

Quatar: scaglia come una Katana la prima campagna pubblicitaria internazionale.
â?? di Valentina Moro

Descrizione

TAG: Business & Marketing, In Evidenza, Lifestyle, Berthold Trenkel, Experience a World Beyond, HervÃ© de Crecy, Peter De Sevre, Quatar Tourism, Raisa, Through-the-line

â??**Experience a World Beyondâ?** si chiama cosÃ¬ la prima campagna pubblicitaria internazionale di Quatar Tourism. Campagna che, **il Quatar scaglia come una katana**, a riprova dellâ??obiettivo di accogliere oltre sei milioni di visitatori lâ??anno entro il 2030, volendo triplicare i dati pre-pandemia.

Through-the-line Ã" la campagna forgiata da tanti spot televisivi di durata diversa, costituita da personaggi illustrati. Questi, dimostrano ai viaggiatori la varietÃ di esperienze offerte dalla destinazione, nonchÃ© la nota ospitalitÃ del Qatar.

Quatar: scaglia come una Katana (il tema).

Il tema della campagna sâ??ispira alla consapevolezza che, i viaggiatori internazionali vogliono vivere esperienze autentiche che completino la loro esistenza. Dalla campagna emerge che, il Quatar ha accesso libero sul Medio Oriente, paese che amalgama modernitÃ cosmopolita, tradizione, cultura e cucina araba.

Lâ??ospitalitÃ e la sicurezza dei viaggiatori sono altri temi chiave della campagna. **Il Qatar Ã" stato nominato il paese piÃ¹ sicuro del mondo dal Safety Index 2020 di Numbeo**. La campagna amichevole Ã" stata creata per distogliere lâ??appartenenza alla massa della sempre competitiva industria del turismo mediorientale. CosÃ¬, da aiutare ad aumentare la consapevolezza di massa del paese e del suo potenziale inesplorato.

Quatar

Spot: colonna sonora e creazione.

La colonna sonora dello spot televisivo Ã" interpretata dalla [cantante indonesiana Raisa](#). Mentre, la creazione si deve al **famoso character designer Peter De Sevre e al regista HervÃ© de Crecy** che, ha collaborato con lo studio di animazione CGI Mikros Animation.

Berthold Trenkel del Quatar Tourism.

Il Chief Operating Officer di Qatar Tourism, [Berthold Trenkel](#), ha commentato: â??**Il Qatar Ã" un perfetto assaggio di Medio Oriente e offre un mondo da scoprire, dallâ??iper-moderno al fascino della tradizione. I viaggiatori cercano esperienze di viaggio originali non solo da**

pubblicare su Instagram, ma da condividere con i loro amici e le loro famiglie. E da conservare tra i loro ricordi più preziosi. Questo film presenta ai viaggiatori una destinazione che va oltre le loro aspettative, oltre l'immaginazione, oltre i preconcetti e oltre ciò che gli altri possono offrire.

La campagna integrata verrà veicolata tramite Facebook, Instagram, TikTok e Snapchat. Qatar Tourism ha aperto un sito web dedicato, programmato in cinque lingue che, comprende anche un'app per i viaggiatori. In rilievo l'impegno del Qatar ad estendere la sua proposta turistica, in linea con la Qatar's National Vision 2030. **L'obiettivo di far salire il turismo al 12% del PIL entro il 2030, farà crescere il patrimonio del Quatar.** Anche l'esperienza del cliente end-to-end migliorerà, insieme all'eccellenza dei servizi e promuoverà una strategia di marketing su misura. Questa riuscirà ad arrivare ai visitatori point-to-point (P2P) e di passaggio.

Hits: 1

L'articolo [Quatar: scaglia come una Katana la prima campagna pubblicitaria internazionale](#), proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

7 Novembre 2021

Autore