

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

МУЛЬТИМЕДИА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ.



Величко П.Л.
Менеджер проектов
Компания «Медиум»

velichko@amedium.com

<http://www.amedium.com>

ОБЗОР СИТУАЦИИ. ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ ПРЕПАРАТАМИ.

- Целевая аудитория для мультимедиа.
- Стандартная схема продвижения. Оценка эффективности.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ.

Конечные потребители

Новые механизмы продвижения

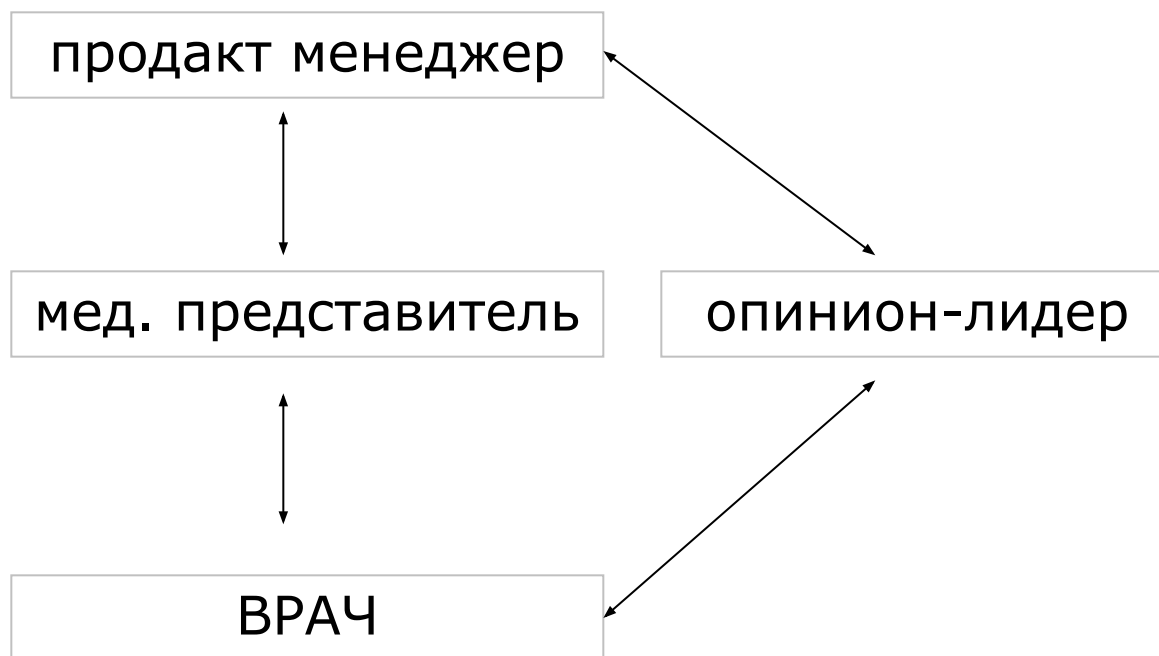
Врачи

Мотивация и компетенция врачей

Сотрудники компаний

Факторы успешного продвижения

СХЕМА ВЗАИМОВЛИЯНИЯ УЧАСТНИКОВ ПРОЦЕССА ПРОДВИЖЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ



ВРАЧ – КЛЮЧЕВОЕ ЗВЕНО В ЦЕПОЧКЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕПАРАТА

Лечащий врач, обладающий профессиональным авторитетом в глазах целевой аудитории, имеет решающее воздействие на принятие решения о выборе того или иного фармацевтического препарата.

На то, какой препарат порекомендует врач, имеет влияние

- его информированность о нужном препарате
- глубокое знание препарата и механизма его действия
- позитивное отношение к компании-производителю (зачастую в лице ее сотрудников, контактирующих с врачами)



Мультимедиа - эффективный инструмент формирования отношения и позиции врачей относительно фармацевтических препаратов

МУЛЬТИМЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА

Медицинские представители - важнейшее звено, с которой начинается цепочка продвижения препаратов на рынок.

От специалистов компании зависят результаты всей компании продвижения, а потому они должны располагать самым прогрессивным и убедительным инструментарием для достижения ставящихся перед ними целей.

- Единая методика обучения
- Возможность самообразования
- Обеспеченность техническим инструментарием
- Возможность представления препарата в самом выгодном свете



Мультимедиа - один из самых эффективных инструментов, обеспечивающих трансляцию информации в яркой, доступной и запоминающейся форме, обеспечивающей представление интересов компании и соблюдение корпоративных правил компании.

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЛЬТИМЕДИА ПО СРАВНЕНИЮ С ТРАДИЦИОННЫМИ КАНАЛАМИ

- Интерактивность
- Эффективность
- Гибкость
- Информационная насыщенность
- Экономичность

ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

Основные типы проектов:

1. Промо- проекты

Игры, викторины, анимационные ролики, PR-поддержка основной рекламной кампании

2. Информационные проекты

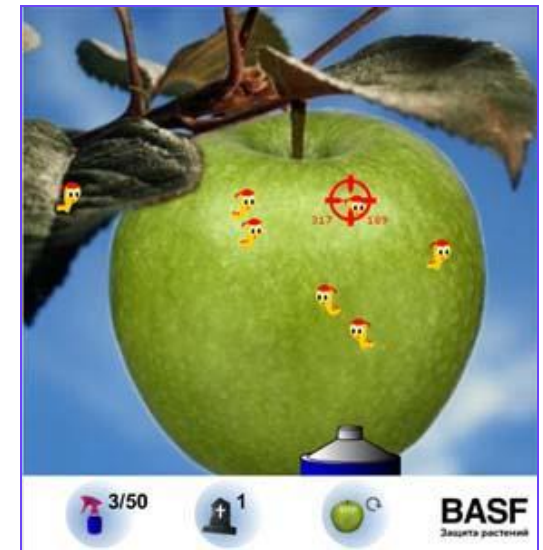
Школы, направленные на повышение уровня знаний групп риска о проблеме

ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

Основные типы проектов, примеры:

1. Промо- проекты

Игры, викторины, анимационные ролики, PR-поддержка основной рекламной кампании



ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

Основные типы проектов, примеры :

1. Промо- проекты

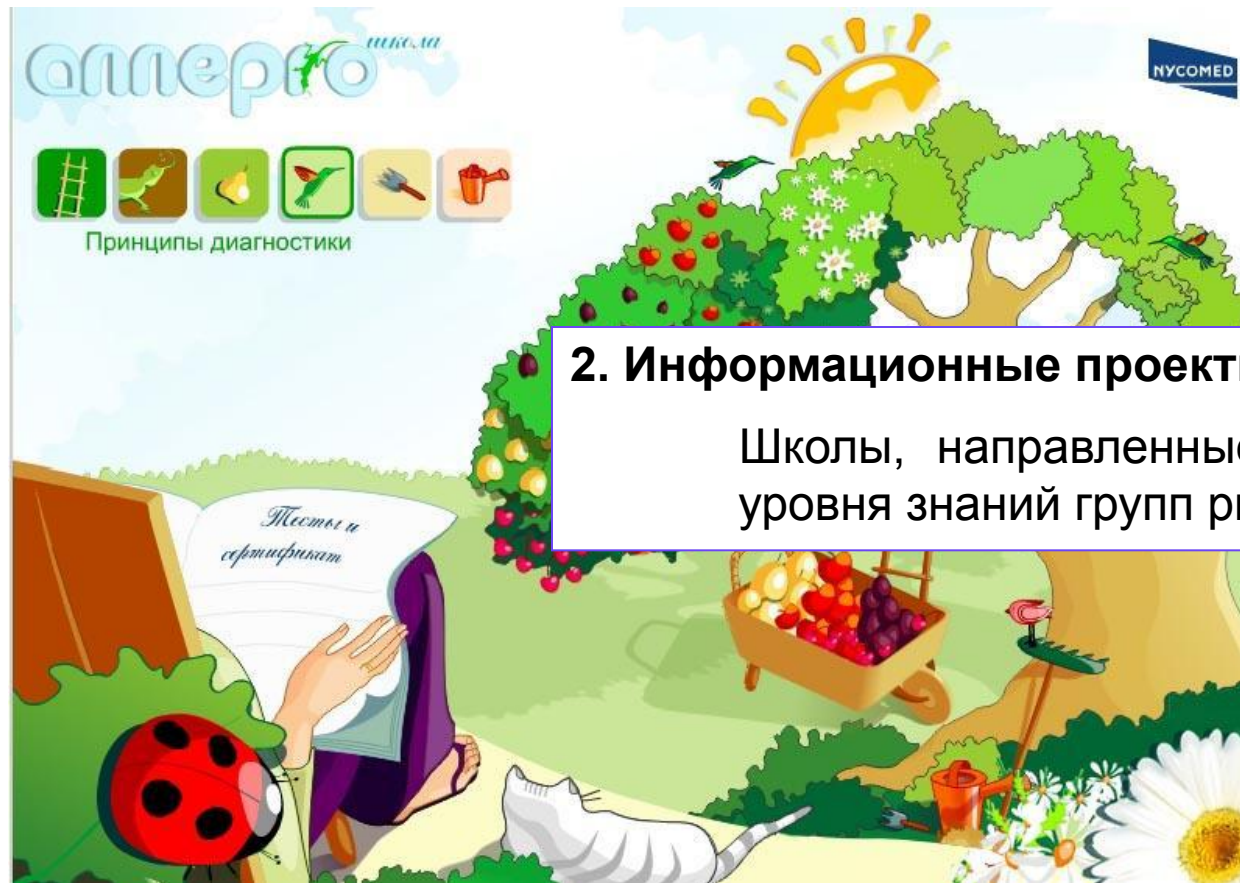
Игры, викторины, анимационные ролики, PR-поддержка основной рекламной кампании



 **ВАКСИГРИП**
№1 в профилактике гриппа

ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

Основные типы проектов, примеры:



2. Информационные проекты

Школы, направленные на повышение уровня знаний групп риска о проблеме

ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

Основные типы проектов, примеры:

2. Информационные проекты

Школы, направленные на повышение уровня знаний групп риска о проблеме



ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ВРАЧЕЙ

Информационные проекты:

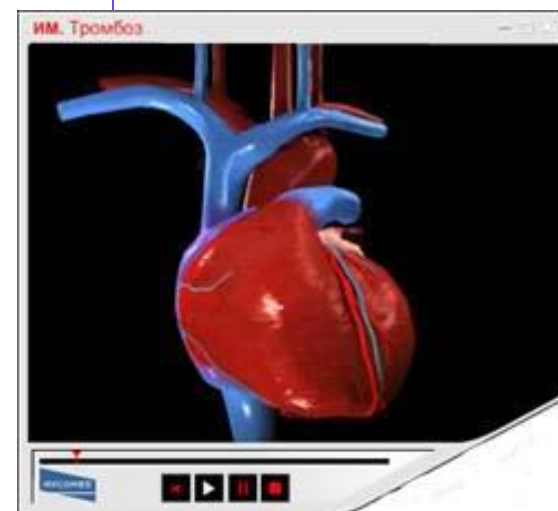
1. Информационный продукт о проблеме, которую эффективно решает продвигаемый препарат, включающий анимацию, большой массив объективной информации о препарате, иллюстрации, видео, интервью с лидерами мнений.
2. Интерактивный справочник о препарате. Вся информация о препарате на одном диске с доступом к ней через меню. Вариант – каталог препаратов компании.
3. Проект, построенный на основе работы авторитетного в данной области специалиста.
4. Прикладные продукты, позволяющие практикующему врачу решать реальные задачи.

ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ВРАЧЕЙ



Информационные проекты:

Информационный продукт о проблеме, которую эффективно решает продвигаемый препарат, включающий анимацию, большой массив объективной информации о препарате, иллюстрации, видео, интервью с лидерами мнений.



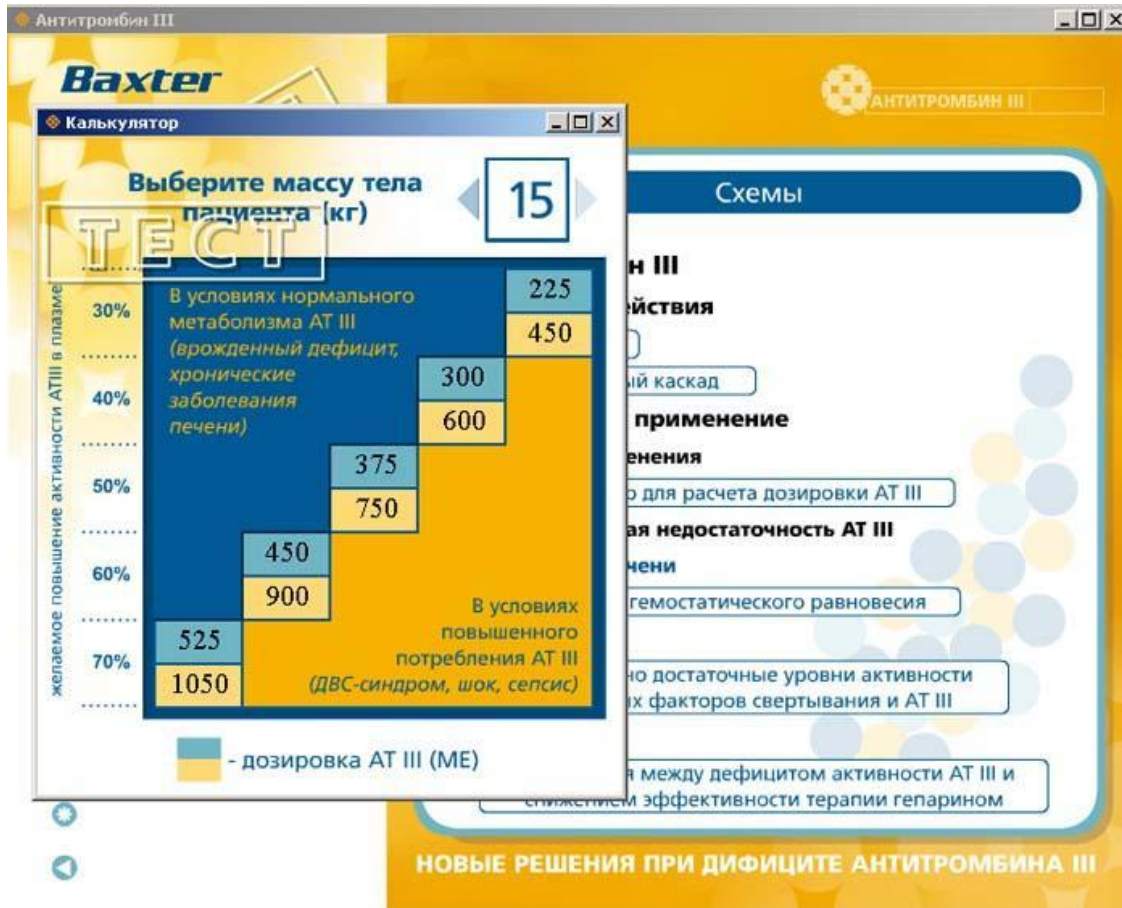
ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ВРАЧЕЙ

The screenshot displays the Maltofer website interface. At the top, the logo 'Maltofer' and 'мальтофер' are visible. A navigation menu on the left lists various topics under 'ХИМИЯ', including 'химия', 'полимальтозный комплекс - ГПК', 'всасывание солей железа', 'всасывание ГПК', 'сравнение ГПК и солей Fe²⁺', 'характеристики ГПК', 'эффективность', 'свойства и преимущества ГПК', and 'препараты'. The main content area is titled 'Химия' and 'Всасывание ГПК'. It features a detailed diagram illustrating the process of iron absorption and storage. The diagram is divided into three main stages: 1. 'Желудочно-кишечный тракт' (Gastrointestinal tract): 'Активная абсорбция' (Active absorption) is shown where iron is taken up by the intestinal lining. 2. 'Слизистая оболочка кишечника' (Intestinal mucosa): 'Ферритин' (Ferritin) is shown as a storage form of iron. 3. 'Кровообращение и хранение' (Circulation and storage): 'Трансферрин' (Transferrin) is shown as a transport protein, 'Распределение' (Distribution) is shown as the process of iron being transported, and 'Хранение' (Storage) is shown as iron being stored in the liver. 'Включение железа в гемоглобин' (Inclusion of iron in hemoglobin) is shown as iron being incorporated into red blood cells. The diagram uses various icons and arrows to represent these processes. A search icon is visible in the top right corner of the content area. The website URL 'www.maltofer.ru' is at the bottom left, and a 'меню' (menu) button is at the bottom right.

Информационные проекты:

Интерактивный справочник о препарате. Вся информация о препарате на одном диске с доступом к ней через меню

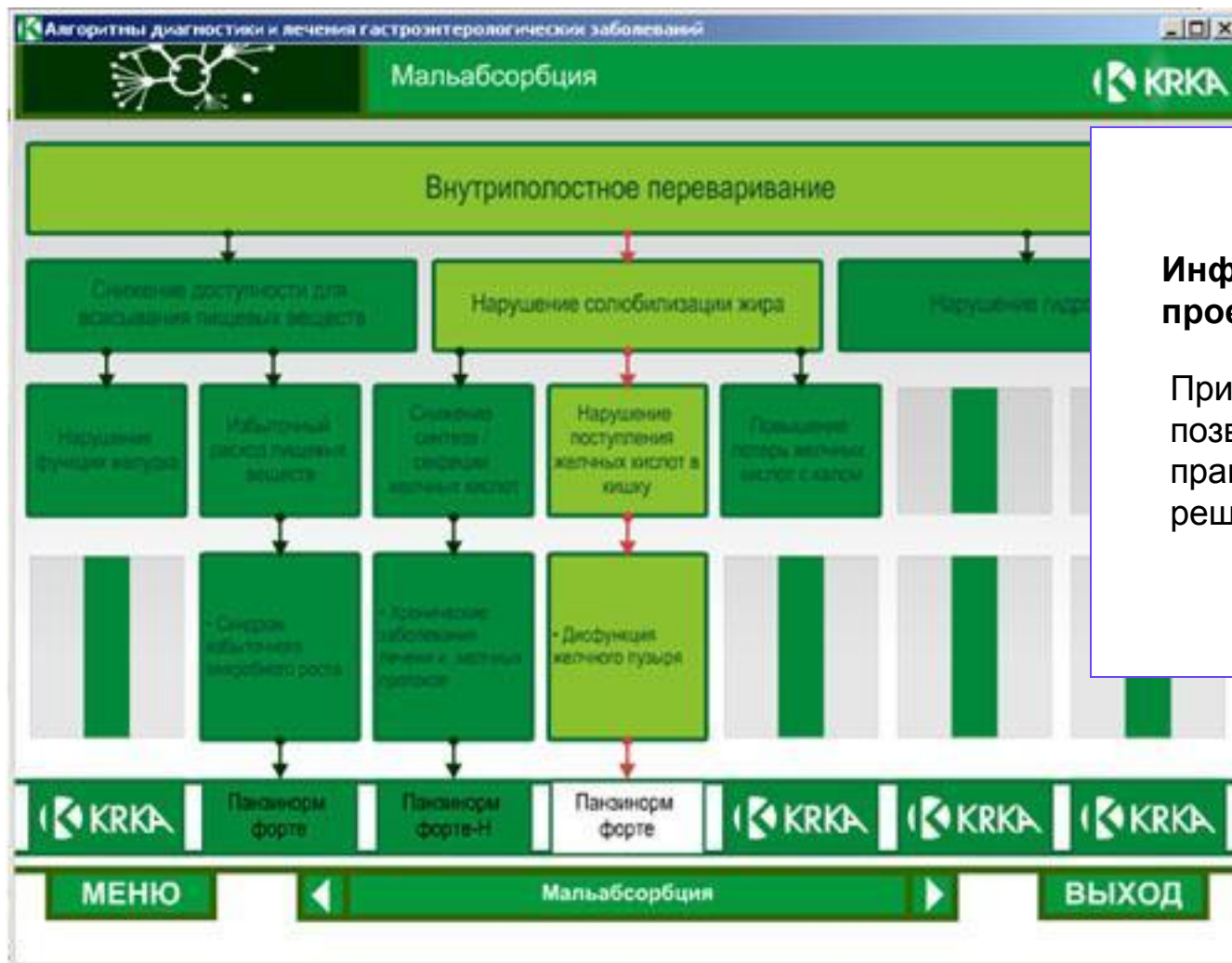
ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ВРАЧЕЙ



Информационные проекты:

Прикладные продукты, позволяющие практикующему врачу решать реальные задачи.

ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ВРАЧЕЙ



Информационные проекты:

Прикладные продукты, позволяющие практикующему врачу решать реальные задачи.

МУЛЬТИМЕДИА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ.

Спасибо за внимание!

МУЛЬТИМЕДИА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ.

Спасибо за внимание!