La strategia di Alpitour: abbandono delle "sette notti" e rilancio della campagna pro agenzie viaggi

La stagione estiva 2016 di **Alpitour** è una rivoluzione all'insegna della tradizione: se da una parte verrà riconfermata per altri tre mesi la campagna pubblicitaria che punta a portare i clienti in agenzia di viaggi dall'altra verrò operata una scelta importante in tema di dynamic pricing e di multifrequenza: verrà abbandondata la classica formula delle 7 o 14 notti in favore di sistemi più flessibili. Si inizierà con Grecia, Baleari, Canarie e Cuba in cui verrà proposta l'iniziativa denominata "Time 4 You".
Il direttore **Pier Ezhaya** ci tiene anche a precisare un aspetto della campagna di comunicazione vista in tv ingiustamento trascurato: l'invito ad andare in agenzia di viaggi è in prima persona, come se fossero le agenzie stesse a promuoversi.
Sul nostro canale Youtube il video in cui Pier Ezhaya spiega i motivi alla base della campagna di comunicazione pro agenzie di viaggi: https://www.youtube.com/watch?v=hNi-R9Y1y8s