

Global cambia su posicionamiento y lanza una nueva identidad corporativa

Una visión más evolucionada y orientada a dar un servicio más global al cliente, aprovechando su consolidada experiencia en el sector de healthcare

La nueva Global ya es una realidad. Tras varios meses de trabajo, la experimentada agencia creativa y de comunicación healthcare se presenta hoy como un partner estratégico para sus clientes. Global prioriza ahora un enfoque estratégico e integral en todos sus proyectos, gracias a un talentoso equipo de trabajo y a sus 20 años de experiencia en la industria healthcare, que permiten hacer frente a las necesidades de un mundo cada vez más diverso y complejo y que exige soluciones globales multidisciplinares.

Junto a esto, la agencia ha lanzado un rebranding total y una nueva web con la que se inaugura la nueva etapa. “Una visión más evolucionada desde la que creamos el futuro sin renunciar a nuestro pasado, aprovechando nuestra sólida y consolidada experiencia; así como los aprendizajes que nos llevan a seguir adaptándonos a las demandas y necesidades de nuestros clientes” asegura Alberto G Alfaro, CEO de Global Healthcare.

El foco y el objetivo de las personas de Global está en coordinar y potenciar todas las acciones para que el crecimiento de marcas y empresas sea continuo, posibilitando esos impactos personalizados y tan efectivos que todos los laboratorios buscan. Este nuevo posicionamiento de la agencia, orientado a dar un servicio más global y completo al cliente, ha supuesto reforzar determinados departamentos con especialistas sobre todo en el área digital.

Herramientas al servicio de la estrategia

Los ejes de trabajo de la nueva Global son tres: Partnership, la relación que proponen con los clientes; Estrategia, la receta con la que aglutinar las especialidades y herramientas; y Growth, los resultados frutos de la estrategia cuantificables a través de métricas y KPIs. Esta es su fórmula para abordar de manera integral la comunicación de sus clientes y satisfacer de manera exitosa sus objetivos y necesidades, que conciben como propios. Este enfoque, donde la tecnología es clave, impulsa la creación de proyectos a medida para cada situación y con todas las herramientas necesarias que requiere el nuevo paradigma de comunicación.

Entre ellas, por supuesto, están la creatividad y la estrategia personalizada, un enfoque omnicanal e integrado, un targeting y un lead nurturing continuos o la creación de journeys para cada usuario. A esto se le suman el conocimiento experto y profundo de las herramientas digitales, científicas y creativas de las 30 personas que componen la agencia. Lo importante para la nueva Global es combinar y modular cada uno de estos mimbres de la comunicación en salud para acompañar a los clientes en su camino hacia el éxito.

Digital, Health Expertise y Creatividad

En los proyectos digitales de Global se combinan el Data Analytics como elemento transversal e imprescindible, el Social Marketing y Social Media Ads para conseguir un impacto de calidad en los usuarios de redes sociales, el SEO, el SEM y el Content Marketing para generar valor y posicionar en buscadores y el Marketing Automation para optimizar y automatizar el seguimiento de los impactos en el Buyer Persona. Y, por supuesto, el Reporting y la Optimization para mejorar los resultados en tiempo real.

El equipo científico de Global sigue siendo esencial y utiliza todas las herramientas para elaborar el contenido médico de calidad y alineado con la estrategia de cada uno de los clientes. Pero tener una orientación Health no sólo es tener un departamento científico, sino que el equipo completo (creativos, arte, RRSS, manejo de cuentas, etc.) tenga una sólida experiencia Health y toda su actividad se desarrolle a través de ese prisma, incluyendo el conocimiento de las regulaciones propias del sector; y ese en su caso. Por otra parte, la creatividad estratégica sigue siendo uno de los pilares básicos de la agencia, cuyo prestigio en esta área ha sido reconocido ya en múltiples ocasiones con premios nacionales e internacionales.

Razones para el cambio

Estos últimos meses la realidad de la comunicación y el marketing en Health y otros sectores ha cambiado de una manera radical y rápida y las soluciones sencillas que antes funcionaban ya no sirven. La manera en la que las marcas y las empresas se comunican con sus targets es ya radicalmente distinta a como era antaño. Por eso, los directivos de Global han diseñado una nueva cartera de servicios estructurados bajo el paraguas de estrategias eficaces y liderado un rebranding donde se pone de relieve el espíritu global, multidisciplinar, flexible, experto confiable y orientado a resultados de la agencia.

Más información: www.nextglobal.es

Datos de contacto:

Maite Quintero Los Arcos
+ 34 683 187 986

Nota de prensa publicada en: [Madrid - Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Nutrición](#) [Industria](#) [Farmacéutica](#) [Marketing](#) [Veterinaria](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>