



Prezzofelice: al via la nuova campagna televisiva

Prezzofelice, il primo outlet italiano del web, ritorna in tv con tre nuovi spot, questo perché oltre alle normali attività di comunicazione web based, naturali per un'azienda come Prezzofelice, vuole riconfermare l'attenzione verso tutti i media, verso un pubblico sempre più grande.

La campagna tv, ideata da PicNic, l'agenzia di Niccolò Brioschi e Riccardo Beretta, è in onda da oggi fino a dicembre sui canali Mediaset e racconta con tono umoristico e leggero i tre principali plus di Prezzofelice: **essere italiani**, il **controllo di qualità** e la **massima affidabilità** fino alla possibile restituzione in caso di mancata soddisfazione.

La Casa di Produzione è Cow and Boys, il produttore esecutivo è Lorenzo Borsetti e la regia è di Riccardo Paoletti.

I protagonisti del primo soggetto (i prossimi saranno on air entro due settimane), sono una ragazza e sua suocera: nel salotto di casa, la ragazza si lamenta di non essere felice perché il marito la trascura, poi ritrovando la felicità dichiara: "ho preso una decisione glielo restituisco", la reazione della suocera è attonita. A quel punto la voce fuori campo afferma "su Prezzofelice.it puoi restituire i tuoi acquisti". Il messaggio del nuovo spot è dunque l'**affidabilità del servizio** che Prezzofelice garantisce e assicura oltre che la **centralità** e la **soddisfazione del cliente**.

"Prezzofelice è il primo outlet italiano del web che incentra la sua attività sulla massima attenzione verso il cliente" secondo le parole di Raffaele Giovine, "i servizi offerti da Prezzofelice sono sicuri e affidabili: Prezzofelice si impegna a gestire il 99% delle richieste entro tre ore dall'avvenuta ricezione e attraverso una semplice mail ogni cliente può esercitare il diritto di recesso".

Con l'inizio della campagna tv, Prezzofelice avvierà anche una campagna incentrata sui social network, sempre con un tono ironico, e dedicata alle caratteristiche principali del sito di sconti. Prezzofelice, primo sito del suo genere a dare la possibilità di commentare on line gli acquisti e i servizi, conferma così l'attenzione verso la condivisione e il confronto diretto con i propri utenti.

La nuova campagna dimostra l'attenzione che Prezzofelice rivolge alla comunicazione e alla pubblicità anche attraverso media tradizionali, come afferma una recente ricerca di Morgan & Stanley, secondo cui la televisione continua a presentare grandi vantaggi e gli operatori di mercato proseguono a considerarla il mezzo più efficiente per assicurarsi un pubblico ampio. L'investimento pubblicitario di Prezzofelice sui principali canali nazionali Mediaset dimostra un trend positivo e la volontà di continuare a crescere e di rafforzare il brand in ambito nazionale.

guarda il primo spot



<http://www.youtube.com/watch?v=nMPxbXPbIU>

The screenshot shows the Prezzofelice.it website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo, a search bar, and social media links. Below that, a banner for 'Offerte del giorno' (Today's Offers) is visible. The main content area features three prominent offers:

- Samsung Galaxy S3 a 479 euro!**: An offer for the Samsung Galaxy S III 16 Gb Bluetooth smartphone, priced at €479 (31% discount from €699). It includes a 'Passaparola' (word of mouth) feature and is available for 6 more days.
- Lusso Deluxe ad Arezzo da 49,50!**: A luxury stay offer for 2 or 3 days for 2 people in a deluxe room at Casa Eugenia in Arezzo, priced at €99 (45% discount from €179). It includes a 'Passaparola' feature and is available for 6 more days.
- Samsung Galaxy S3 a 479 euro!**: A smaller version of the Samsung offer, also priced at €479 (31% discount).

Prezzofelice raccoglie e seleziona in tutto il territorio italiano clienti e partner per poter offrire quotidianamente, a un bacino di utenti sempre più ampio, servizi e beni di diverso genere con tassi di sconto elevatissimi, calcolando la durata dell'offerta, confezionata e personalizzata per destinazione territoriale.

Prezzofelice è un progetto italiano ideato e sviluppato da Raffaele Giovine, imprenditore milanese attivo da anni nel settore dell'ideazione, produzione e distribuzione di contenuti multimediali. Prezzofelice con My Beauty Box e Ovojo.com, è nato da noosaLab: un incubatore che ricerca e raccoglie idee in giro per il mondo realizzandole in Italia.

Attualmente il team di Prezzofelice è composto da oltre 30 persone che si dedicano quotidianamente a soddisfare i bisogni di clienti e partner. Attraverso un approccio pragmatico, proattivo e creativo Prezzofelice vuole migliorare ogni giorno le opportunità offerte dai nuovi canali digitali.