

BLACKBALL

■ CAMPAGNE

BBell lancia la campagna dedicata al servizio “Kiara”. Firma e pianifica Barabino & Partners

L'azienda di telecomunicazioni attiva nel Nord Ovest d'Italia comunica su stampa on e offline, affissioni, sui canali social e su Google

di **Cosimo Vestito** 12 febbraio 2020

Condividi questo articolo



È on air dall'inizio di febbraio la nuova campagna pubblicitaria di **BBell**, azienda di telecomunicazioni attiva nel Nord Ovest d'Italia, dedicata al [servizio in fibra ottica “Kiara”](#).

Dopo l'attivazione nella città di Torino e in alcune aree della cintura limitrofa, la compagnia attiva il servizio in altre città piemontesi e liguri, per offrire servizi di internet e telefonia fissa a clienti privati, aziende ed enti locali, grazie all'accesso all'infrastruttura di rete in fibra ottica FTTH (Fiber To The Home) presente sul territorio a cura di Open Fiber.

La nuova campagna, firmata da **Barabino & Partners**, che ne ha curato anche la pianificazione e che segue da sei anni la comunicazione integrata dell'azienda, avrà una durata di due mesi e si focalizza sul lancio del servizio ‘Kiara’ nelle nuove aree coperte, con particolare attenzione alle città di Alessandria e Novara.



La pianificazione si compone di due flight di comunicazione: il mese di febbraio per la stampa locale on e offline e le affissioni locali mentre l'intero periodo per i canali social e Google in modo da raggiungere, anche in tempi diversi, target differenziati e allargati a tutti i territori coperti dal servizio.

L'iniziativa, come recita l'headline – “Più Kiara di così...” – punta a valorizzare il nuovo servizio internet e telefonia mettendone in evidenza i plus che lo differenziano dalle proposte degli operatori nazionali. Il visual della campagna richiama l'occhio di una donna, volto a sottolineare la trasparenza dell'offerta BBell che non presenta sorprese o clausole nascoste.

A questa prima campagna di comunicazione dedicata alla fibra Kiara, BBell, si legge nella nota, **ha in programma durante l'anno importanti investimenti in ambito pubblicitario sia per il segmento wireless privati che per quello business**, oltre che una campagna corporate più trasversale sui territori piemontesi e liguri incentrata sulla doppia capacità di operatore wireless e fibra sui propri territori di competenza.