
«Greece. More than a destination»: Η νέα διαφημιστική καμπάνια του ΕΟΤ και της Aegean για τον ελληνικό τουρισμό

2020/07/27 14:43 στην κατηγορία ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ

Με τίτλο «Greece. More than a destination» («Ελλάδα. Πολλά περισσότερα από ένας προορισμός») ο ΕΟΤ και η Aegean Airlines παρουσιάζουν μια ακόμη νέα διαφημιστική καμπάνια για τον ελληνικό τουρισμό, που στόχο έχει να θυμίσει ότι η Ελλάδα είναι κάτι περισσότερο από ένας προορισμός διακοπών.

«Την επόμενη φορά που θα σχεδιάζεις τις διακοπές σου στην Ελλάδα, μη σκεφτείς απλά ένα μέρος, σκέψου ένα συναίσθημα», προτρέπει τον επισκέπτη το κεντρικό διαφημιστικό σποτ 42 δευτερολέπτων και τον προσκαλεί να βιώσει τη μοναδική εμπειρία του ελληνικού καλοκαιριού.

Με αφορμή την έναρξη της καμπάνιας, ο γενικός γραμματέας του ΕΟΤ, Δημήτρης Φραγκάκης, επισήμανε «ο ΕΟΤ συνεχίζει και ενισχύει την στρατηγική συνεργασία του με την AEGEAN, με στόχο την προβολή του ελληνικού τουρισμού στο εξωτερικό. Η καμπάνια που τρέχει ήδη είναι **εξαιρετικά στοχευμένη και καλά μελετημένη** και φυσικά εντάσσεται στο πλαίσιο των δράσεων ασφαλούς επανεκκίνησης του τουρισμού μας.

Ειδικά αυτή την περίοδο είναι εξαιρετικά σημαντική για τον ΕΟΤ η συνεργασία με αεροπορικές εταιρείες, καθώς κεντρικός στόχος μας είναι **η ενίσχυση των εισερχόμενων ξένων επισκεπτών στη χώρα**. Η συνεργασία μας με την AEGEAN θα συνεχιστεί και το επόμενο διάστημα σε πολλά επίπεδα. Με την ευκαιρία θα ήθελα να συγχαρώ όλα τα στελέχη του ΕΟΤ αλλά και της AEGEAN που δούλεψαν σκληρά για να φέρουν σε πέρας την καμπάνια υπό δύσκολες συνθήκες και να τους ευχαριστήσω για το εξαιρετικό αποτέλεσμα».

Από την πλευρά της, η διευθύντρια Marketing της AEGEAN Μαρίνα Βάλβη ανέφερε «σε μια περίοδο που η ανάγκη για προβολή της χώρας μας είναι ζωτικής σημασίας, η στρατηγική συνεργασία της AEGEAN με τον ΕΟΤ είναι περισσότερο σημαντική από ποτέ. Κι αυτό γιατί ιδιαίτερα τώρα, **η δυναμική των συνεργιών είναι αυτή που θα δώσει την απαραίτητη ώθηση** ώστε η χώρα μας να αποτελέσει την πιο ελκυστική επιλογή προορισμού.

Η καμπάνια που σχεδιάσαμε από κοινού με τον ΕΟΤ, βασίζεται στα συναισθήματα που γεννά ο τόπος μας, γιατί αυτά είναι που μένουν στο μυαλό και την καρδιά του επισκέπτη, αυτά είναι που αναζητά, ακόμη κι όταν δε βρίσκεται εκεί. Δεν καλούμε τον επισκέπτη στην Κρήτη, τη Σαντορίνη, την Ικαρία. Τον προσκαλούμε στην χαρά, την ηρεμία, την ελευθερία. Και το συναίσθημα ξεκινάει από την πτήση με την AEGEAN, την πρώτη επαφή με την Ελλάδα».

Η καμπάνια

Πρόκειται για μια πρωτοποριακή, δυναμική και τεχνικά απαιτητική διαφημιστική εκστρατεία, καθώς δεν υλοποιείται ταυτόχρονα και με τον ίδιο τρόπο σε όλες τις αγορές, αλλά προσαρμόζεται στις μεταβολές που έχει επιβάλει η πανδημία στο ταξιδιωτικό κοινό. Σε καθημερινή βάση, τα επιδημιολογικά δεδομένα των χωρών ενδιαφέροντος αντιπαραβάλλονται με τα διαθέσιμα στοιχεία για την πρόθεση ταξιδιού, καθορίζοντας το ιδανικό «country mix» (μείγμα χωρών) για την αποτελεσματική προώθηση στις αγορές στόχευσης.

Ειδικότερα, η καμπάνια απευθύνεται στους επισκέπτες από τις χώρες: Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Ισπανία, Κύπρο, Ισραήλ, Ελβετία, Ολλανδία, Βέλγιο και Αυστρία και έχει μεταφραστεί σε 6 γλώσσες. Ενώ θα προβάλλεται με στοχευμένες ενέργειες μέχρι το τέλος του έτους σε όλα τα διαδικτυακά μέσα (Facebook, Instagram, YouTube), καθώς και στα κανάλια της ελληνικής αεροπορικής εταιρείας, αξιοποιώντας τόσο την πελατειακή βάση της AEGEAN και τα δημοφιλή social media που διαθέτει όσο και τις οθόνες εντός των αεροσκαφών της.