

# Princess Cruises

"The VIP Sale"

Campanha de Publicidade Não Endereçada | Reino Unido  
Bronze nos DMA Awards 2023, na categoria de publicidade não endereçada.

## O Desafio

Apesar de ser uma marca global de referência no setor dos cruzeiros, a Princess Cruises procurava reforçar a notoriedade da marca, atrair novos públicos e captar viajantes que ainda não tinham experimentado este tipo de oferta, num contexto fortemente dominado pelos canais digitais.



## A Solução



### Segmentação geográfica e targeting baseado em dados

A marca utilizou dados para identificar zonas residenciais com maior propensão para viagens de cruzeiro, garantindo uma distribuição altamente qualificada e maximizando a eficiência do investimento em Publicidade Não Endereçada.



### Catálogo físico premium com forte impacto visual

Foram desenvolvidos catálogos de 12 páginas, com design aspiracional, imagens de elevada qualidade e storytelling envolvente, concebido para captar atenção imediata e prolongar o tempo de interação com a marca.



### Integração omnicanal para ativação e medição

Incorporação de QR Codes e URLs dedicadas, permitindo converter interesse em ação imediata e assegurar a medição rigorosa do desempenho da campanha.

## Os Resultados



**£1,5M**

de receita diretamente atribuída à campanha



**ROI de 20:1**

retorno altamente eficiente sobre o investimento realizado



**+ Impacto**

o catálogo foi consultado várias vezes dentro do agregado familiar

Ligue grátis 808 201 800

Dias úteis das 8h30 às 19h30

Ou contacte o seu gestor comercial

Conheça as nossas [Histórias de Impacto](#)

**ctt**