



■ CAMPAGNE

BBell, partita la campagna dedicata a Kiara. Firma e pianifica Barabino & Partners

La campagna è declinata per il mezzo stampa on e offline, per internet, per i canali social e le affissioni e avrà una durata di due mesi (febbraio - marzo)

di Teresa Nappi 05 febbraio 2018

Condividi questo articolo



È on air dall'inizio di febbraio la nuova campagna pubblicitaria di BBell, azienda leader piemontese specializzata in telecomunicazione wireless attraverso la tecnologia che sfrutta le frequenze radio, entrata recentemente nel segmento della fibra ottica grazie all'accordo con Open Fiber.

Firmata da Barabino & Partners, che ne ha curato anche la pianificazione e che segue da quattro anni la comunicazione integrata dell'azienda, la campagna è declinata per il mezzo stampa on e offline, per internet, per i canali social e le affissioni.

La campagna avrà una durata di due mesi (febbraio - marzo) e si focalizza sul lancio del servizio denominato "Kiara" che è in grado di fornire inizialmente a oltre 335.000 utenti dislocati in alcune aree definite della città di Torino servizi di internet e telefonia fissa con possibilità di navigare fino a 1 Giga. L'obiettivo nel breve - medio termine della società è quello di estendere il servizio fibra sull'intera città di Torino e in tutte le città piemontesi dove Open Fiber attiverà l'infrastruttura.

La campagna pubblicitaria è stata pianificata sfruttando due flight di comunicazione: il mese di febbraio per la stampa locale on e offline, radio e l'intero periodo per i canali social, Google e affissioni in modo da raggiungere, anche in tempi diversi, target differenziati.

La campagna, come recita l'headline - "C'è Kiara in città. La fibra + trasparente + veloce" - punta a valorizzare il nuovo servizio internet e telefonia mettendone in evidenza i plus che lo differenziano in maniera evidente e immediata con le proposte degli operatori nazionali (nessun vincolo di durata contrattuale, canone mensile, servizio diretto di assistenza con personale interno BBell, senza utilizzo di call center e connessione in fibra direttamente fino a casa).

Il visual della campagna è arricchito da un'immagine, coinvolgente e di forte impatto cromatico, in primissimo piano di un volto femminile e da un logo realizzato ad hoc che caratterizza il nuovo servizio, per il quale è stato attivato un [sito dedicato](#).

La campagna in sintesi

- Azienda: BBell
- Settore: telecomunicazione wireless internet e telefonia
- Titolo campagna: "C'è Kiara in città. La fibra + trasparente + veloce"
- Mezzi: web, carta stampata on e offline, affissioni, social, radio
- Periodo: febbraio - marzo 2018
- Agenzia: Barabino & Partners



Ultimi Articoli

■ CAMPAGNE

Maxi Zoo lancia sul digital il concorso Wild For Real

■ AZIENDE ■ CAMPAGNE

Neymar Jr brand ambassador globale dei televisori Tci

■ CAMPAGNE

Italia Brand Group firma la campagna di lancio di Virtus

■ AGENZIE

Gio Giacobbe Managing Director di Triboo Digitale

■ MEDIA

Blue Financial Communication lancia ad aprile Asset Class

■ AGENZIE ■ AZIENDE

Synchronika firma il rilancio digital di Sebach

■ AGENZIE

Libera Brand Building lancia Inthezon, società per crescere su Amazon

PROGRAMMATIC ITALIA

L'approccio programmatico di Ryanair; i nuovi occhiali intelligenti di Intel

■ MEDIA

Videolina con Sport Network: è partnership per la raccolta pubblicitaria

PROGRAMMATIC ITALIA

Sheryl Sandberg: «La GDPR? Non avrà un grosso impatto sul targeting»

