

AGENZIE

Triboo sostiene le aziende con l'offerta #iorestoacasa

È innegabile che il cambio repentino delle nostre abitudini abbia avuto una ripercussione importante su tutta la società, coinvolgendo quei momenti principali della giornata che scandiscono la nostra quotidianità e che, fino a poco tempo fa, ci vedevano quasi sempre al di fuori delle mura domestiche: lavoro, scuola, spesa e anche una semplice passeggiata all'aria aperta. Tutte situazioni che, ad oggi, dobbiamo portare avanti da casa ed attraverso l'ausilio della rete. Cambiando le modalità di fruizione di quasi ogni aspetto della nostra vita e la cognizione dello spazio-tempo nel quale vivere e lavorare, mutano anche le esigenze di ciascuno di noi e si affacciano nuovi bisogni che possono tramutarsi in opportunità. Triboo, gruppo attivo nel settore

digital e quotato sul mercato MTA, ha creato una proposta commerciale che possa offrire contenuti di qualità e che sia vicina alla propria audience. Un'offerta in grado di intrattenere gli utenti, valorizzando il tempo trascorso da soli o in famiglia, attraverso una gamma di prodotti e servizi che, giorno dopo giorno, renderanno questo periodo un'occasione per informarsi, imparare, riscoprire passioni e interessi. Dalle ricette di Agrodolce, che ha registrato in questo periodo quasi un raddoppio degli utenti rispetto all'anno scorso, alle lezioni di crossfit o giardinaggio fatto in casa promosse da Greenstyle, Mantenendo il suo focus sulle performance e sulle vendite online, Triboo promuove tutte le realtà legate al mondo dell'e-commerce, grazie all'expertise

dei suoi 500 professionisti attivi da remoto. La proposta si declina in una serie di format dedicati al download e all'acquisto online attraverso Listicle Seo Oriented e attività di influencer marketing. Triboo mette anche a disposizione gratuitamente i webinar Pillole di Formazione della propria Academy. L'offerta commerciale #iorestoacasa si arricchisce anche di un intento charity e una forte connotazione sociale: sostenere il personale sanitario degli ospedali Humanitas Research Hospital, che si trovano al limite di risorse fisiche, attraverso la raccolta fondi #ALLYOU-CANTREAT lanciata pochi giorni fa sulla piattaforma GoFundme. Triboo ha chiuso il 2019 con ricavi ed Ebitda adjusted in crescita, e con utili in calo. Lo scorso anno il gruppo ha registrato

ricavi consolidati pari a 77,2 milioni di euro, in crescita del 11% rispetto ai 69,6 milioni di euro dello scorso esercizio grazie alla crescita dell'e-commerce e del digital marketing. I primi due mesi del 2020, sulla base dei dati gestionali disponibili e dei principali indicatori operativi, fa sapere la società, mostrano un incremento dei volumi di transazioni per l'e-commerce del 25% rispetto al medesimo periodo dello scorso esercizio. Inoltre, Triboo ha elaborato un'analisi considerando tutte le transazioni online eseguite nel periodo che va dal 21 febbraio 2020 al 4 marzo 2020, periodo impattato dal Covid-19, a confronto con il medesimo periodo dell'anno precedente. Tale analisi mostra un incremento del 17% dei volumi di transazioni per l'e-commerce.

TRIBOO