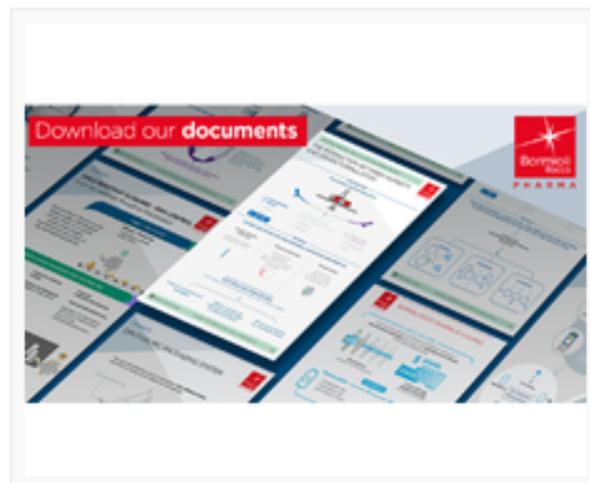


07 giugno 2017

IAKI si occupa dell'ideazione e della gestione della B2B social media strategy di Bormioli Rocco Pharma

Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi, Comunicazione online, siti e concorsi web



IAKI – agenzia milanese di brand engagement – ha ideato e gestisce con successo la B2B social media strategy di Bormioli Rocco Pharma, Business Unit del grande gruppo industriale che ha un fatturato complessivo di 440 milioni di euro.

Il canale prescelto nell'ambito B2B è ovviamente LinkedIn. In particolare, IAKI ha aperto una Showcase Page, naturale estensione della principale pagina aziendale che consente di soddisfare le esigenze specifiche del progetto: veicolare contenuti rilevanti per chi opera nel packaging farmaceutico a livello internazionale e creare un'audience di potenziali clienti.

Una pietra angolare della strategia consiste nella creazione di contenuti di qualità, capaci di comunicare temi ad alta densità

scientifica a chiunque operi nel settore: non solo tecnici di laboratorio per esempio, ma anche un pubblico di Marketing e Acquisiti. Content creation e content curation hanno acquisito quindi un ruolo di primo piano per parlare a un'audience non esclusivamente tecnico-scientifica e favorire la lead generation, grazie al download dei documenti che avviene tramite una piattaforma educational realizzata da IAKI.

Come spiega Elena Piazza, Marketing & Business Development Manager B.U. Pharma: "Raggiungere un pubblico estremamente specializzato, instaurando con i professionisti del settore un dialogo diretto ed efficace: la Showcase Page su LinkedIn ci ha permesso di raggiungere questo obiettivo, dando supporto e slancio al nostro progetto di internazionalizzazione negli U.S."

"Il grande valore del progetto consiste nell'aver customizzato un canale social per centrare gli obiettivi dell'azienda, generando lead realmente in linea con le richieste", conferma il CEO di IAKI Sandro Marchetti.