efektem intensywnej pracy nad istotą marki dzisiaj, z jej nowymi możliwościami i potrzebami – **mówi Andrzej Rozen, Brand Consultant z agencji BNA.**

Rebranding obejmie obydwie kanały sprzedaży i komunikacji – online i offline. W przestrzeni online zmiana zostanie wdrożona równocześnie we wszystkich formatach, jednocześnie marka rozpoczyna rebranding ponad 200 salonów stacjonarnych. Pierwsze 50 salonów zmieni się jeszcze w tym roku, a spójny, finalny efekt będzie widoczny maksymalnie do początku 2023 roku.



Spółka Wakacje.pl S.A. to lider rynku OTA w Polsce z największą platformą sprzedaży wycieczek – Wakacje.pl, oraz właściciel sieci ponad 300 salonów własnych i franczyzowych. Obecna na rynku od 22 lat. W portfolio grupy są marki Wakacje.pl, My Travel, Wakacyjny Świat i Parklot.pl. Od 2015 roku jest częścią Wirtualna Polska Holding.

