

ROI UP Group inaugura su propia área de negocio internacional especializada en Life Science

[Multimedia](#)

ROI UP Life Science, área especializada en sectores como el veterinario, farmacéutico, cosmético, biotecnológico o sanitario, ya está inmersa en diversos proyectos con compañías internacionales para la identificación, priorización y planificación de sus retos estratégicos. Y es que, la agencia internacional de MarTech lleva años trabajando en una nueva unidad de negocio que actúa como agente catalizador externo contribuyendo a la transformación digital

Este 2022, y a lo largo de 2023, se prevé que las empresas prioricen el desarrollo de estrategias digitales centradas en pacientes y sanitarios, lo que ha provocado que el 73% de las compañías incrementen sus ingresos digitales. Los datos coinciden con los resultados de un estudio publicado recientemente en [Pharmaceutical Technology](#). Según las conclusiones de dicho estudio, el 35% de las compañías afirma que la pandemia ha acelerado la transformación digital en el sector farmacéutico en más de cinco años.

Conscientes de la importancia de este salto cualitativo para la transformación digital, [ROI UP Group](#), inaugura ROI UP Life Science, su propia área de negocio internacional en el sector Life Science. Una especialidad que ya está en funcionamiento gracias a sus equipos multidisciplinares de profesionales en diversos campos, entre ellos, Dev, UX, Paid Media, SEO, Analytics, Creatividad, SM & Comunicación. Además, se trata de una agencia certificada Gold Partner de Sitecore, también experta en Veeva CRM y otras tecnologías como Drupal, Magento o Wordpress.

El interés de la compañía 360º por establecer sinergias con marcas y empresas del sector de la salud no es reciente. La agencia acumula varios años asistiendo a clientes de referencia internacional en el ámbito de Life Science, como el veterinario o el farmacéutico, además de liderar cuentas en producto cosmético, biotecnológico o sanitario, entre otros. Esta labor es posible gracias a la involucración de un equipo de 40 expertos dedicados al área.

Life Science: necesaria en la hoja de ruta de la transformación digital de las empresas

El diseño de experiencias de cliente personalizadas, gracias a la integración de datos y a la puesta en marcha de capacidades predictivas, es una de las motivaciones que vertebran esta nueva área de especialización. En este sentido, Luis Fantini, CTIO de ROI UP Group, sostiene: "Es un momento crucial para estos sectores. Su digitalización lleva tiempo en marcha y ahora es el momento de un cambio de fase. De cara a los próximos años, los modelos predictivos serán la clave para afrontar una realidad convulsa y cambiante. Nosotros

podemos aportarles todo nuestro *know how* basado en años de experiencia para afrontar los nuevos retos".

Pero, hay más objetivos que ROI UP Group se ha marcado para desarrollar esta nueva área de negocio. Por un lado, contribuir como agente catalizador externo aportando, al mismo tiempo, a la transformación digital. Y, por otro, dar un paso más a nivel estratégico gracias a la implementación de estrategias exigentes diseñadas *ad hoc* para clientes de relevancia internacional, principalmente asentados en Suiza.

Desde la dirección de la agencia multicanal, que este año celebra 12 años desde su constitución en 2011, se valora este nuevo hito como oportuno y positivo, dado el momento digital tan particular que están viviendo las empresas, en concreto, las agencias. Además, Diego Jiménez, CEO del Grupo, apunta: "Desde que empezamos nuestra aventura, nos hemos ido especializando progresivamente en el sector sanitario, farmacéutico, cosmético o biotecnológico para convertirnos en compañeros de viaje de las compañías de estos mercados. Se trata de sectores estratégicos que cada día gana más relevancia. ROI UP Life Science será el medio donde volcar todo nuestro conocimiento para que puedan desplegar todo su potencial en el mundo digital".

Un momento dulce para la agencia de MarTech internacional

Fruto de esta nueva inmersión digital en estos sectores, la compañía participa en estos días en varios ciclos formativos y divulgativos, como "Los desayunos digitales de Life Science", organizados por la escuela de negocios The Valley.

Por su experiencia y por estar siempre del lado de esta industria, el próximo 30 de noviembre la agencia será protagonista de los ["Desayunos digitales de ROI UP"](#). Una agenda que abordará diferentes puntos de vista desde una misma realidad: el estado actual de la industria digital en Life Science. Antonio Juan Juan, director de Estrategia de ROI UP Group, director de ROI UP Catalunya y docente en The Valley, será el encargado de moderar esta iniciativa que tendrá lugar en Barcelona en formato presencial:

"Sin duda será un evento ligero y dinámico con grandes dosis de realidad del sector LifeScience. Alejándonos de la teoría y adentrándonos en la práctica. Casos reales de tecnología adoptada ya en hospitales, estudios de mercado, casos de éxito etc. y lo más importante, contando con diferentes puntos de vista: hospitalario, industria, tecnología y agencia", sostiene el experto en marketing y estrategia.

Desde la dirección de la agencia multicanal, que este año celebra 12 años desde su constitución en 2011, se valora este nuevo hito como oportuno y positivo, dado el momento digital tan particular que están viviendo las empresas, en concreto, las agencias. Además, Diego Jiménez, CEO del Grupo, apunta: "Desde que empezamos nuestra aventura, nos hemos ido especializando progresivamente en el sector sanitario, farmacéutico, cosmético o biotecnológico para convertirnos en compañeros de viaje de las compañías de estos mercados. Se trata de sectores estratégicos que cada día gana más relevancia. ROI UP Life Science será el medio donde volcar todo nuestro conocimiento para que puedan

desplegar todo su potencial en el mundo digital".

El reciente anuncio de colaboración estratégica con [Templeton](#), agencia innovadora y multicanal de branded content, y la inauguración del área de especialización ejecutiva en ROI UP Life Science, son solo parte de los hitos con los que la agencia de agencia de MarTech internacional culmina este prolífico 2022.
