



Tecnomedicina

[Home](#)[Chi siamo](#)[News](#)[Video](#)[InFormaTv](#)[Luoghi della Salute](#)[Capelli Argento](#)

Aurora Biofarma scommette sul digitale

Redazione | 24 Novembre 2020 | Mercato Biomed e Pharma

Nessun banner disponibile

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 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 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 che dal primo lockdown di marzo ad oggi hanno visto

Adatta il carattere

A A A A A A A

Traduci



Select Language



Archivio articoli

Seleziona il mese

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.abiprotobiotici.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 nostro 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».

Nessun articolo correlato

Condividi       

 Post Views: 202



 auroria, biofarma

Sorry, comments are closed for this post

« Roche annuncia l'approvazione da parte della FDA di Xofluza per la prevenzione dell'influenza in seguito al contatto con una persona infetta

Industree firma APtitude per Angelini Pharma »

Futura 
Natural Cosmoceuticals

Gli articoli dei nostri esperti



Le impressioni del clinico a colloquio con il paziente schizofrenico

Attualità

Takeda premiata alla seconda edizione dei Life Science...

21 Dicembre 2020

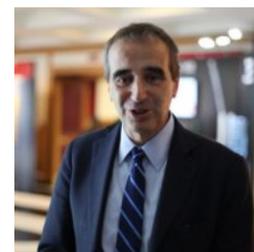


Takeda vince ai Life Science...

Fiere ed eventi

Antibiotico-resistenza in aumento con il Covid-19

16 Dicembre 2020



Il 2019 si era chiuso con un...

Comunicazione e prevenzione