

17.2.2011

Hotels.comin uuden mainoskampanjan tähtiäänä Marco Bjurström

[Hotels.com](#) aloittaa uuden TV-mainoskampanjan tänään 17.2.2011. Mainoksien äänenä toimii Marco Bjurström, ja niissä seikkailee animaatiohahmo nimeltä Kai. Kampanjan tarkoituksena on korostaa syitä, jonka vuoksi matkailijoiden kannattaa varata majoituksensa [Hotels.comin](#) kautta. Oikeassa elämässä Bjurström matkaillee paljon ja erityisesti Yhdysvaltoihin.

Jos Marco Bjurström saa nimetä vain yhden lempimatkakohteen, on se ehdottomasti New York. Tanssin ja teatterin parissa työskentelevälle ihmiselle New York on melkein pä pakollinen kohde ennemmin tai myöhemmin. Kaupunkilomia suosiva Marco pitää New Yorkissa myös sen ostosmahdollisuuksista ja ravintolatarjonnasta.

– Lempiaamiaispaiikkani on *Le Pain Quotidien*. Tällä luomukahviloiden ketjulla on useampia kahviloita eri puolilla New Yorkia. Toinen vierailun arvoinen paikka on *Chelsea Market*. Vanha makasiinirakennus kätkee sisäänsä superhyviä kahviloita ja ravintoloita, vinkkaa Marco.

Hotellin valinnassa Marcolle tärkeintä on sijainti. Matkoihin liittyy usein myös työtapaamisia ja esimerkiksi New Yorkissa hotellin on hyvä olla kävelyetäisyydellä tanssikouluista ja teattereista. Paljon matkustava turtuu itseään toistaviin ketjuhotelleihin ja Marco on valmis panostamaan hieman enemmän saadakseen kivan neljän tai viiden tähden hotellin. Hänen mielestään hyvä hotelli New Yorkissa on esimerkiksi [Four Seasons](#).

– Muissakin kohteissa sijainti on se tärkein juttu. Esimerkiksi Los Angelesissa voin suositella [Orlando](#)-hotellia, joka sijaitsee kävelymatkan päässä monesta hyvästä ravintolasta ja ostosalueesta. Tämä on harvinaista Los Angelesissa, missä mikään ei yleensä ole kävelymatkan päässä, kertoo Marco.

Mainoskampanja alkaa 17. helmikuuta

– Tavoitteenamme on tehdä Hotels.comista suomalaisille tutumpi ja tuttavallisempi. Hotels.com on se palvelu, johon voi luottaa ja jonka puoleen voi kääntyä silloin kun kyse on hotelleista. Kuten mainoksissamme sanotaan, muissa tietokilpailuissa emme pärjäisi, mutta hotelleista tiedämme kaiken, sanoo Hotels.comin Pohjoismaiden markkinointipäällikkö **Cia Pirttinen**.

Uusi kampanjailme jatkaa Hotels.comin tuttua värikästä linjaa unohtamatta pilkettä silmäkulmassa. Tunnuslauseena pysyy Wake Up Happy; asiakkaiden onnellinen herääminen valitsemassaan hotellissa on yhä Hotels.comin toiminnan johtoajatus. Uuden mainoskampanjan avulla halutaan myös muistuttaa yleisöä syistä, miksi Hotels.com on maailman johtava hotellien varaussivusto. Sivustolla on tällä hetkellä valittavana yli 130 000 hotellia. Tästä joukosta löytyy varmasti jokaiselle sopiva vaihtoehto. Hotels.com käyttää myös hintatakuuta palvelunsa osana: mikäli asiakas löytää hotellin jostain muualta edullisemmin, Hotels.com tarjoaa majoituksen samalla hinnalla.

Lisätiedot, kuvapyynnot tai Hotels.comin edustajien haastattelupyynnot Hotels.com-lehdistöpalvelusta: [lehdisto\(at\)hotels.com](mailto:lehdisto(at)hotels.com) tai soita viestintätoimisto AC-Sanafor 040 706 8021 tai 040 840 6368.

Hotels.com:
Kate Hopcraft
Senior PR Manager
[khopcraft\(at\)hotels.com](mailto:khopcraft(at)hotels.com)
+44 20 7019 2165

Hotels.com

Hotels.com on osa kaikilla merkittävillä markkinoilla toimivaa Expedia-ryhmää ja sen valikoimiin kuuluu yli 130 000 laadukasta hotellia, huoneistoa ja B&B-majapaikkaa ympäri maailmaa. Jos asiakas löytää muualta halvemman hinnan etukäteen maksamalleen hotellihuoneelle, tarjoaa Hotels.com kyseisen hotellihuoneen asiakkaalle samaan hintaan. Hotels.com neuvottelee käyttäjille parhaat hinnat sekä tarjoaa käyttäjilleen jo 1,8 miljoonaa asiakasarviota esittelemistään kohteista. Hotels.com valittiin German Institute of Service Quality -instituutin äänestyksessä tammikuussa 2011 parhaaksi kategorioissa "palvelu" ja "asiakasystävällinen internetsivusto". Tällä hetkellä Hotels.com-sivustoja on maailmanlaajuisesti yli 75, mukaan lukien 31 sivustoa 24 eri kielellä EMEA-alueella. Matkailijat voivat tehdä varauksen internetissä tai soittamalla monikieliseen asiakaspalvelunumeroon +358 10 808 097.