

SPOT and WEB

Anno - numero
mercoledì luglio 2008 - pag.

ALTROCONSUMO

Associazione indipendente di consumatori

2 mesi gratis



Prova gratuita >> Iscriviti qui

JACK parte per il Brasile con Donnavventura 2008

Jack, il periodico Gruner+Jahr/Mondadori dedicato alle nuove tecnologie e al lifestyle, sarà media partner anche dell'edizione 2008 della trasmissione di Rete4 Donnavventura. Una partnership per un viaggio al femminile in luoghi affascinanti e incontaminati.

Centodieci giorni attraverso Brasile, Venezuela, Colombia, Panama, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador e Giamaica tra serpenti, ragni e difficoltà di ogni genere: ecco la sfida che attende l'inviata di Jack nell'edizione 2008 di Donnavventura (www.donnaventura.com). La spedizione partirà ufficialmente il 31 Luglio dal Centro Daslu di Sao Paulo. Le neo-reporter dovranno affrontare, percorsi sconosciuti, ma

anche condivisione dell'evento, scoperta di nuovi colori, profumi, volti e tradizioni che resteranno indelebili

nei ricordi delle partecipanti. L'inviata di Jack è Noemi Campironi selezionata, tra le sessanta candidate.



In agosto Bon Prix riparte con la propria campagna di comunicazione

Il payoff **Bon Prix** - Lo stile che conviene, esprime e sintetizza il senso alla base della campagna di comunicazione pubblicitaria di agosto, perfetta sintonia con la filosofia Bon Prix: un'offerta che concilia stile e convenienza, un buon servizio ed un costante orientamento al cliente e l'entusiasmo che anima il Gruppo, secondo il motto 'leading through passion', ovvero essere i principali attori sul mercato lavorando con passione.

Lo spot impiegato avrà una durata di 15". I soggetti, come nella tradizione di Bon Prix, sono stati scelti per far entrare lo spettatore nel mondo Bon Prix che è costituito da più di 10.000 capi. "La campagna di comunicazione televisiva darà indubbiamente buoni frutti a Bon Prix, - Stephan Elsner, Direttore Generale Bon Prix Italia -, con le ultime campagne pubblicitarie abbiamo avuto un fortissimo ritorno in termini di contatti e clienti acquisiti. Risulta per ora il sistema di maggiore efficacia e per questo abbiamo deciso di continuare su questa strada. Con questa nuova campagna vogliamo accrescere ulteriormente il valore del nostro brand facendo leva su elementi unici del nostro marchio e rilevanti per il cliente, quali fra gli altri, l'espansione del nostro network, la cura del cliente, la convenienza unita alla qualità, e una forte attenzione e sensibilità per l'ambiente".

Restyling per il sito [aprilitalia.com](http://www.aprilitalia.com)

April Italia, attenta all'evoluzione del mercato ed alla soddisfazione delle esigenze dei clienti e dei propri Partner Commerciali rinnova il proprio sito web www.aprilitalia.com. Il nuovo sito presenta il portafoglio prodotti di April sotto una veste più fresca e completa con una forte spinta all'informazione ed alla costante attenzione per il servizio. La sezione "Per te" offre una panoramica sui prodotti April dedicati ai privati in quella "Partner Distributori", suddivisa in Finanziari e Assicurativi, viene presentato l'operato di April Italia attraverso la Divisione Credit Protection Insurance e la Divisione Retail & Corporate.

Importante è anche la creazione di una nuova newsletter, April News, che permetterà alla società di comunicare costantemente novità ed aggiornamenti a quanti hanno creduto in April ed hanno contribuito e contribuiranno al suo successo commerciale.

La nuova versione del sito, risponde a due fondamentali esigenze, offrire funzionalità e praticità di consultazione e, al tempo stesso, offrire ai Partner Commerciali un servizio sempre completo ed aggiornato in grado di soddisfare ogni tipologia di esigenza commerciale e di comunicazione. Il nuovo sito è on-line ed è accessibile a tutti all'indirizzo www.aprilitalia.com.

april
ITALIA