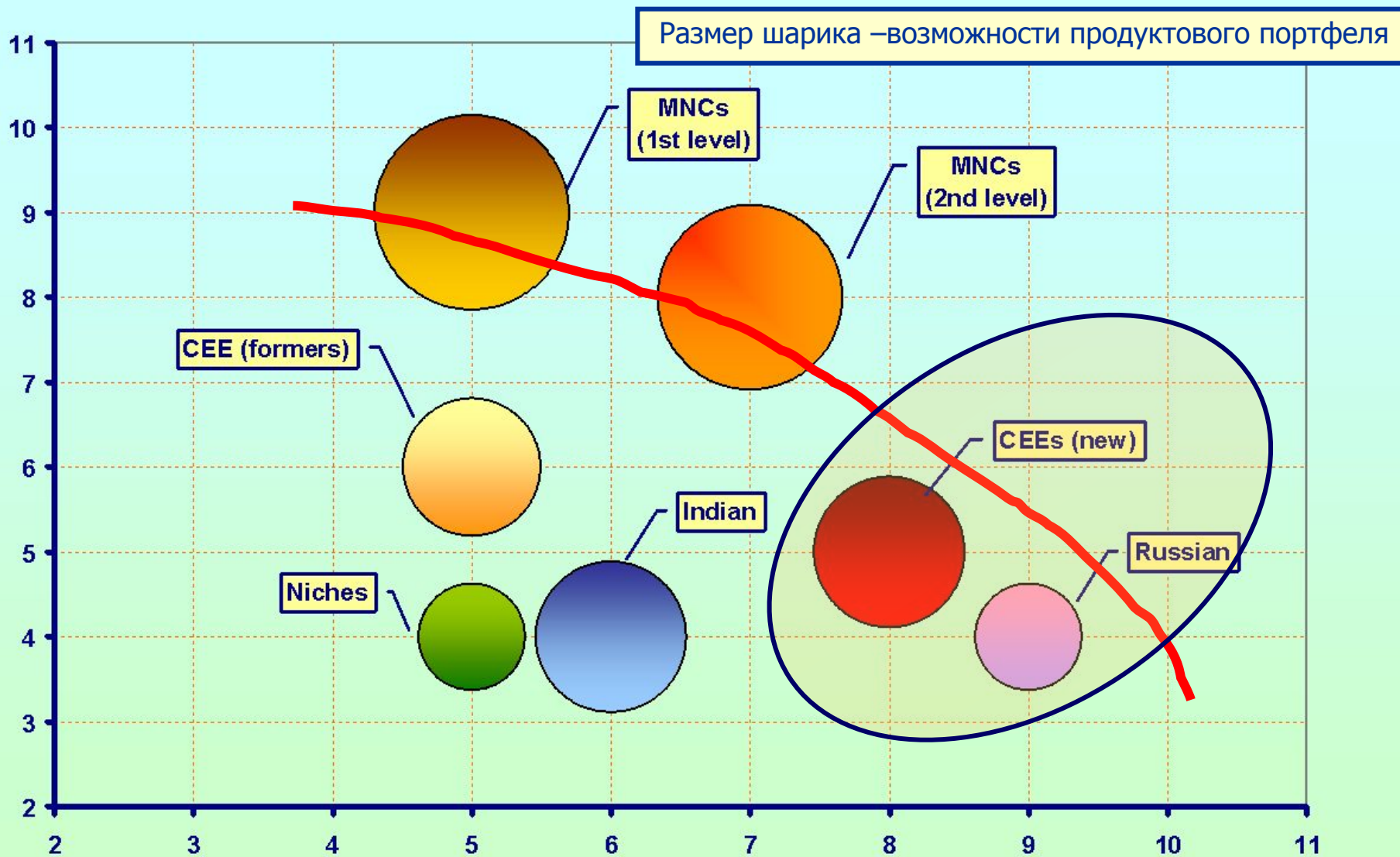


Отечественные компании и система продвижения лекарственных препаратов

***Олег Фельдман,
Генеральный директор компании КОМКОН-Фарма***



Company Score



- Формирование диверсифицированного портфеля
 - Нижфарм (Гексикон, Хондроксид, Ливарол, Эссливер, Фунготербин)
 - ОЛ (Фенотропил, Румикоз, Зитролид, Грамидин, Зорекс, БиоМакс, ГАМСы)
 - Акрихин (Быструм гель, Акридерм, Клиндацин, Акридилол, Микозорал)
 - Фармстанадарт (Арбидол, Компливит, Коделак, Терпинкод, Пенталгин, Азитрокс)
- Формирование разветвленной сети медицинских представителей
- Совершенствование бизнес-процессов:
 - Информационное и аналитическое обеспечение
 - Использование механизмов marketing mix



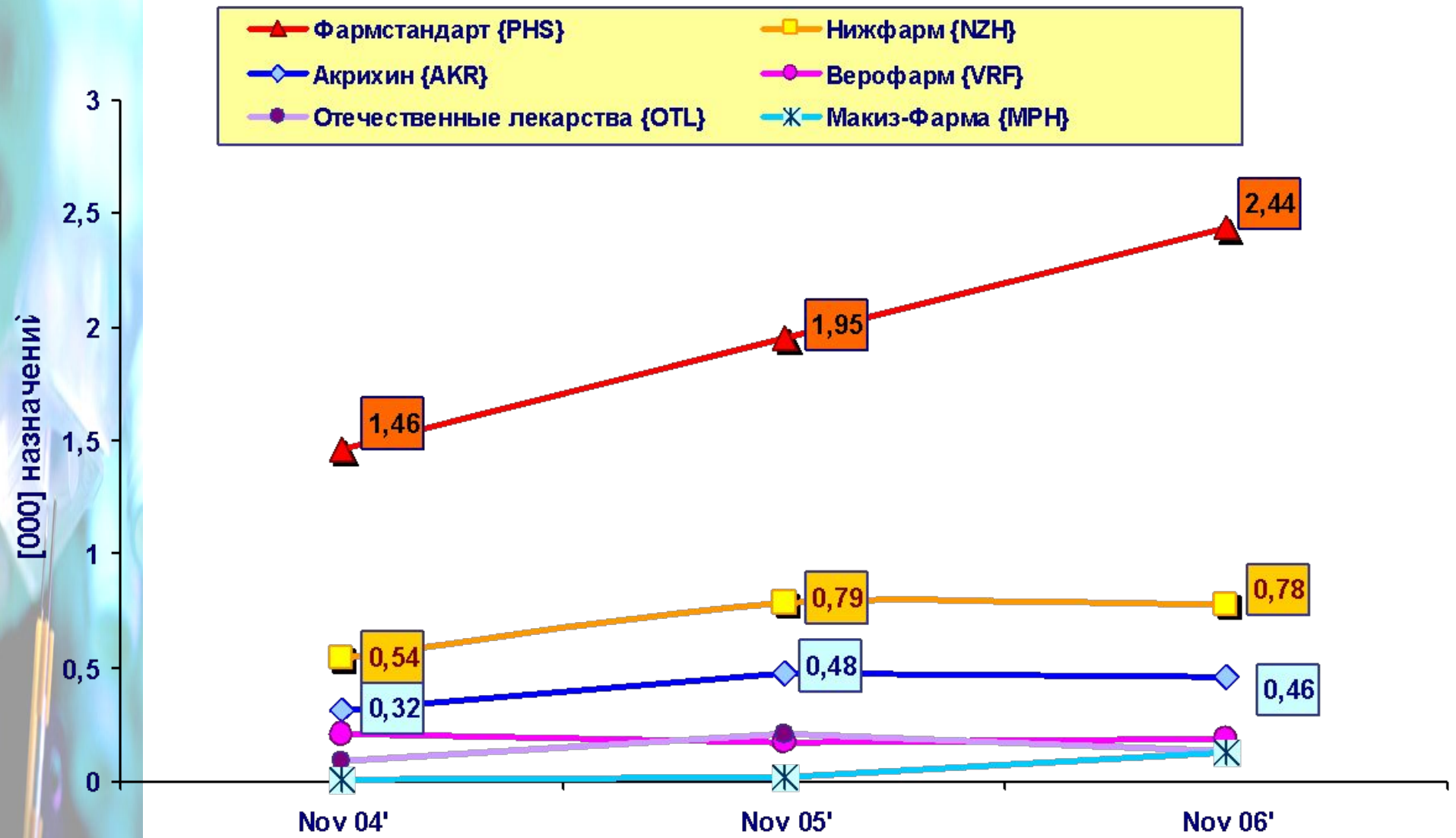
- Инновационные (?) продукты
 - ОЛ (Фенотропил, Зорекс)
- Брендированные генерики Rx
 - ОЛ (Румикоз, Зитролид)
 - Акрихин (Акридилол)
 - Макиз-фарма (Карведилол, Амлотоп)
 - Верофарм (Зи-фактор, Мотилак, Ирунин)
- ОТС
 - Акрихин (Быструм гель)
 - Отеч. Лекарства (Граמידин, БиоМаАкс, ГАМСы)
 - Фармстандарт (Арбидол, Пенталгин, Терпинкод)
- Аутсорсинг в продвижении
 - Верофарм (ФАКТИВ)

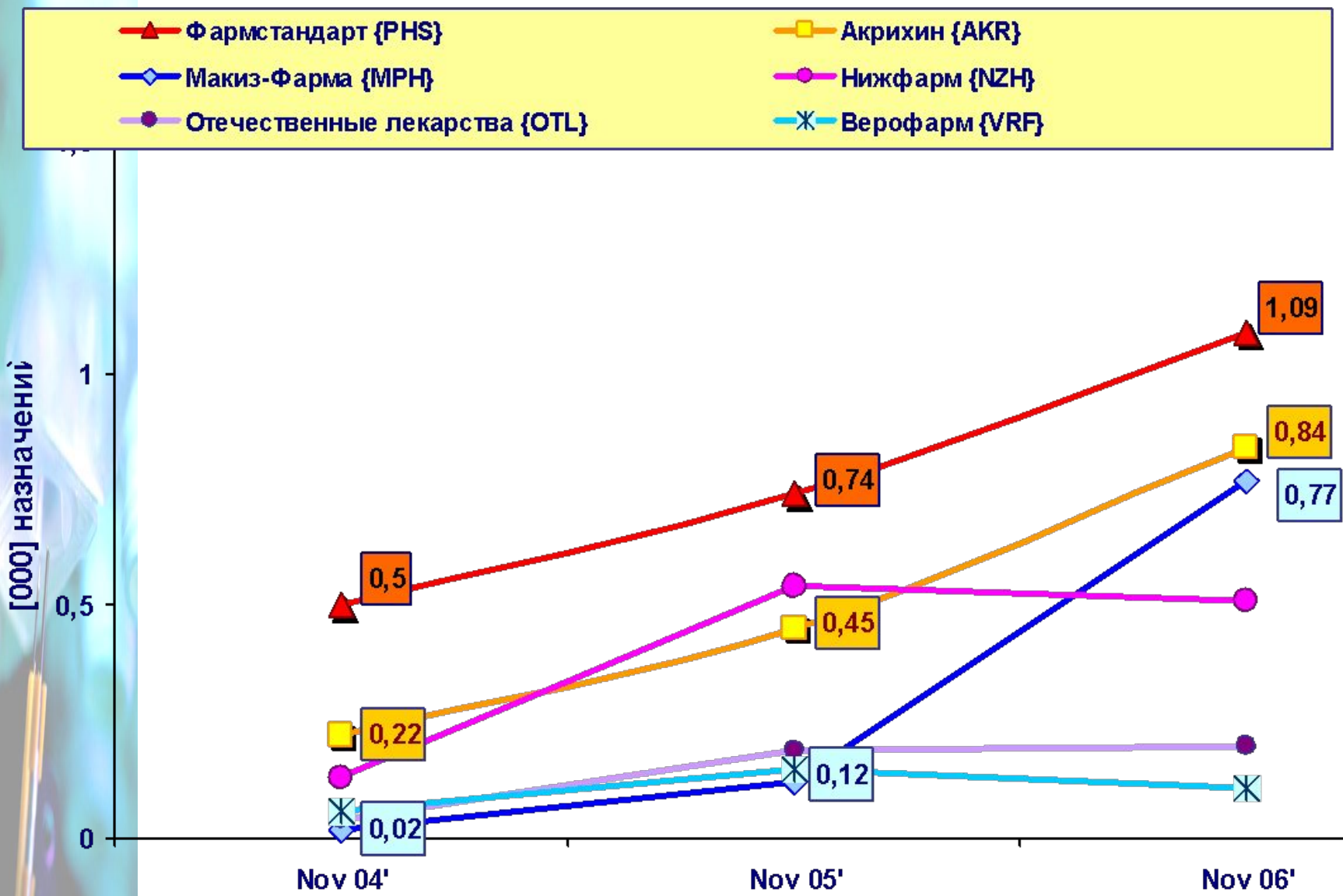


- Позиционирование (происхождение – цена) – ‘me too’
- Розничная стоимость продуктов vs. затраты на их продвижение (ROI) – как обеспечить объем реализации?
- Сверхожидания и сверхобещания
- Требуемое время для созревания SF
 - Региональная неоднородность в представленности SF
- Разработка портфеля:
 - Инновационные препараты
 - Брендированные генерики (очень сильные конкуренты)
 - Генерические генерики
- Конкуренция в одинаковых нишах
- Инерция в clear vision

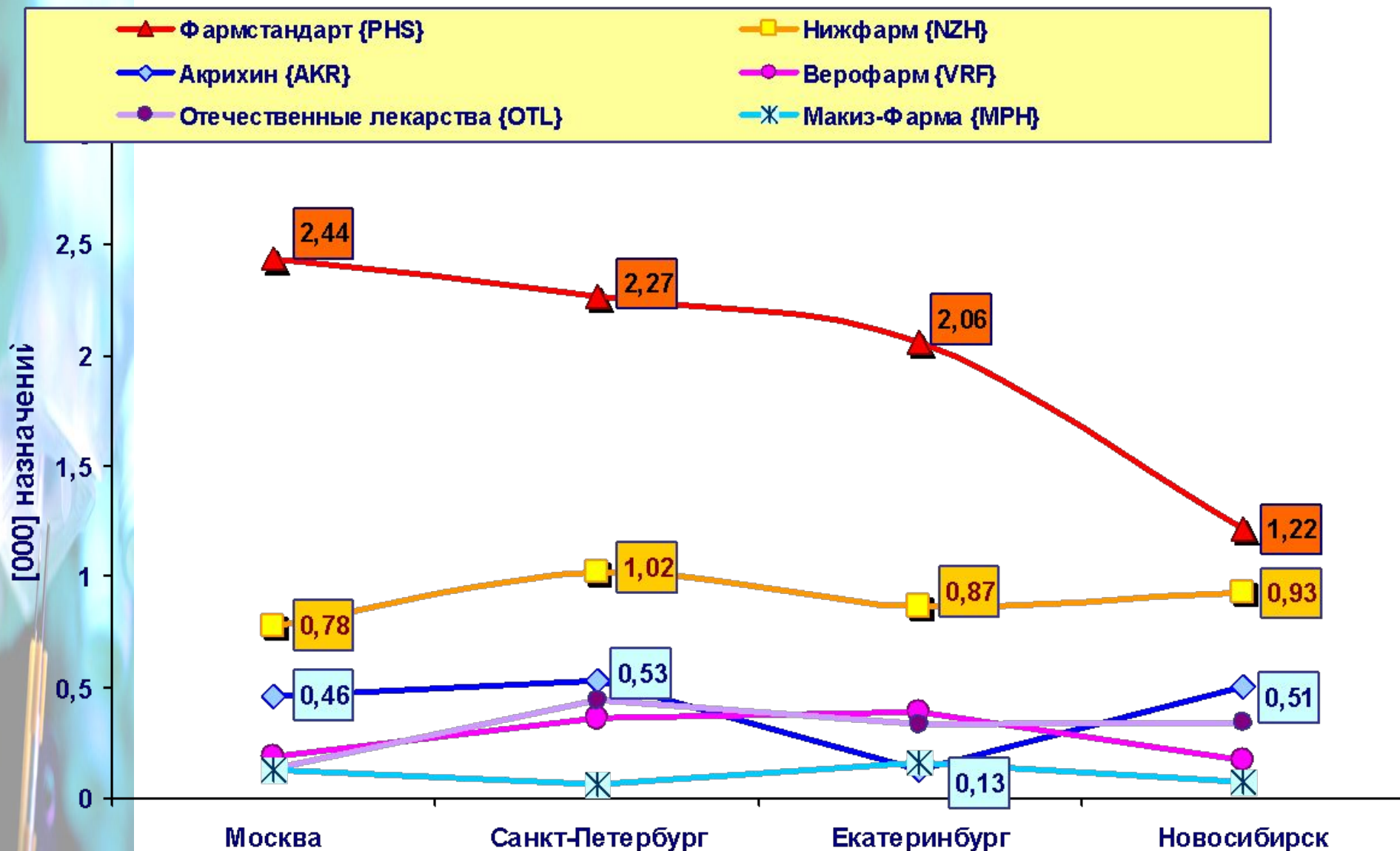


Доли компаний в назначениях врачей (Коммерческий сегмент)

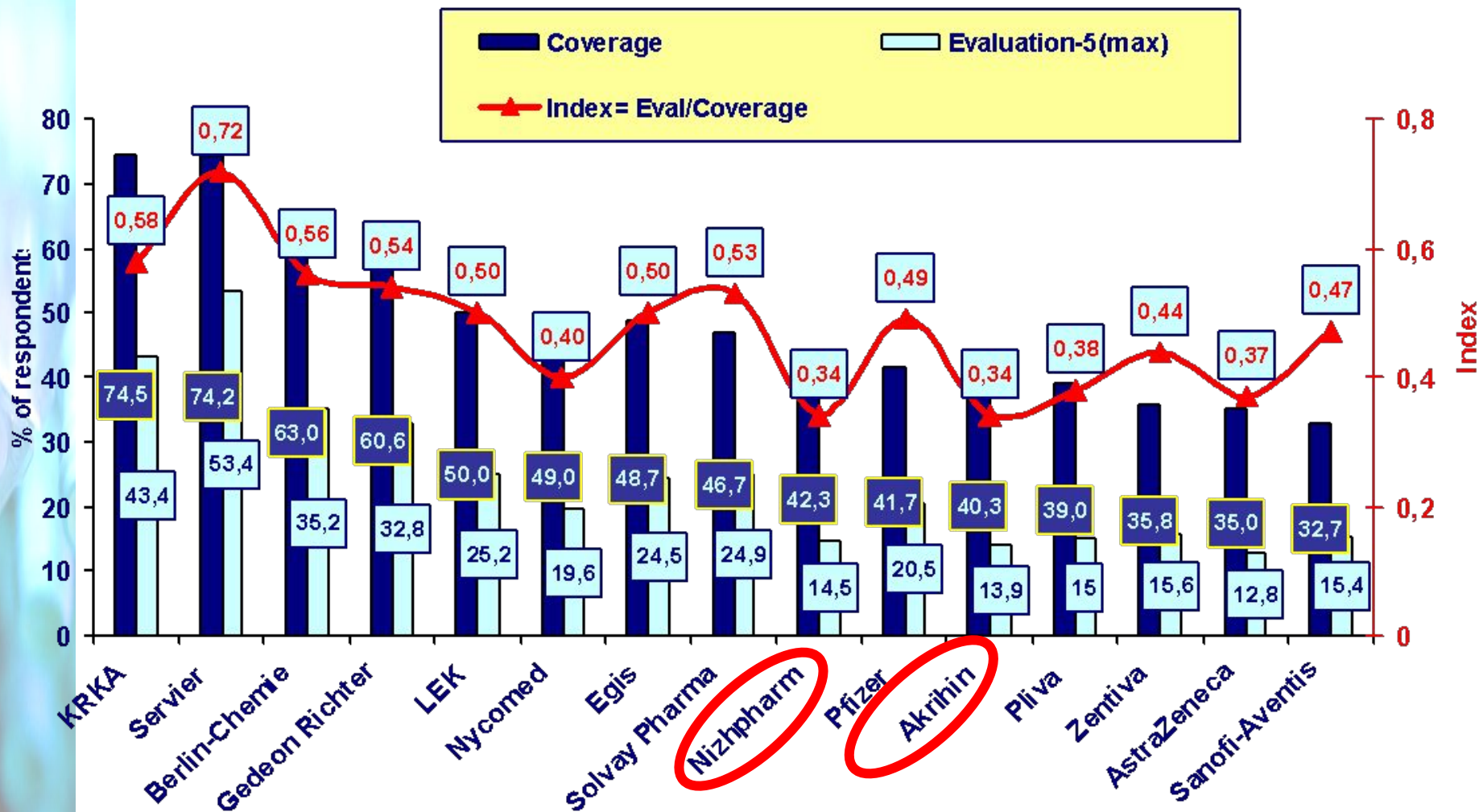




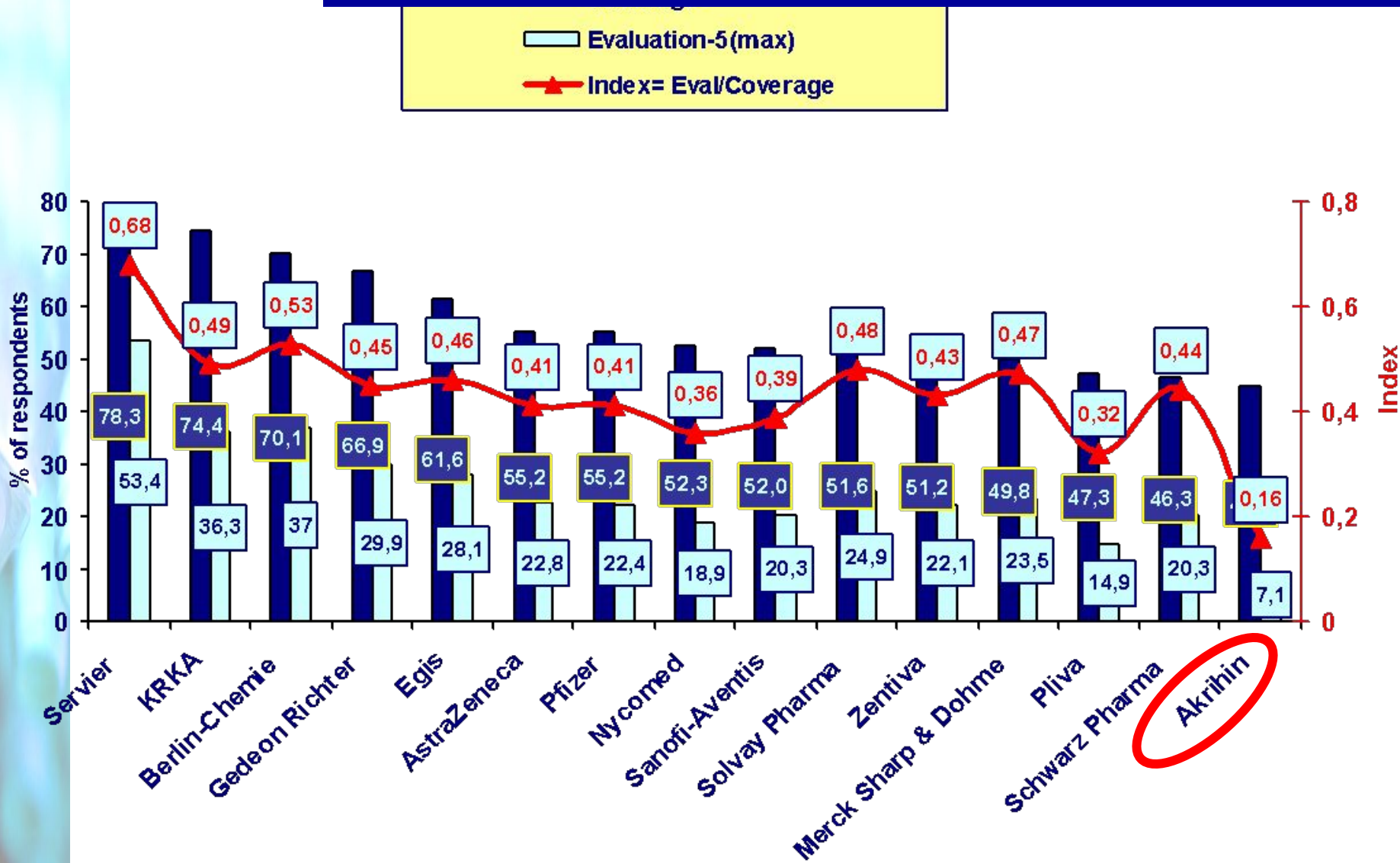
Доли компаний в назначениях врачей по городам (Коммерческий сегмент)



Активность медицинских представителей и оценка их работы терапевтами (TOP 15)

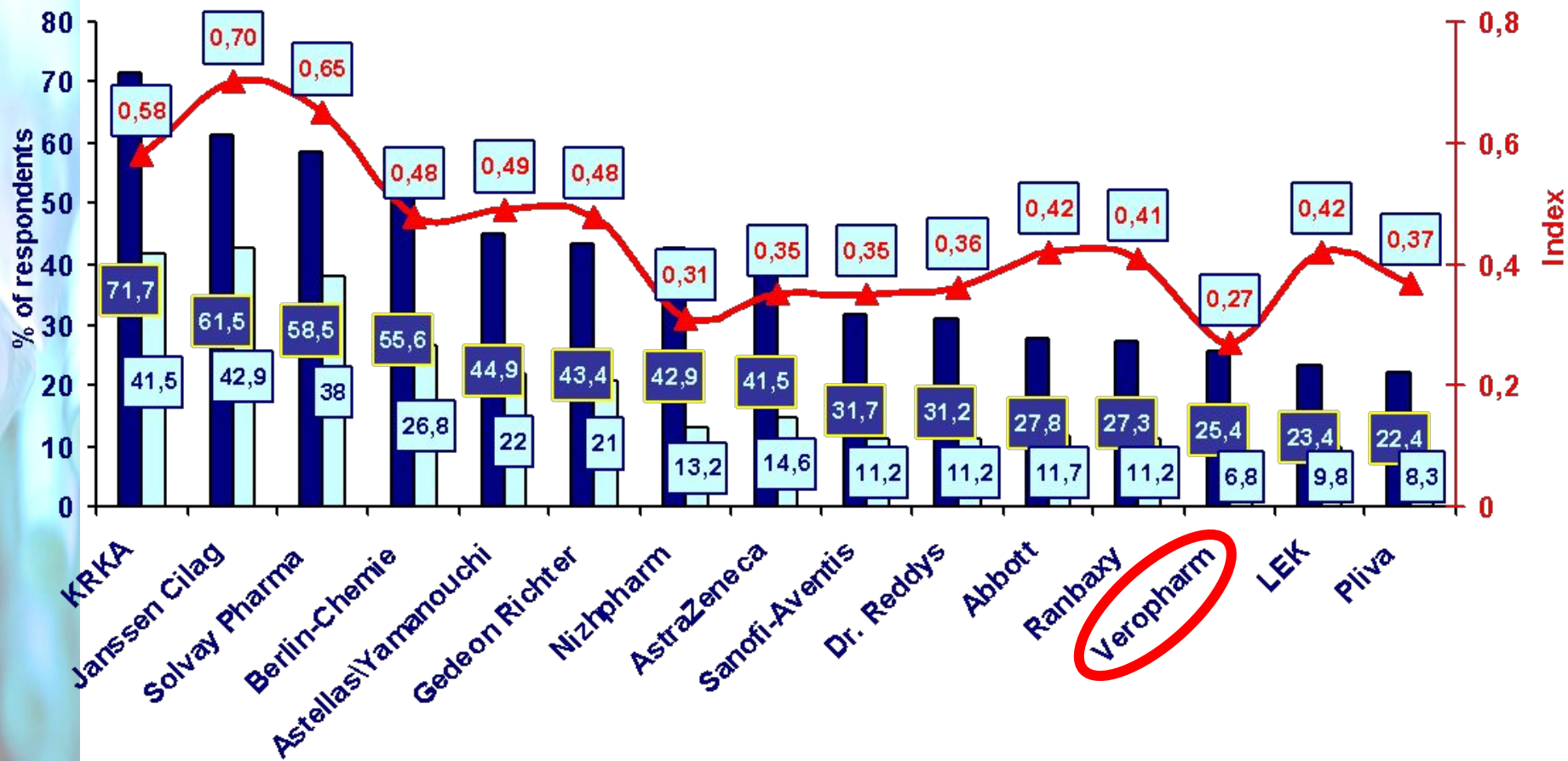


Активность медицинских представителей и оценка их работы кардиологами (TOP 15)

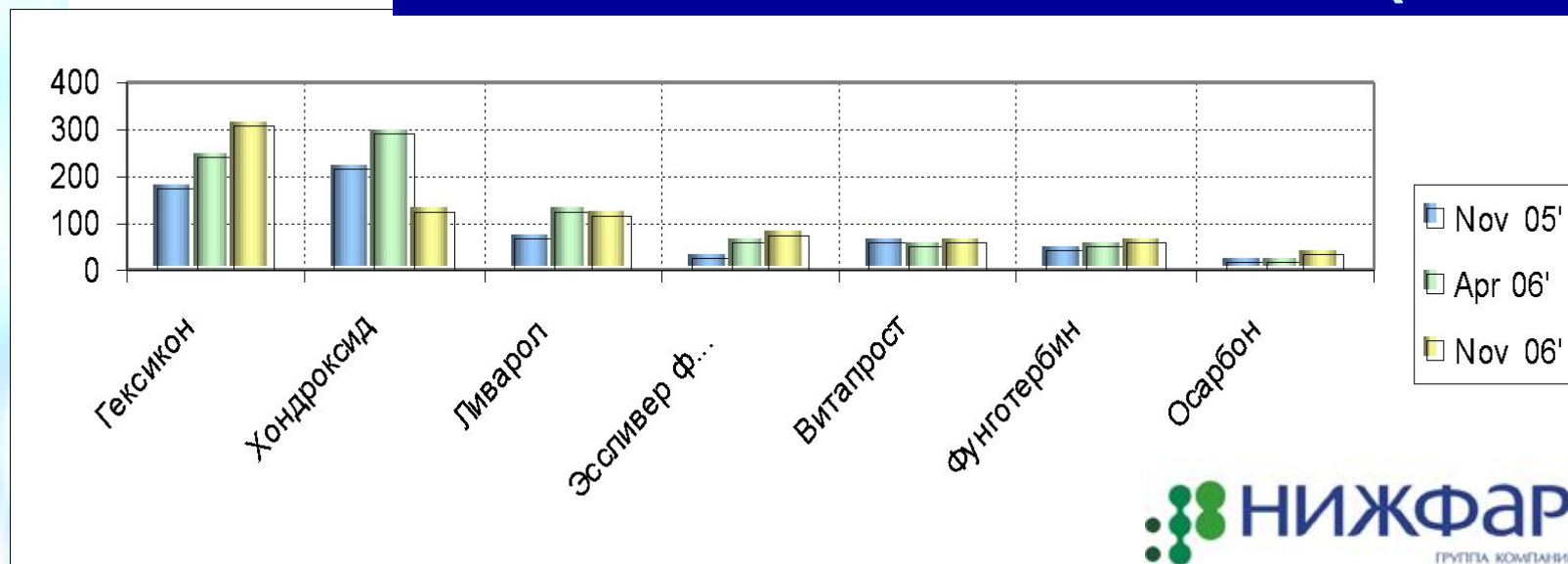


Активность медицинских представителей и оценка их работы гастроэнтерологами (TOP 15)

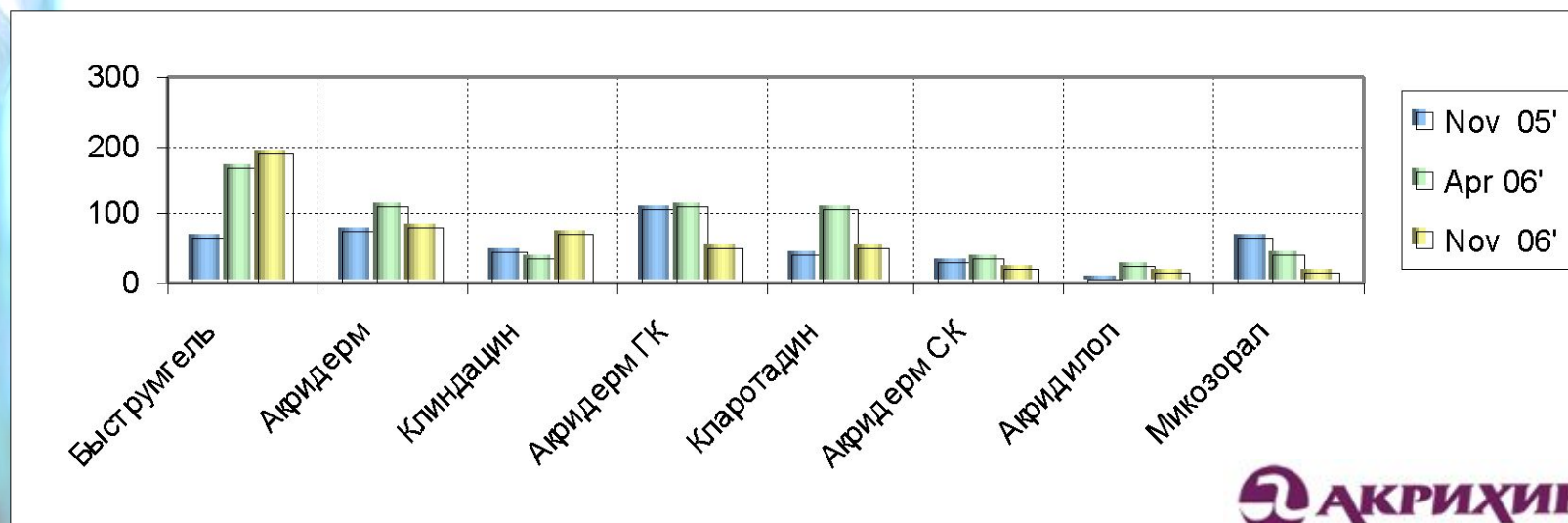
Evaluation-5(max)
▲ Index= Eval/Coverage



Динамика назначений препаратов врачами (тыс. назначений)



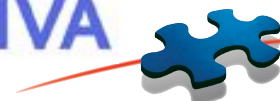
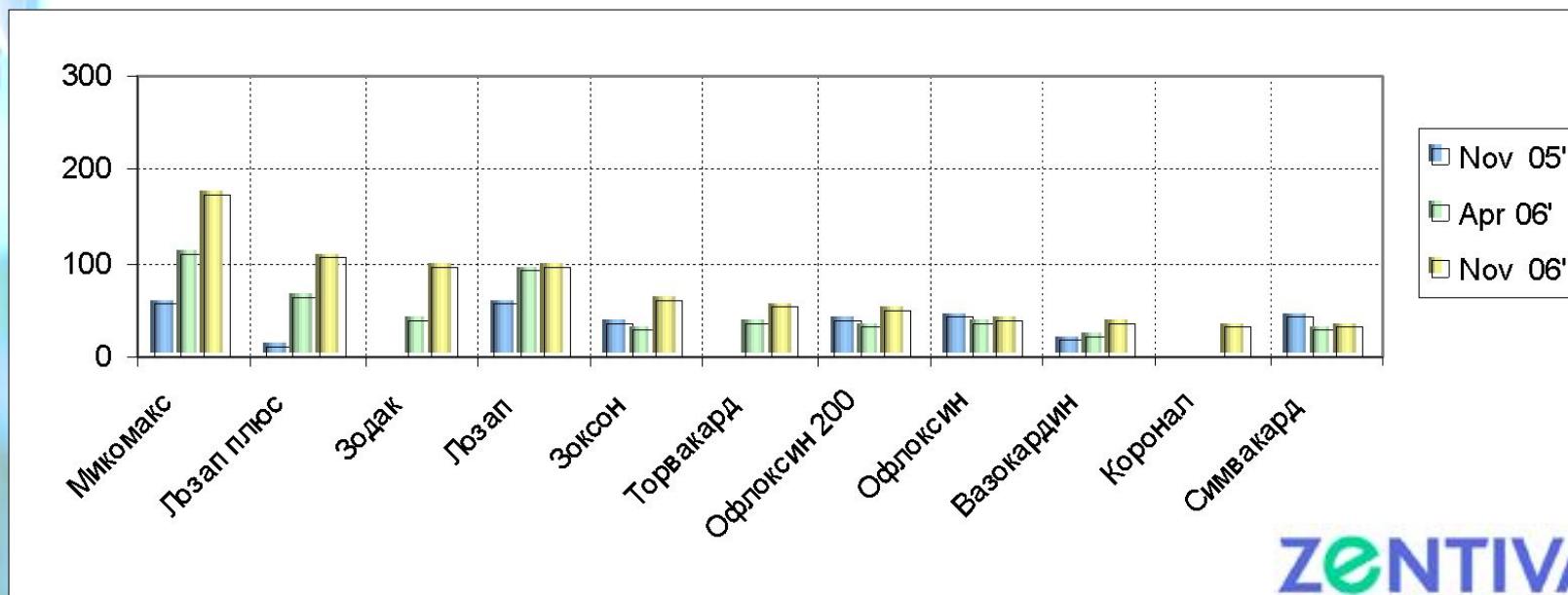
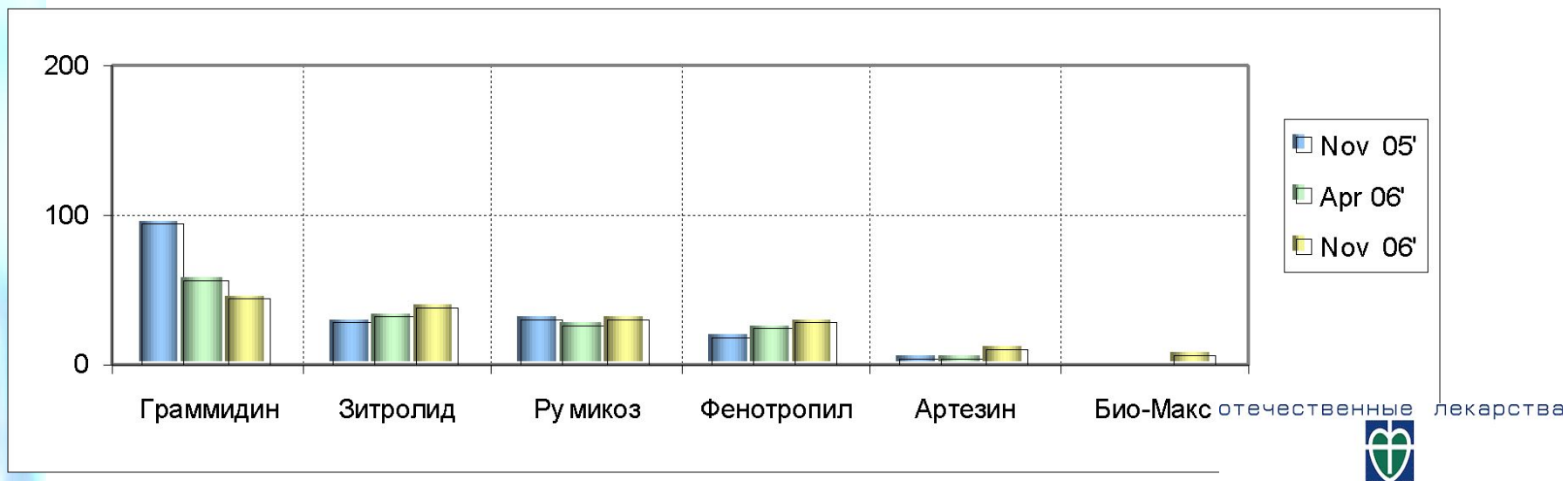
НИЖФАРМ
ГРУППА КОМПАНИЙ SEDA



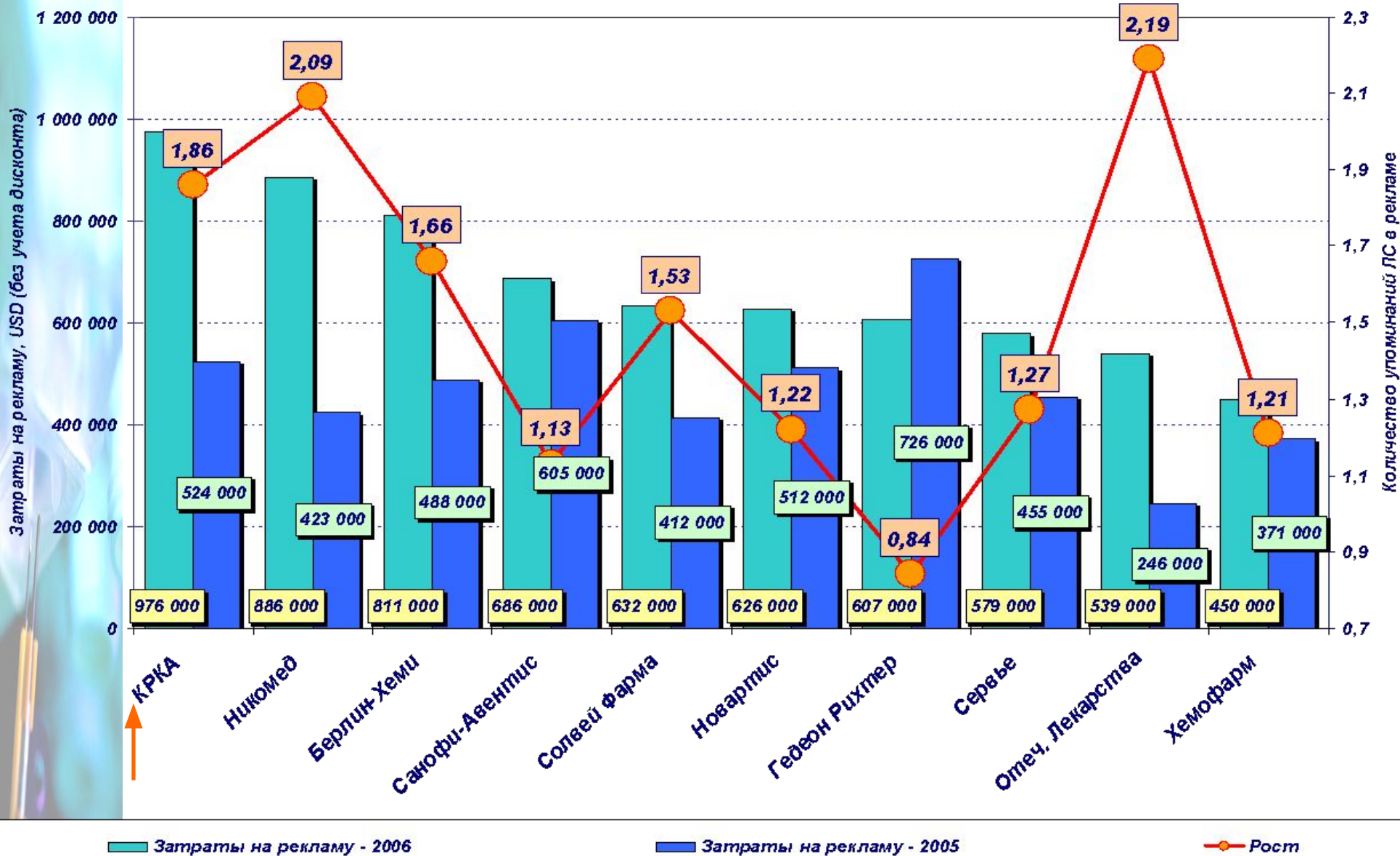
АКРИФИН



Динамика назначений препаратов врачами (тыс. назначений)



Затраты и объемы рекламы в специализированных печатных СМИ (2005 – 2006)



- Новый кластер
 - Акрихин (Polapharma)
 - Нижфарм (Stada)
 - Зио «Здоровье» (Actavis)

Сценарий

- Не принадлежность, а место производства
 - КРКА
 - Gedeon Richter
 - Servier
 - Hemofarm



- Последовательное наращивание SF
- Селективность в разработке портфеля
- Стремление выйти в сегмент инновационных препаратов



- **Сценарий 1**
 - Часть мировой системы фарминдустрии
- **Сценарий 2**
 - Особый «государственный» путь развития – куда?
- **Сценарий 3**
 - «Отважные герои всегда идут в обход»



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

