

„Czas na prawdziwe wakacje” – nowa kampania reklamowa Wakacje.pl

Po ponad roku nieobecności w mediach odświeżone po rebrandingu Wakacje.pl wracają z nową kampanią reklamową promującą nowy wizerunek marki oraz powrót do podróżowania. Za pomocą trzech opartych na gagu historii multiagent przekonuje, że nadszedł „czas na prawdziwe wakacje”.

Odpoczynek na leżakach, zamawianie dań w hiszpańskiej restauracji i wycieczka rowerowa w egzotycznej scenerii – na kampanię składają się trzy historie. W lekki i humorystyczny sposób odnoszą się one do codziennych sytuacji, podczas których ich bohaterowie, kierowani wywołaną pandemią koronawirusa tęsknotą za podróżami, pragną poczuć się jak na wakacjach. Punkt zwrotny pełni zgrabny twist i zabawne, zaskakujące zakończenie sytuacji.

Prezentowane w spotach historie łączą się z różnymi wersjami produktowymi i propozycjami urlopu, m.in. w Grecji, Turcji, Bułgarii, Dominikanie czy na Wyspach Kanaryjskich, pokazując szerokie portfolio produktowe Wakacje.pl, w którym znajdują się oferty ponad 100 biur podróży. Dopełnieniem jest nowy claim marki: „Urlop zaczyna się tutaj”, a także przypomnienie różnorodnych możliwości kupowania wakacji – podczas kontaktu bezpośredniego lub w pełni online, za pośrednictwem strony www.wakacje.pl.

– Jednym z celów kampanii jest nowe pozycjonowanie naszej marki na rynku i w świadomości klientów po niedawnej zmianie identyfikacji wizualnej i dłuższej nieobecności w mediach. Chcemy być postrzegani jako nowoczesna i doświadczona firma, a także miejsce dające nieograniczone możliwości planowania wakacji. Z jednej strony to kampania produktowa, gdzie wskazujemy różnorodne kierunki, które – mimo trwającej pandemii – są dziś dostępne dla turystów. Z drugiej – poprzez lekkość i humorystykę konwencji spotów – to próba oderwania odbiorców od obecnej, covidowej sytuacji,



przywołania wakacyjnych wspomnień i dania jasnego sygnału, że mimo zmian w podróżowaniu, nadal możemy cieszyć się prawdziwymi wakacjami – mówi **Katarzyna Walczak, Dyrektor Marketingu Wakacje.pl**.

Dostępne w wersji 30- i 15-sekundowej reklamy są emitowane w telewizji, radiu i internecie. Za przygotowanie spotów odpowiada dom produkcyjny LEMON, postprodukcję ICE Images, a reżyserem jest Krzysztof Kujawski. Za mediaplan oraz zakup mediów odpowiedzialny jest Departament Marketingu Wakacje.pl.

– *Pandemia koronawirusa sprawiła, że w wielu dziedzinach życia, również w procesach zakupowych, obserwujemy zwrócenie się części konsumentów z kanałów offline do online. Z tego względu w naszej tegorocznej kampanii, w porównaniu do tej z 2019 roku, znacząco zwiększyliśmy budżet digitalowy – główny przekaz wideo wzmocnimy wieloformatową kampanią displayową. Ponieważ nasze działania kierujemy do wszystkich Polaków, którzy w prosty i dopasowany do ich potrzeb sposób chcą znaleźć idealną ofertę wakacji, nie rezygnujemy też z klasycznych kanałów przekazu. Nasze spoty od początku trwania kampanii są emitowane w największych stacjach telewizyjnych i radiowych* – mówi **Krzysztof Bobiński, Brand Manager w Wakacje.pl** odpowiedzialny za przygotowanie kampanii.

Ogólnopolska kampania Wakacje.pl wystartowała 17 maja i potrwa do lipca.

3 podstawowe wersje spotów są dostępne do obejrzenia na kanale YouTube:

„Leżaki”: <https://www.youtube.com/watch?v=X5EXO7IQZpw>

„Gazpacho”: https://www.youtube.com/watch?v=RuIk3BhW_Kk

„Rowery”: <https://www.youtube.com/watch?v=YQmtwR0FGvk>

Spółka Wakacje.pl S.A. to lider rynku OTA w Polsce z największą platformą sprzedaży wycieczek – Wakacje.pl, oraz właściciel sieci blisko 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.

