

تغییرات گسترده نام و لوگوی شرکت‌های دارویی در سال 2022 میلادی

Posted on ۱۴۰۱/۱۰/۱۱ by پیمان صفردوست



Categories: [بررسی](#), [بین‌الملل](#), [دارو](#), [صنایع دارویی](#), [منتخب](#)

Tags: [سانوفی](#), [شرکت‌های دارویی](#), [فایزر](#), [کووید-19](#), [مجله خبری غذا و دارو](#), [Qnovia](#), [LadRx](#), [GSK](#), [BioSenic](#)



چرا لوگوی بسیاری از شرکت‌های دارویی در سال 2022 میلادی تغییر کرد؟

از ناکامی در بازار رقابت و شکست‌ها تا نمایش توانمندی علمی

به گزارش مجله خبری غذا و دارو، طی سال ۲۰۲۲، تغییرات گسترده‌ای در نام‌ها، لوگوها و برندهای شرکت‌های بزرگ داروسازی اتفاق افتاد. همچنین، تعداد زیادی از شرکت‌های حوزه بایوتک، به کلی اسامی خود را تغییر دادند. آیا این احتمال وجود دارد که این روند در سال ۲۰۲۳ هم ادامه یابد؟

در اواخر تابستان و اوایل پاییز شاهد بودیم که تعداد بی‌سابقه‌ای از بیوتکنولوژی‌ها تصمیم گرفتند تا نام‌های قدیمی خود را حذف کنند و هویت‌های کاملاً جدیدی شرکتی خود را ایجاد کنند.

تغییر **LadRx** که یکی از این شرکت‌های فعال در زمینه فناوری‌های زیستی است نام خود را به **CytRx** در اواخر سپتامبر ۱- داد، زیرا به نظر می‌رسید در میان مجموعه‌ای از شکست‌های آزمایشی، نیاز به یک راهبرد جدید و تمرکز بالینی جدید دارد و در اولین گام نام خود را تغییر داد.

تغییر مشابهی را ایجاد کرد، البته نه به دلیل مشکلات درون شرکت، بلکه به این دلیل که از **Respira** شرکت فناوری سلامت 2- رقابت با بسیاری از شرکت‌ها و داروها با نام مشابه خسته شده بود و برای متمایز کردن فعالیت خود از سایر رقبا نام خود را **Qnovia** تغییر داد.

تغییر نام داد، این اقدام پس از خرید اکثریت سهام **BioSenic** به **Biotech Bone Therapeutics** اواخر اکتبر، شرکت 3- صورت گرفت **Medsenic** این شرکت فرانسوی بیوتکنولوژی.

را در اوایل سال 2021 آغاز کرد، و لوگوی قدیمی خود را که یک تصویر قرص **Big Pharma** فایزر روند تغییر لوگوی 4- بسیار ساده بود، به یک لوگوی تغییر داد تا مفهوم علم بیشتر در این لوگو منعکس شود و پس‌زمینه قرص بیضی شکل آبی با مارپیچ دو رنگ جایگزین شد.

با لوگوهای جدید و همچنین تغییر نام مسیر مشابهی را در پیش گرفتند. سانوفی پاستور و **GSK** در سال 2022 سانوفی و 5- دست به **GSK** جنزیم را از واحدهای تجاری قدیمی خود کنار گذاشت تا شرکت را زیر چتر سانوفی متحد کند، در حالی که کاهش داد **GSK** را به **GlaxoSmithKline** تغییرات بیشتری زد و.

آن چه در حال حاضر در صنایع دارویی رخ می‌دهد، که با توجه به اندازه‌ی آن‌ها می‌تواند روند به فراموشی سپردن شکست‌ها و تغییرات راهبردی را ساده‌تر کند، بیش از هر چیز با تمایل آن‌ها به چگونگی تصور جمعی نسبت به شرکت‌ها مرتبط است.

با در نظر داشتن توجهی که بیش از همیشه معطوف به بزرگ‌ترین شرکت‌های دارویی شده، هویت سازمانی آن‌ها اهمیت بسیار زیادی یافته است. به ویژه در شرایط کنونی که همه‌گیری کووید-19 سبب شده است که صنعت داروسازی، که پیش‌تر در آرامش و در سایه به فعالیت ادامه می‌داده در معرض توجه رسانه‌های عمومی نیز قرار گرفته است و عامه مردم شرکت‌های بزرگ مانند فایزر و مدرنا را رفته رفته مانند اپل و توییت‌ر دنبال می‌کنند.

توجه به اینکه بسیاری از شرکت‌ها با تغییر چهره و هویت در حال بازگشت به بازار هستند، تمایل بیش از پیش شرکت‌ها در سال 2023 به تغییرات این چنینی جای تعجب نخواهد داشت.

منبع:

<https://www-fiercepharma-com.translate.google/marketing/forecast-2023-biopharma-name-changi>

ng-craze-and-shifting-sands-corporate-branding

ترجمه: رسول سعدونی / مجله خبری غذا و دارو

