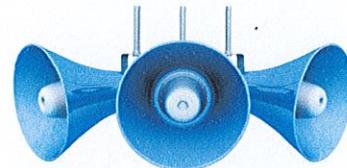


PHARMABLOG • PROMOTION

Il marketing territoriale non va mai fuori moda

Nell'era dei social forum e delle "web chat", la farmacia deve coltivare il contatto virtuale e quello fisico. Occorre dunque fondere web marketing e marketing del territorio in un mix capace di dare sempre nuovi stimoli

Il virtuale impera. Facebook ha 22,7 milioni di utenti mensili, LinkedIn ne ha 3,5 milioni e Twitter 3,3. In Italia, gli utenti attivi su Facebook sono 14 milioni, ogni mese sono 3 miliardi i "like" e 288 milioni le fotografie caricate. Sono numeri forti che viaggiano solo sui cavi della rete. In tempi così, il contatto vis-a-vis che valore mantiene? Un valore forte, da conservare e coltivare, soprattutto per una realtà come quella della farmacia che, per non restare indietro nel tempo e nello spazio deve rivolgersi con interesse e attenzione all'uso dei nuovi media, ma deve anche mantenere stretto il link fisico col territorio dove opera.



La farmacia è un luogo, il luogo della salute, del benessere, della cura di sé e nella strada "social" che tutte le realtà commerciali stanno vivendo, non deve perdere di vista la sua realtà fisica. Il percorso corretto è quello che genera la giusta dimensione per integrare le azioni di web marketing con le azioni di marketing territoriale e usufruire delle vie del web per sostenere le proprie attività sul territorio.

Gli utenti cercano sempre nuovi stimoli, ormai subissati di comunicazioni, immagini, occasioni, eventi social. Ci si annoia in fretta e si consuma ancor più velocemente. Il regno della salute tiene duro e propone una realtà con ritmi più dolci, dove ci si occupa del benessere a 360°. Sulla scia di questo stile, è un'idea azzeccata che la farmacia provi a uscire da sé per andare incontro ai suoi clienti offrendo iniziative con un tocco di innovazione.

"Prepariamoci alle ferie Bailando" è un esempio interessante di cosa si possa realizzare per parlare di salute, divertendosi e coinvolgendo la propria clientela. Quest'evento particolare è stato realizzato il 7 agosto scorso da una farmacia nostra cliente da quasi tre anni, la farmacia Preti di Nerviano: il tema della serata era il sistema cardiovascolare, ma affrontato da un punto di vista insolito. Con un sottofondo di musica latino-americana, guidati da un insegnante di ballo, i partecipanti si sono cimentati in semplici passi di danza. I 60 ospiti erano dotati di un contapassi di nuova generazione, un dispositivo che permette di calcolare calorie e grassi bruciati durante l'attività.

Scopo della serata? Coinvolgere il pubblico in un'iniziativa diversa volta a promuovere uno stile di vita attivo e salutare. Danzare, infatti, rinforza la muscolatura e aumenta l'afflusso di sangue negli organi e quindi di ossigeno e nutrienti ai tessuti cerebrali. E' un'attività motoria "intelligente", capace di attivare funzioni diverse: la coordinazione, l'equilibrio, la capacità di orientamento.

Un evento fuori orario in farmacia, un momento aggregativo e recitante per il territorio, nel luogo dedicato alla salute, per parlare di benessere e 'toccare' con mano quanto fare movimento possa incidere positivamente sulla nostra condizione fisica.

[Suggerisci l'articolo a un collega](#)

Pubblicato il 3 settembre 2013



Giorgio Chiaberge

Consulente Senior [Shackleton Consulting](#). Responsabile Progetto Promotion in Farmacia.

Coordina progetti di comunicazione e formazione per aziende di differenti canali su tematiche commerciali e di marketing.



Naviga

• [Home](#)