

Campanha “Pensou? A CVC tem” reafirma que a marca tem de tudo para uma viagem sob medida

Companhia comunica assistência e flexibilidade na hora de personalizar a viagem do jeito que o cliente sonhou



Mensagem mostra aos viajantes que a CVC tem de tudo que os clientes precisam para realizar a viagem do jeito que eles desejam

Com o objetivo de atender aos desejos do público que tem saudade de viajar, a **CVC, líder no segmento de viagens de lazer no Brasil**, estreou nova campanha de comunicação nos canais prioritários da marca.

Assinada pela **Lew’Lara\TBWA** e sob o conceito “**Pensou? A CVC tem**”, a campanha é baseada em vídeos, conteúdo para redes sociais e contará com peças de apoio à rede de vendas. A mensagem mostra a **assistência CVC**, que é característica histórica da companhia, no seu sentido mais amplo. **Ou seja, endossa a capacidade da CVC em montar a viagem do jeito que o cliente quer e de forma personalizada**. Além disso, reforça que a flexibilidade que o viajante deseja e as experiências que ele precisa são sempre prioridades da marca.

Outro objetivo da campanha é desmistificar que na CVC só é possível comprar pacotes engessados e que não é possível fugir desse formato. **A líder no segmento de viagens de lazer quer mostrar nessa campanha que, além dos produtos regulares como passagem e hotel, tem diversos produtos em sua prateleira que os clientes nem imaginam** e que assistência na concepção da companhia é muito mais do que suporte.

Esta comunicação sobre a flexibilidade e personalização da CVC vai ao encontro do resultado de uma pesquisa recente da **Mind Miners**. De acordo com o estudo, 81% dos viajantes preferem montar a viagem do seu jeito, e, por isso, cresceu a busca por viagens mais flexíveis



e ainda mais personalizadas. A pesquisa mostra também que entre os principais desejos pós-pandemia, viajar está em segundo lugar.

“Queremos expor que a CVC tem muito mais do que se pode imaginar. Os clientes precisam saber que a CVC tem todas as soluções que eles precisam no momento em que decidem viajar”, comenta **Nathalia Torres, diretora de Marketing B2C da CVC Corp.** De acordo com ela, a CVC proporciona uma infinidade de soluções para que a experiência de viagem seja inesquecível. Nesta lista entram viagem de moto, motorhome, viagem de luxo, aluguel de casa, pousada ou hotel *pet friendly*, seguro-viagem e até chip para celular internacional.

“Além de responder a uma necessidade atual do consumidor brasileiro, que passou a buscar mais flexibilidade em suas viagens, a campanha **“Pensou? A CVC tem”** é um reforço ao território da marca de personalização. A CVC é a única marca do turismo brasileiro que possui produtos e serviços para personalizar a viagem do consumidor da forma que ele quiser”, finaliza **Fabrizio Natoli, diretor de estratégia da Lew’Lara\TBWA.**

Clique [aqui](#) e confira o manifesto de estreia da campanha.

Iniciativas institucionais desde o início da pandemia

Essa nova campanha dá continuidade às iniciativas institucionais que a CVC vem assinando desde o início da pandemia, tendo veiculado no auge da crise o filme “Fique em casa. Viaje depois” (relembre [aqui](#)), depois o convite de viajar por meio da imaginação e guiada por tecnologia de recursos sonoros (relembre [aqui](#)), um fim de 2020 com esperanças renovadas para 2021 (relembre [aqui](#)), até o momento de retomada e início de reabertura do turismo com “Sua Viagem também é a Nossa” (relembre [aqui](#)), e o incentivo a um carnaval com segurança e sem folia (relembre [aqui](#)). Toda a comunicação da CVC é assinada pela Lew’Lara\TBWA.

FICHA TÉCNICA

Agência: LEW’LARA\TBWA

Cliente: CVC

Chairman Grupo TBWA: Luiz Lara

CEO: Marcia Esteves

Diretor Executivo de Criação: Sleyman Khodor

Direção de Criação: Rodrigo da Matta

Direção de Arte: Leonardo Russo, Amanda Peccini e Jessica Mantovani

Redação: Leandro Leal e Hugo Nery

Negócios: Ricardo Munhoz, Fernanda Albuquerque e Juliana Marek

Estratégia: Raquel Messias, Fabrício Natoli, Marcella Pappiani e Tais Schiavi

Operações: Elise Passamani

Mídia: Vicente Varela, Barbara Lopes, Juliana Flora, Juliana Sampaio, Andressa Fragali e Gabriel Batista

Projetos: Henrique Salvadori e Diego Silva

Produção de RTV: Izabel Soares e Caio Lobo

Editor: Glauciney Campos

Produtora de filme: Move



Produção: Equipe Move

Montagem: Glauciney Campos

Finalização: Glauciney Campos

Produtora de Som: Comando S

Produção Executiva: Serginho Rezende

Produção: Equipe Comando S

Locução: Wanessa Morgado

Aprovação Cliente: Daniela Bertoldo, Nathalia Torres, Marina Salgado, Benedetto Vacca e Isadora Campos

INFORMAÇÕES À IMPRENSA

CVC Comunicação Corporativa - imprensa@cvc.com.br

(11) 2123-2155 | 2195 | 219

Lew'Lara \TBWA

Amanda Brandão - Amanda.brandao@lewlaratbwa.com.br

(11) 9 9919-7366