

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

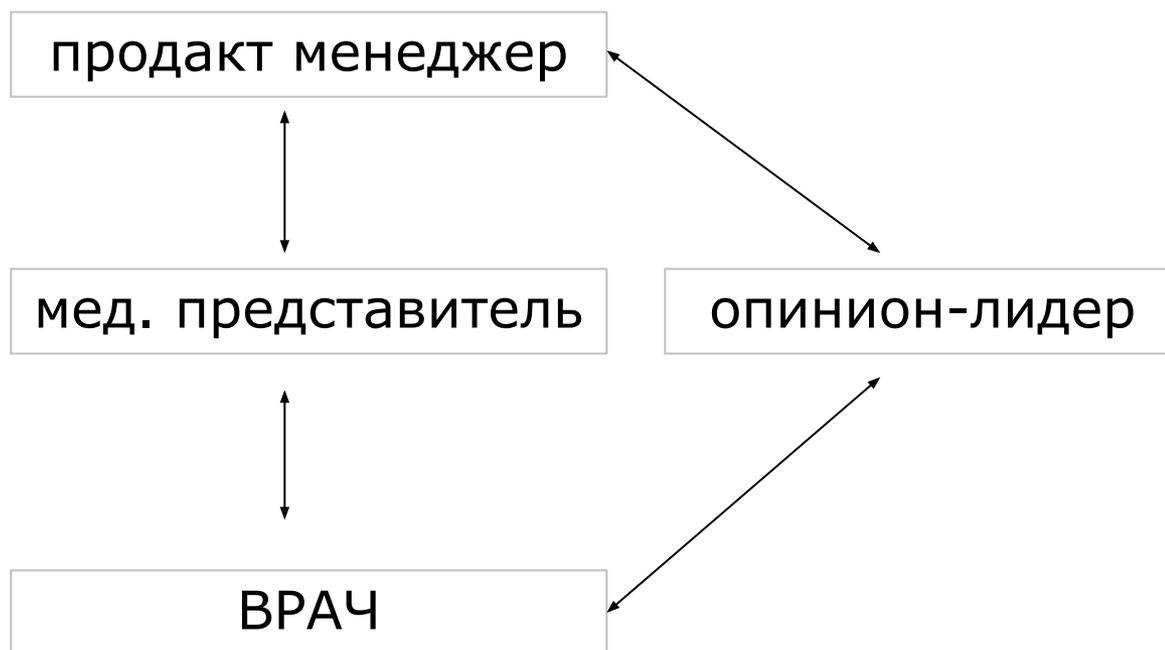
Врачи

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

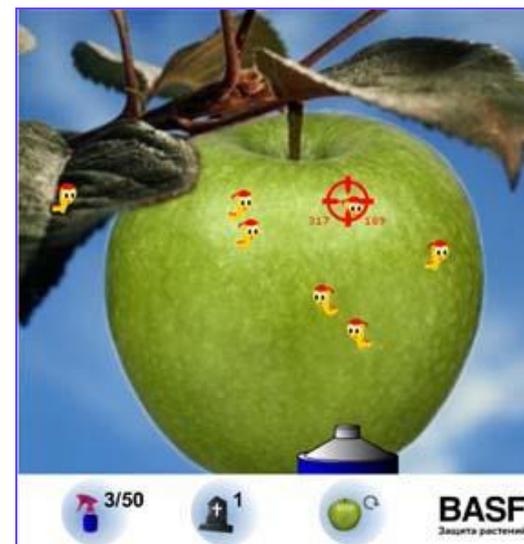
Школы, направленные на повышение уровня знаний групп риска о проблеме

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

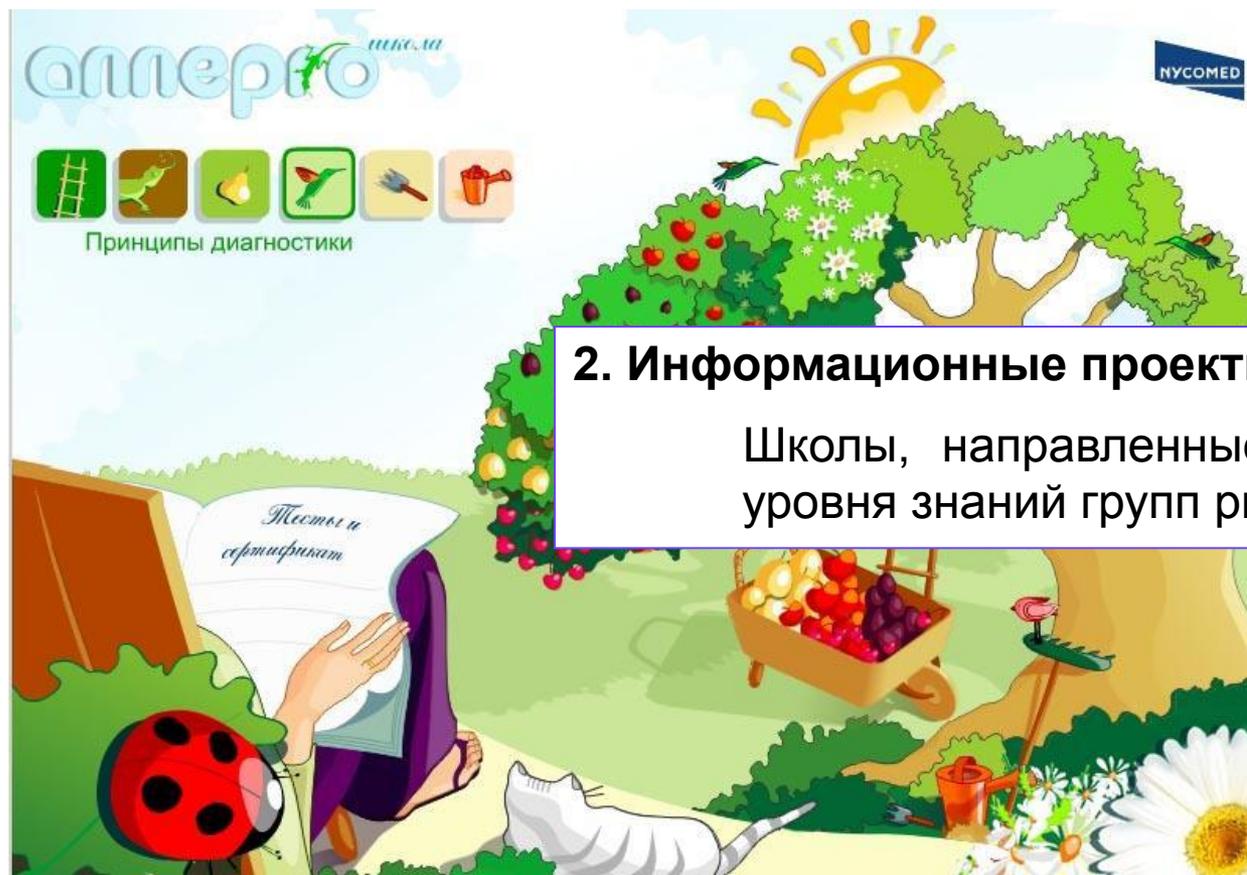
Игры, викторины, анимационные ролики, PR-поддержка основной рекламной кампании



 **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

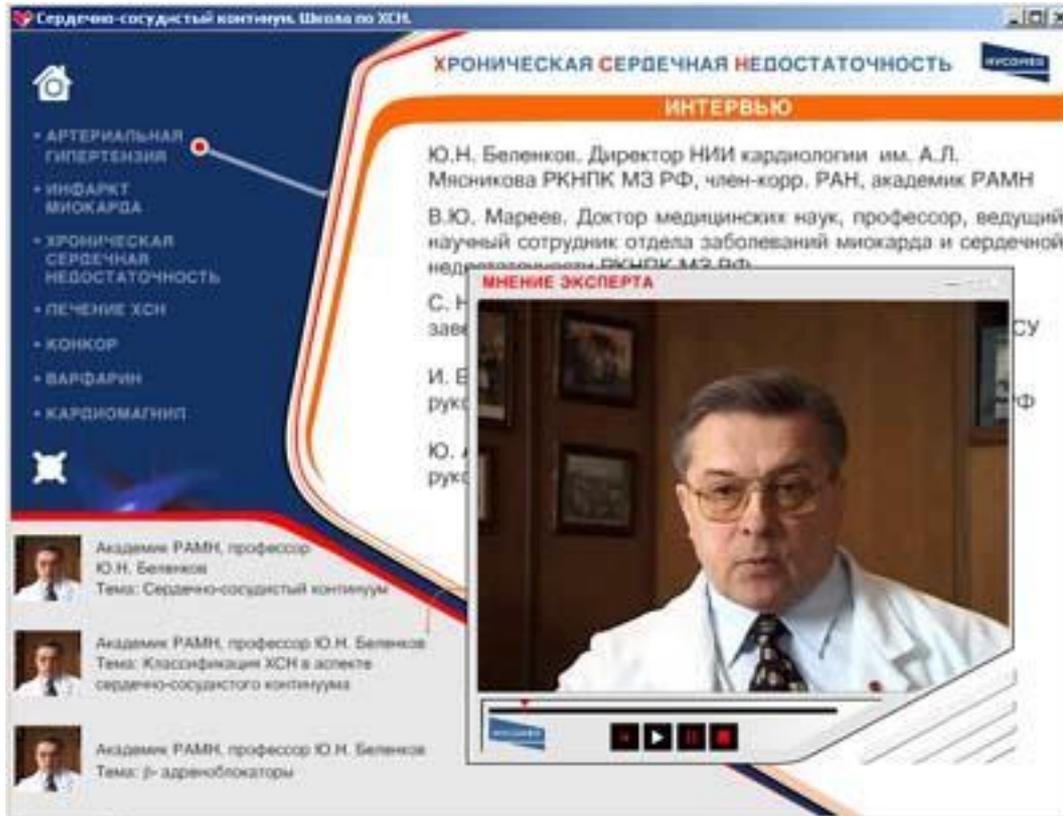


ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ВРАЧЕЙ

Информационные проекты:

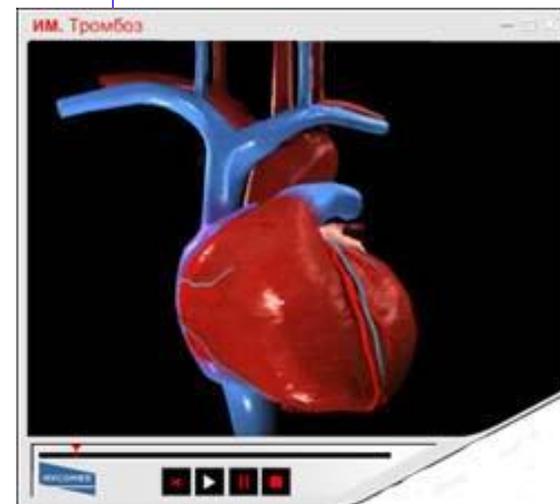
1. Информационный продукт о проблеме, которую эффективно решает продвигаемый препарат, включающий анимацию, большой массив объективной информации о препарате, иллюстрации, видео, интервью с лидерами мнений.
2. Интерактивный справочник о препарате. Вся информация о препарате на одном диске с доступом 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.



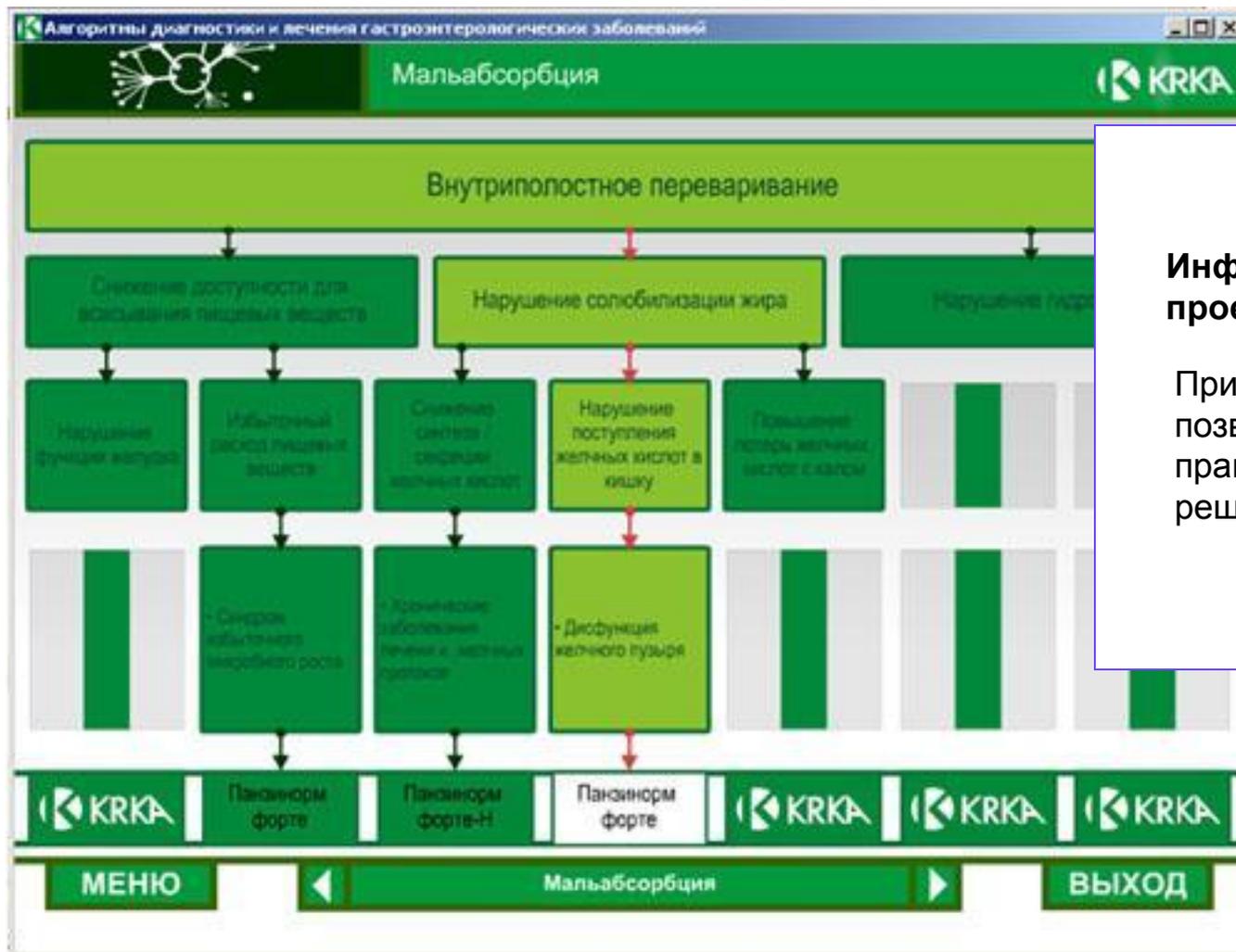
ПРИМЕРЫ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ВРАЧЕЙ

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): Shows 'Активная абсорбция' (Active absorption) where iron is taken up by the intestinal lining. 2. 'Слизистая оболочка кишечника' (Intestinal mucosa): Shows 'Ферритин' (Ferritin) and 'Трансферрин' (Transferrin) involved in the process. 3. 'Кровообращение и хранение' (Circulation and storage): Shows 'Распределение' (Distribution) of iron to 'Включение железа в гемоглобин' (Incorporation of iron into hemoglobin) in red blood cells and 'Хранение' (Storage) in the liver. The diagram uses various icons and arrows to represent the flow of iron and the interaction of different components. A search icon is visible in the top right corner of the content area, 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.

МУЛЬТИМЕДИА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ.

Спасибо за внимание!

МУЛЬТИМЕДИА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ.

Спасибо за внимание!