

# Mercato Golden Eggs Agency presenta un nuovo format digital per Coloplast Italia

L'agenzia affiancherà il brand in tutte le attività di comunicazione digital della multinazionale

Golden Eggs, agenzia di eventi e comunicazione integrata, rafforza il suo legame con Coloplast Italia, multinazionale leader nella realizzazione di dispositivi e servizi in campo medico, anche per l'anno 2022-23. Oltre alla comunicazione corporate on e offline e gli eventi istituzionali, l'agenzia gestirà il lancio di un nuovo format digitale, Coloplast Call, uno spazio di condivisione e confronto sui profili social, dedicato agli utilizzatori del brand. L'azienda si affida quindi a Golden Eggs per ridefinire e ampliare la propria presenza online, av-



vicinandosi empaticamente al suo target di riferimento. "L'obiettivo del format è quello di proporre una narrazione coerente con i valori aziendali, ma attraverso i nuovi codici di comunicazione più coinvolgenti e inclusivi", afferma Annalisa Surace, Ceo Golden Eggs. I protagonisti delle call, saran-

no differenti ospiti, dai profili più popolari alle persone comuni, chiamati dall'azienda a raccontare il loro percorso e a dare i loro pareri su alcune delle sfide che si trovano ad affrontare ogni giorno. Un modo diretto e immediato per stare più vicino a chi vive una disabilità, incoraggiando attra-

verso un confronto reale sulle proprie esperienze e nel contempo essere da stimolo per le future "chiamate". Da qui la "call", la chiamata dell'azienda, a chiunque voglia farsi portavoce di esperienze, vittorie, difficoltà e loro superamento. Il format sui social di Coloplast, dal primo appuntamento previsto per fine novembre, verrà curato dal team giovane e creativo di Golden Eggs e si articolerà sui canali digital della corporate, a partire dal profilo Instagram fino ad arrivare a una sezione del sito e con eventi offline. Un'occasione "socialmente sostenibile" per far convergere innovazione, relazione e condivisione. L'approccio strategico della collaborazione, condiviso con Coloplast mira a lavorare molto su awareness e fidelizzazione, rafforzando anche online la presenza dell'azienda sul territorio. La conoscenza capillare dei media e la capacità di mixare competenze digitali e strumenti tradizionali restano gli elementi costitutivi di questa rafforzata partnership.

