

Nuova ondata Covid, Aurora Biofarma scommette sul digitale



Puntare forte sul digitale e sulla comunicazione, proprio in un momento in cui la seconda ondata di Covid nel nostro Paese sta frenando nuovamente il sistema economico del Paese. È il caso dell'azienda **Aurora Biofarma** – realtà attiva nel settore farmaceutico, specializzata nella ricerca, nello sviluppo e nella commercializzazione di prodotti nutraceutici, biologici e medical device – che in questi ultimi mesi ha portato a termine importanti investimenti su canali online e nuovi media.

Tra le iniziative realizzate dal gruppo in primis la scommessa sulle risorse umane con le assunzioni di giovani professionisti che hanno costituito una nuova divisione – il **Team Digital** – implementato negli uffici della sede centrale di Via Porpora a Milano.

L'impegno dell'azienda si è sviluppato innanzitutto attraverso un importante investimento pubblicitario con il lancio di prodotti e azioni di visibilità del brand portate avanti mediante il circuito pubblicitario, per la prima volta con una massiccia presenza sui principali network radiofonici e televisivi nazionali.

Punto saldo della strategia di comunicazione di Aurora Biofarma il forte ricorso ai canali social (Facebook e LinkedIn) che dal primo lockdown di marzo ad oggi hanno visto quadruplicare il numero di utenti e gli accessi quotidiani alle piattaforme digitali.

E ancora, al centro della spinta digital dell'azienda la creazione di un nuovo canale e-commerce **www.aurorabiofarma.store** appena andato online e un lavoro di restyling degli altri portali tematici: **www.abiprobiotici.it**, **www.marial.eu** e un nuovo sito dedicato al **Siland** ancora in fase di test ma pronto per essere svelato entro la fine di novembre.

«Considerata la situazione emergenziale dei mesi scorsi e le restrizioni progressivamente introdotte sul territorio dopo l'estate, con effetti negativi diretti sulla rete dei nostri oltre 300 Informatori Scientifici abbiamo sentito l'esigenza di pensare a formule di comunicazione alternative – le parole della Direttrice Marketing **Maria Teresa Moscarella** – Da qui l'idea di pensare e sviluppare un progetto di storytelling articolato su più livelli che assumerà un ruolo sempre più centrale all'interno delle dinamiche della nostra azienda e dell'intero settore in cui operiamo».



Comments are disabled



Cerca nel sito

Search

Istituto Cappellari



Seguici su Facebook



Per la tua pubblicità su RL



Ultimi articoli

- Lavoro Roma in banca: Findomestic cerca nuovi operatori nella Capitale
- Lavoro Roma: Decathlon cerca commessi in vari store della Capitale
- Lavoro Roma: cercasi OSS per struttura della Capitale
- Lavoro Roma: tanti posti di lavoro nei negozi Alcott della Capitale
- Lavoro Roma: cercasi personale per segreteria studio medico
- Lavoro Roma: cercasi personale in negozio di ferramenta
- Lavoro Roma: cercasi 15 addetti alle pulizie palestre nella Capitale
- Lavoro Roma: i supermercati Pewex cercano cassieri e