

Storia d'impresa - 07/04/2021

Drago continua lo sviluppo della comunicazione digitale e lancia i nuovi canali Instagram in Giappone, Corea e Usa

L'ad Drago: "Vogliamo avvicinarci ai mercati strategici per l'azienda"



Nel periodo intenso, strano e complicato degli ultimi mesi, **Drago spa** non si ferma, ma continua nel suo percorso di crescita e digitalizzazione, sempre più un fiore all'occhiello del Gruppo. Dopo l'apertura avvenuta lo scorso anno di **@drago.russia**, nascono ora i nuovi canali Instagram **@Drago_korea** e **@drago.usa** a cui si è aggiunto, nei giorni scorsi, **@Drago.giappone**.

"Abbiamo scelto di avvicinarci il più possibile ai **mercati strategici per l'azienda**, creando così tre nuovi account che parlino la lingua dei clienti di riferimento, fornendo loro informazioni dettagliate sui trend del momento, su innovativi prodotti realizzati dall'ufficio stile biellese e sulla promozione di partner "locali". Tutto questo processo si basa sulle richieste effettive del Paese di riferimento". spiega l'ad **Paolo Drago**.

Ora anche il lancio di **@Drago.giappone**

L'account ufficiale **@Drago_s.p.a official** continua a supportare nel migliore dei modi il mercato Italiano ed Europeo: "E' emersa la necessità di raggiungere più direttamente clienti, partner e utenti in generale nei vari Paesi del Mondo - continua Drago -. Tale processo di sviluppo ha visto la conclusione con l'apertura di **@Drago.giappone**, avvenuta nei giorni scorsi".

I cinque profili, oltre a supportare il **Brand Drago Lanificio in Biella** nel mondo, hanno la funzione di vero e proprio **customer service**, attivo costantemente 24H 7giorni su 7 grazie ai collaboratori locali madrelingua, che a stretto contatto con l'Headquarter di Drago risponde all'esigenze degli utenti in tempo reale.