

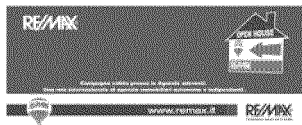
24 OTTOBRE 2009



Vendere e comprare casa:  
mai stato più facile e veloce!

VISITA IN TUTTA ITALIA LA CASA DEI TUOI DESIDERI,  
SENZA APPUNTAMENTI!

Per maggiori informazioni [www.remax.it](http://www.remax.it)



La creatività della campagna Re/Max

**R**e/Max Italia - che fa capo al più diffuso network internazionale di franchising immobiliare - lancia una nuova campagna istituzionale multicanale per annunciare l'Open House Day nazionale del 24 ottobre 2009. La nuova comunicazio-

CAMPAGNA ISTITUZIONALE PER L'OPEN HOUSE DAY

## Re/Max Italia, 30 mila euro online

REALIZZATI DUE PROGETTI ADV PARALLELI, IL SECONDO DA UN MESE E MEZZO

ne, che si caratterizza per l'ampiezza dei mezzi utilizzati - dalla stampa al web, dalle affissioni alla pubblicità dinamica fino allo spot tv - ha come obiettivo quello di dar visibilità al brand Re/Max e diffondere la notizia del singolare appuntamento. Infatti l'Open House Day nazionale - che fa tappa in piccoli e grandi centri sull'intero territorio nazionale, in base all'adesione degli affiliati al network - prevede un'apertura di dodici ore di visita non stop, con una formula esclusiva, importata per la prima volta in Italia da Re/Max sulla base delle esperienze del network d'oltreoceano, consentendo di ottimizzare

tempo e soddisfacendo la curiosità e le esigenze di chi cerca casa. Infatti la nuova campagna pubblicitaria, incentrata sul claim "Vendere e comprare casa: mai stato più facile e veloce!", vuole sottolineare che il 24 ottobre rappresenta un'opportunità da cogliere al volo per visitare gli immobili senza vincoli di tempo o impegni di appuntamento, con l'assistenza professionale di consulenti immobiliari Re/Max. Per quanto riguarda internet, la campagna prevede due progetti distinti. Il primo, relativo esclusivamente all'open day, coinvolge con banner animati in questi giorni **Immobiliare.it** e **Casa.**

**it.** Il secondo, più istituzionale, durerà circa un mese e mezzo e sarà presente sui principali siti specializzati di settore, su alcuni portali generalisti e anche attraverso una comunicazione mirata sulla propria pagina di **Facebook**, inaugurata per l'occasione da Re/Max Italia. Previsti anche una campagna di keyword advertising e l'invio di Dem a circa 110 mila contatti. La campagna pubblicitaria online - ideata dall'agenzia **Nuly&Nuly Pubblicità**, in stretta sinergia con il dipartimento marketing di Re/Max Italia, che ne cura anche la pianificazione - ha richiesto un investimento di circa 30 mila euro.

