

Communiqué de presse

BoB: yallo c'est plus

Zurich, le 28 janvier 2022 – Simple, fiable, rapide, et tout simplement génial. La nouvelle campagne faïtière menée par Wirz et Webrepublic vise à montrer que yallo a plus à offrir que de simples abonnements mobiles à prix avantageux.



La marque yallo de Sunrise UPC a su s'imposer en tant qu'opérateur à part entière, couvrant l'ensemble des besoins de téléphonie mobile, d'Internet et de télévision. Toutefois, dans l'imaginaire collectif, elle reste avant tout un fournisseur «d'abonnements mobiles à bas prix». C'est pourquoi une nouvelle campagne faïtière a été conçue en collaboration avec Wirz et Webrepublic sous la bannière BoB – Best of Both – afin de changer cette perception. En effet, si yallo reste la garantie d'offres bon marché, elle a aussi bien d'autres avantages à offrir.

Pour ce faire, les deux agences ont créé la plateforme de communication durable «yallo c'est plus». Un slogan tout aussi direct que la campagne omnicanale qui l'accompagne, et qui présente de façon ludique tout ce que yallo a à offrir.

Celle-ci s'articule autour d'un spot télévisé et d'un ensemble de vidéos en ligne qui détaillent non seulement les différents services proposés par yallo, mais décrivent également l'expérience de la marque avec humour. Chaque vidéo est accompagnée de différents éléments OOH et imprimés, de publicités display et de publications sur les réseaux sociaux, qui visent eux aussi à souligner à quel point yallo c'est plus.

Afin de garantir la cohésion entre les mesures en ligne et hors ligne, et d'assurer une bonne coordination entre la création et les médias, Wirz et Webrepublic ont préféré fusionner dès le départ leurs services de développement de projets, de stratégie média et de conception technique. La campagne débutera fin janvier et se déroulera en deux vagues jusqu'au printemps.

A propos de BoB développé par Wirz et Webrepublic

BoB – Best of Both – est le fruit d'une collaboration unique entre deux agences leaders sur le marché suisse: Wirz et Webrepublic allient leur talent créatif à leur expertise numérique, proposant ainsi un service complet tout en un. BoB vient changer la donne en unissant dès le départ les médias, la technologie, la stratégie et la création. Avec BoB, la publicité devient meilleure et plus efficace. <https://www.bobworks.ch/en/>

Responsables chez yallo:

Christoph Richartz (Chief YOL Officer), André Hodel (Senior Director Growth & Brand), Maike Büchler (Senior Marketing & Communications Manager), Mariangela Coco (Head of Acquisition Marketing and Web Analytics).

Responsables chez BoB:

Jan Kempter, Katja Martinello, Manuel Ritsch, Marcus Josty, Yannick Schaller, Zara Velchev (création); Erasmo Palomba (production en agence); Fabian Nold, Janna Löhr, Julia Treudler, Nico Keramaris, Simone Jehle (conseil); Eliane Müller, Marleen Diener, Fabio Calise (stratégie); Eros Montagnini, Rahel Signer, Thomas Peller (réalisation médiatique), Erika Berardi, Lena Hering (plan média en ligne). MYGOSH (production vidéo): Lamar Hawkins (producteur exécutif), Kinki Factory (réalisateurs); Pedro Triviño et Guillermo Aliaga (réalisation), Ulrich Kirchner et Daniel Harder (producteurs); Oriol Colomar (directeur de la photographie); Run Zebra Run (post-production vidéo); musique: Pickle Music, Madrid, Bloop (post-production audio). Mediatonic (plan média hors ligne): Marco Rose (Co-Owner & Head of Strategy), Cédric Zwicky (Media Planner).