



GALARDONA CANADÁ A PRICETRAVEL HOLDING POR MEJOR CAMPAÑA DE MERCADOTECNIA

- **Con la iniciativa promocional “Canadá ¡Ahora es cuando!” se registró una importante movilización hacia ese destino, las reservas crecieron un 133 por ciento.**

Ciudad de México a 6 de septiembre 2017.- · Durante la entrega de los premios Canadá a Voces 2017, organizada por Destination Canada, PriceTravel Holding recibió el premio por “La Mejor Campaña de Mercadotecnia”.

Este reconocimiento evalúa el esfuerzo de los socios que realizaron proyectos publicitarios durante el periodo de julio de 2016 a junio de 2017, apegados a los parámetros de contenido y calidad de la marca Canadá.

La campaña promocional con PriceTravel Holding tuvo como objetivo reactivar el mercado de turismo mexicano hacia un destino más amigable, con la iniciativa promocional “Canadá ¡Ahora es cuando!”, que se integró a un plan de marketing en conjunto con el destino de Canadá.

Varias agencias fueron evaluadas bajo criterios específicos, como el lenguaje utilizado en el contenido gramatical de las campañas, las fotografías impactantes que reflejan la experiencia de Canadá, y los lineamientos de marca con los que, sin lugar a dudas, PriceTravel Holding cumplió.

“Para PriceTravel Holding es un honor recibir este premio, el reconocimiento más importante para la industria turística que promueve el destino Canadá en México. Canadá es un destino fascinante, lo que volvió un deleite la creación de la campaña de mercadotecnia, reflejado obviamente en una promoción exitosa”, comentó Celida Puente, Gerente de Marketing de PriceTravel Holding.

Esta campaña marcó una importante movilización hacia ese destino; las reservas crecieron un 133 por ciento, con un 168 por ciento en incremento de pasajeros. Asimismo, el número de ocupación de cuartos noche se incrementó un 285 por ciento, siendo las ciudades más visitadas Toronto, Vancouver y Montreal.

Como parte de la estrategia de diversificación de mercados y segmentos que hoy en día es una de las premisas del sector turístico, esta campaña tuvo presencia en los canales propios de la agencia de viajes. Esta se dirigió principalmente a sus clientes finales a través de su marca PriceTravel.com.mx y al trade con la marca Travelinn; así como en medios alternativos como televisión, medios impresos, BTL y canales online.