Nuova strategia di comunicazione per Bauli

logo1-6d157fa9

Bauli, marca leader del Natale, interpreta il momento più amato dell'anno su tutti i canali, per donare un pizzico di magia ai momenti speciali di tutti gli italiani con nuove iniziative che ancor più sanno coniugare innovazione e tradizione. Dal 21 novembre sarà on air sulle principali emittenti nazionali il nuovo spot di Natale, per iniziare a diffondere l'atmosfera carica di magia, tradizione e affettività. Sulle note della memorabile canzone "A Natale puoi" il nuovo film incanta grazie a una storia raccontata con gli occhi carichi di stupore tipici dei bambini; un po' magica, un po' giocosa, che fa subito nascere la voglia di Natale e di condivisione.

BauliLo spot sarà anticipato nella versione integrale da 45" a tutti i fan sulla pagina facebook.com/dolcebauli: qui e in tutti gli altri social per il periodo natalizio saranno proposte nuove rubriche con contenuti tematici altamente coinvolgenti. L'obiettivo è quello di avvicinarsi sempre di più ai consumatori e comunicare in maniera diretta e interattiva i valori identificativi del brand.

Lo stesso stile di comunicazione si troverà sul sito bauli.it, on line in versione completamente rinnovata dal 20 novembre, che sarà la nuova casa digitale del brand: il punto di partenza per coinvolgere il consumatore in un racconto di marca, con l'obiettivo di fare dell'arte pasticcera una narrazione creativa e interessante durante tutto l'anno, a partire dal momento più speciale per Bauli, il Natale.

Obiettivo del brand è infatti quello di attivare un dialogo diretto con le persone, facendole appassionare alla marca, ai suoi valori, alla sua storia ma anche al suo modo di interpretare prima il Natale e poi la vita quotidiana.

Bauli è sempre di più una love mark, che porta nelle case, nelle famiglie italiane, tutta la magia della festa, ma continua a regalare un momento speciale ogni giorno dell'anno grazie a prodotti che coniugano la genuinità degli ingredienti alla grande arte pasticcera. È a tutte queste persone che Bauli vuole raccontarsi, con il nuovo spot, con la sua pagina Facebook e con il sito grazie alla strategia integrata che a partire da novembre segnerà il nuovo corso della comunicazione di Bauli.