

HOME > AZIENDE > BBELL DÀ IL VIA ALLA CAMPAGNA DEDICATA AL NUOVO BUSINESS DELLA FIBRA OTTICA, FIRMATA DA BARABINO & PARTNERS



AZIENDE 06/02/2018 Redazione 0

BBell dà il via alla campagna dedicata al nuovo business della fibra ottica, firmata da Barabino & Partners

On air dall'inizio di febbraio, si focalizza su Kiara, servizio attivo inizialmente sulla città di Torino. Sono previsti due flight

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 e si focalizza sul lancio del servizio denominato Kiara, che è in grado di fornire inizialmente ad 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.

Doppio flight

La campagna 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 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 (<https://kiara.bbell.it/>).

VUOI MOLTIPLICARE I TUOI CLIENTI
E PAGARE MENO TASSE?

FAI PUBBLICITÀ SULLA STAMPA SPECIALIZZATA

Nel 2018 potrai beneficiare di un credito d'imposta dal 75% al 90% sugli investimenti incrementali



360COM.IT RSS

- **Burger King** invita a riflettere sulla net neutrality nella campagna firmata David Miami
- In UK gli editori Facebook-first pensano a strategie per trarre vantaggio dal nuovo newsfeed
- **P&G**, tagli senza fine: pronti a ridurre le agenzie partner di un ulteriore 50%
- Il 2018 sarà un anno record per l'advertising globale. Il migliore dopo la crisi di fine decennio
- **Diennea MagNews**: studiare il consumatore per competere nel mondo del commercio digitale

TAG

AMAZON APPLE ARMANDO TESTA

ASSOCOM CANALE 5 COMSCORE

CONDÉ NAST CORRIERE DELLA SERA

DAILYMEDIA DAILYNET

DISCOVERY ITALIA ECOMMERCE

EMARKETER FACEBOOK GOOGLE

GROUPM GRUPPO MONDADORI

INSTAGRAM IPG MEDIABRANDS

LEO BURNETT M&C SAATCHI MEC

MEDIASET MICROSOFT MINDSHARE

MOBILE MONDADORI NIELSEN

OMD PROGRAMMATIC PUBLICIS

PUBLICIS ITALIA RAI RAI PUBBLICITÀ

SKY SNAPCHAT SOCIAL

SOLE 24 ORE TIM TV TWITTER

WPP YAHOO YOUTUBE ZENITH

