

IL PARCO DI DIVERTIMENTI SI PREPARA ALLA NOTTE BIANCA DEL 31 OTTOBRE

It's_Comunicazione firma l'Halloween Miragica

PREVISTA UNA CAMPAGNA AFFISSIONI, UN LAYOUT SPECIALE PER IL SITO WEB E UN ADVERGAME ONLINE



Dall'8 ottobre alla notte di Halloween **Miragica** cambia volto: il parco divertimenti di Molfetta, decorato per l'occasione, si trasforma in una terra di mistero e si prepara così alla notte bianca del 31 ottobre. **It's_Comunicazione**, l'agenzia che gestisce il progetto per il cliente, prepara una nuova skin per il sito Internet (che quest'anno ha totalizzato già 500.000 accessi) mette in pista una campagna di affissioni e lancia un gioco online a tema (ovvero una sorta di versione di Pacman tematizzata Halloween) per coinvolgere gli utenti con una sfida all'ultima zucca. Chi avrà guadagnato le prime tre posizioni del gioco potrà entrare gratis alla notte bianca. Attraverso questa iniziativa Miragica, grazie alla registrazione del punteggio e, dunque, alla raccolta di contatti e alla profilazione del target, fornisce a It's_Comunicazione dati importanti per le future azioni di direct marketing via e-mail che l'agenzia gestisce per Miragica. A corredo delle iniziative online, è on air sulle strade del Sud Italia la campagna di affissioni che lancia Halloween a Miragica, sempre a firma di It's_Comunicazione. I toni ironicamente "horror" della comunicazione promettono un divertimento mostruoso tutti i giorni (gratis per i bambini in maschera) e la notte bianca il 31 ottobre. Non mancano i richiami al sito internet e alla promozione "Il secondo giorno è gratis", che ha accompagnato tutta la stagione del parco.

