

Adv Re/Max: le immagini di "Up" per promuovere l'open house day nazionale di sabato; firma In Action

Re/Max annuncia l'open house day nazionale di questo sabato con una

campagna istituzionale multicanale ad hoc. La nuova edizione dell'open house day nasce sotto l'egida di un sodalizio, quello tra Walt Disney Studios Home Entertainment e Re/Max che lo scorso gennaio ha sponsorizzato l'uscita sul mercato dell'home

video del film campione d'incassi "Up". La campagna studiata per comunicare l'appuntamento con l'open house day (formula introdotta per la prima

La pianificazione coinvolge stampa, web, radio, direct mailing e promozione locale effettuata dalle agenzie



volta in Italia da Re/Max per visitare gli immobili che aderiscono all'iniziativa senza alcun appuntamento per l'intera giornata) - ha infatti come filo conduttore l'immagine della casa-mongolfiera, simbolo quest'ultimo che contraddistingue nel mondo

il marchio del noto network immobiliare. E come nel film il protagonista, l'anziano Carl Fredricksen "porta" in volo, insieme al boy scout Russel, la pro-

pria casa nel luogo dei sogni, così Re/Max trova la casa dei sogni nel posto desiderato. Oltre alla campagna stampa pianificata dagli affiliati sulle testate locali come vetrina degli immobili in mostra, la comunicazione sarà declinata anche online con banner sui principali portali specializzati di settore - come casa.it e immobiliare.it - e su alcuni portali generalisti - come Google e Pagine Gialle - e anche attraverso una comunicazione mirata sulla pagina di Facebook di Re/Max Italia, a riprova dell'importanza assunta dai social network. La piani-

ficazione si arricchisce inoltre di uno spot radiofonico, proposto in tre versioni, volto alla visibilità del brand sull'emittente radiofonica RDS per un totale di 7 passaggi al giorno in onda questa settimana. La campagna pubblicitaria è stata ideata da In Action, in stretta sinergia con il dipartimento marketing di Re/Max Italia, che ne cura anche la pianificazione, e sarà on air fino a sabato. La campagna, infine, sarà affiancata da attività ad hoc di direct mailing e dalla promozione locale effettuata dalle agenzie aderenti all'iniziativa su giornali immobiliari e tramite affissioni, cartoline, volantini e strumenti di direct marketing.

