

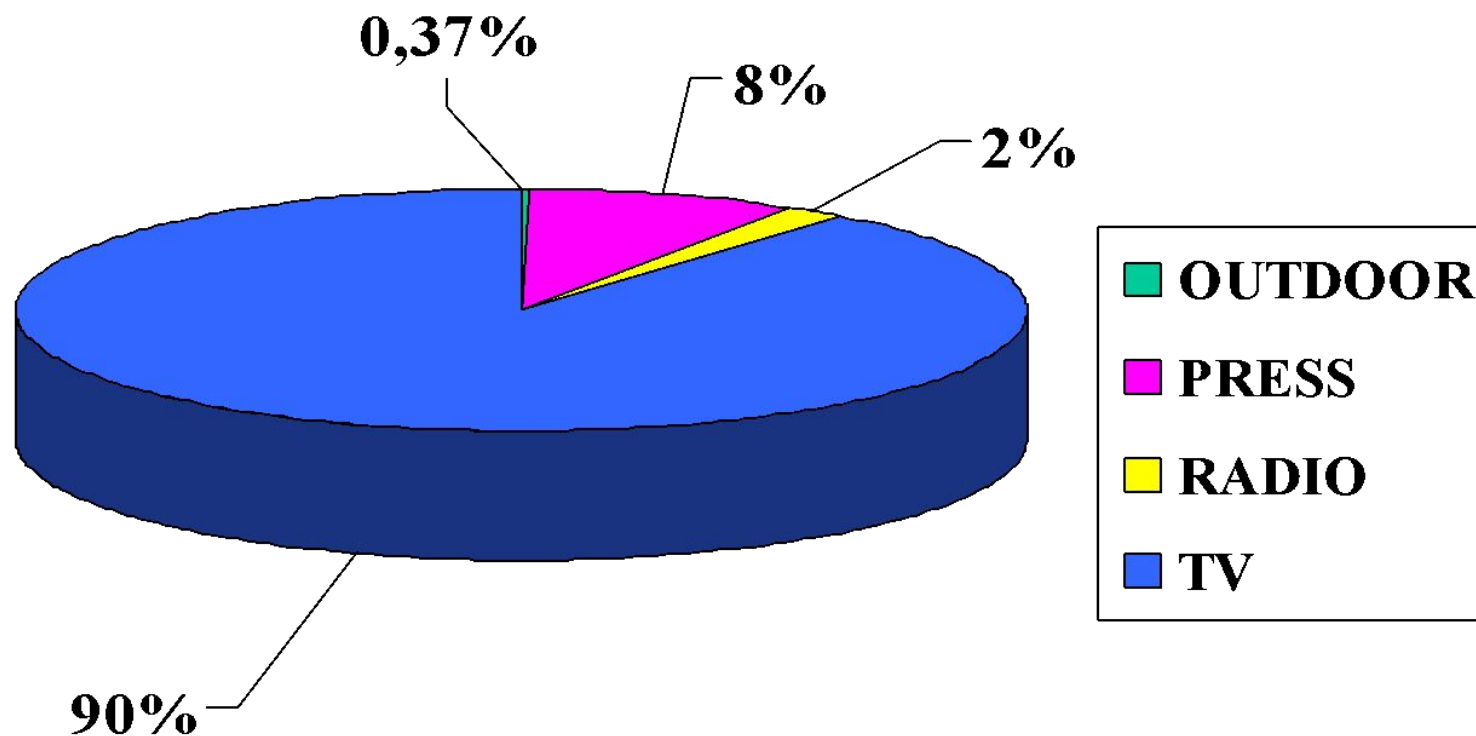
Рынок ОТС препаратов: больше рекламы - выше продажи?

Использованы данные мониторинга рекламы компании GallupMedia. Данные о стоимостных объемах основаны на стандартных прайс-листах (без учета скидок и других финансовых условий).

08/14/2023

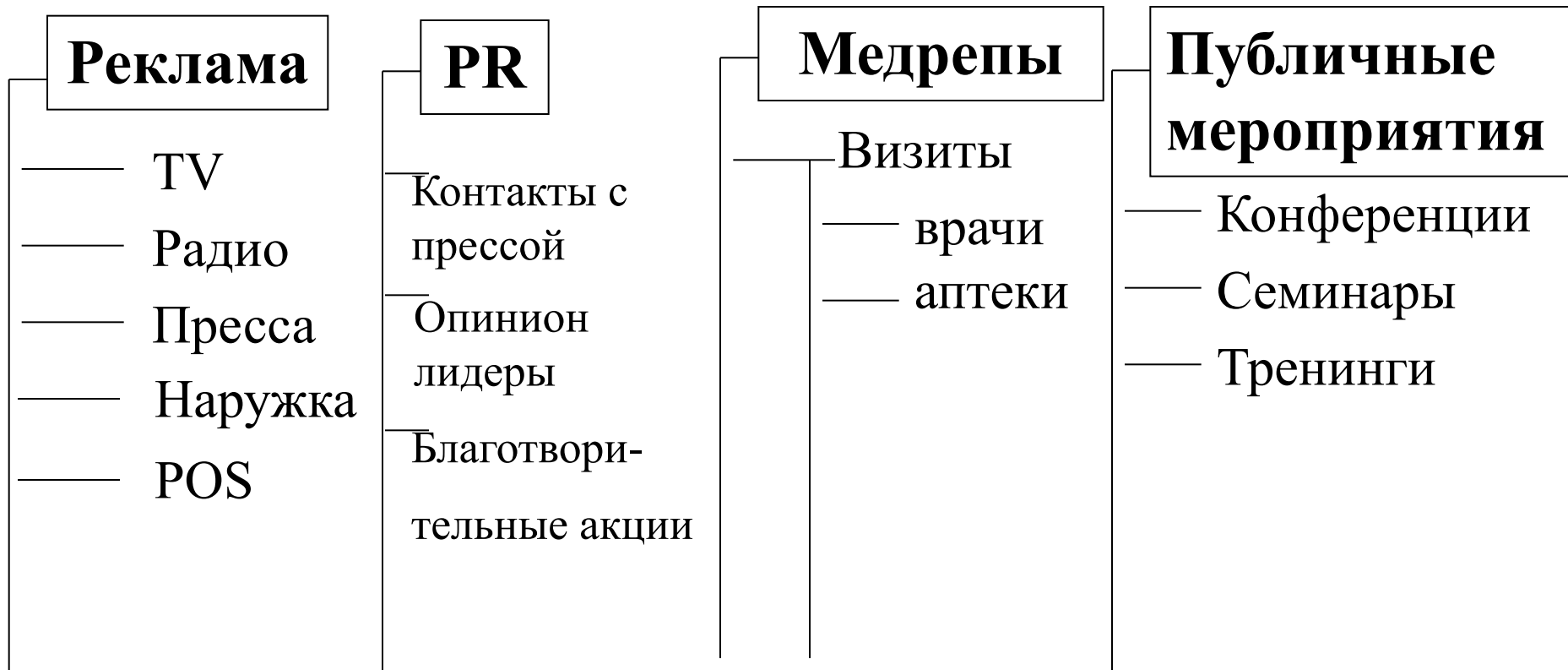
1

Распределение бюджета фармацевтической рекламы по носителям



Комплекс продвижения ОТС препаратов

Большинство компаний строят продвижение препаратов, используя все имеющиеся инструменты. Наиболее активно развивается институт медрепов.



Проблема:

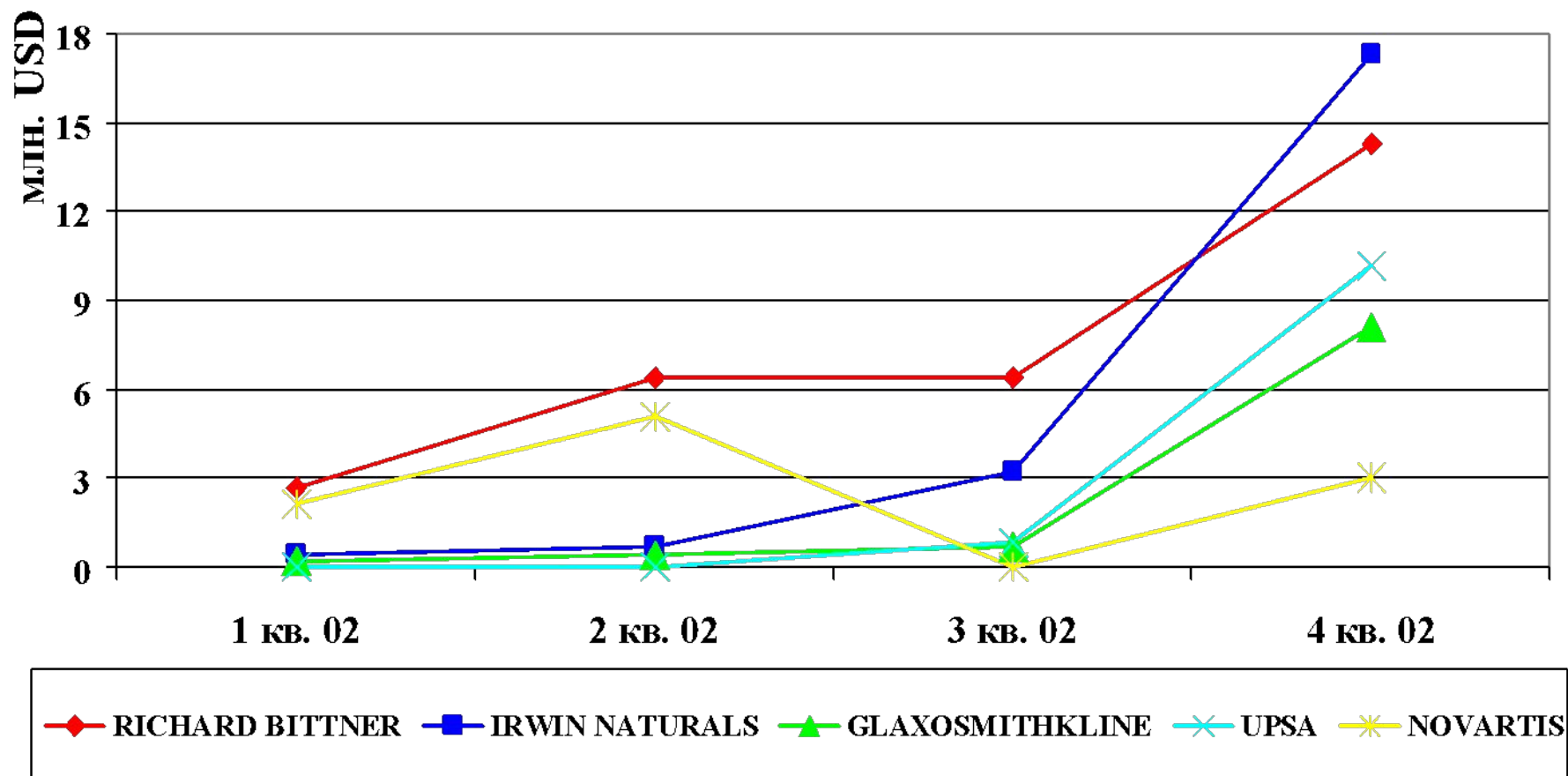
Измерение эффективности рекламных кампаний и обоснование дальнейших инвестиций в рекламу.

Часто встречаемый пример.

Продажи быстро растут. Что стало причиной: удачная реклама? действия РЕПов?.. Уход с рынка конкурента?.. погода?

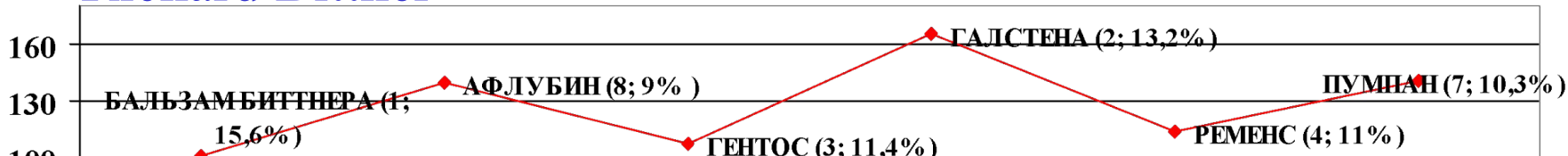
Крупнейшие рекламодатели фармацевтической отрасли

Квартальная динамика в 2002 г. (группа 1)

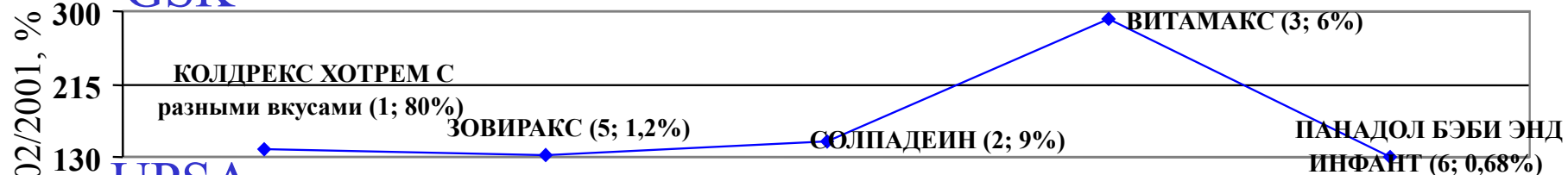


Динамика продаж и доля в рекламном бюджете компании

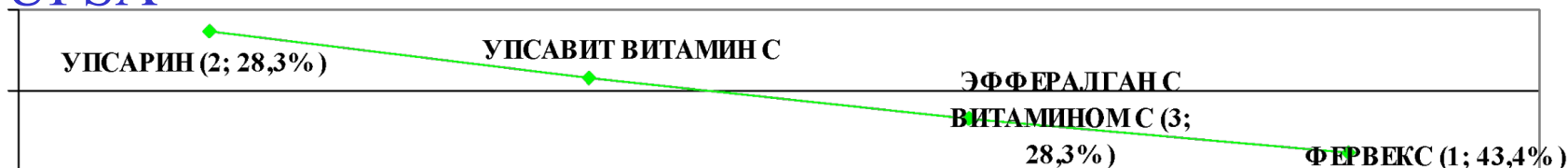
Richard Bittner



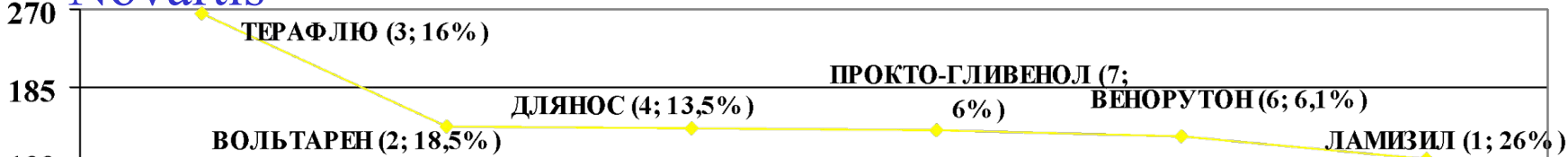
GSK



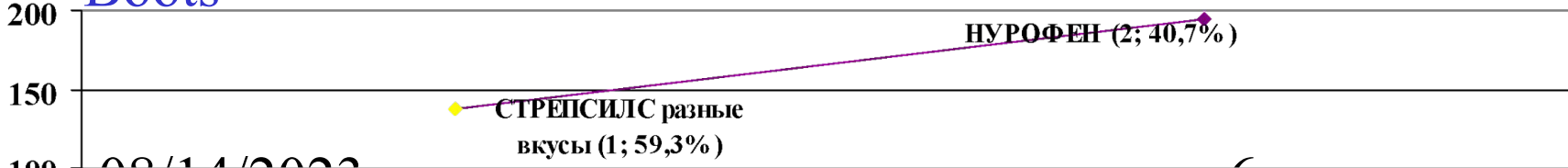
UPSA



Novartis



Boots

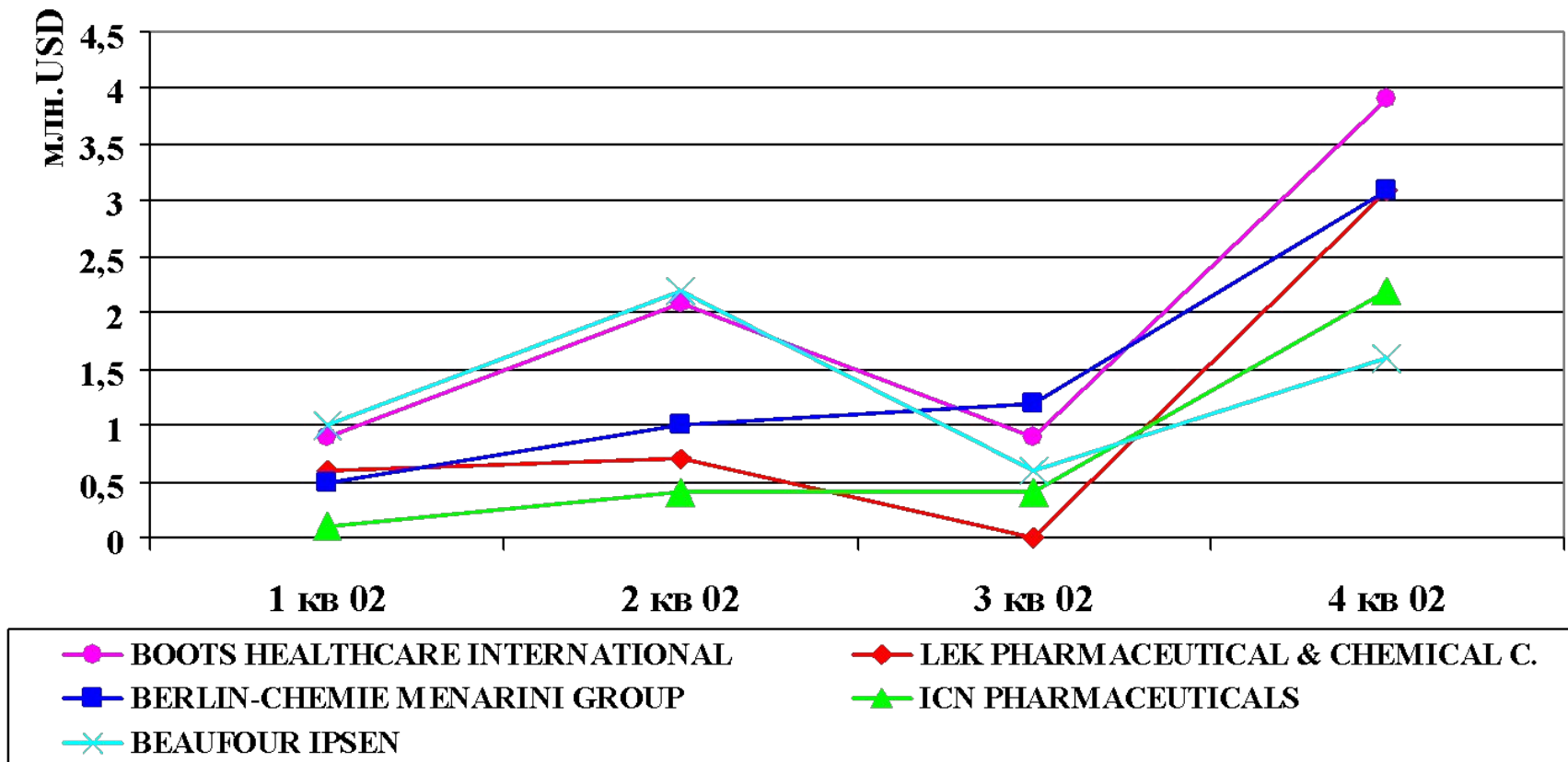


08/14/2023

6

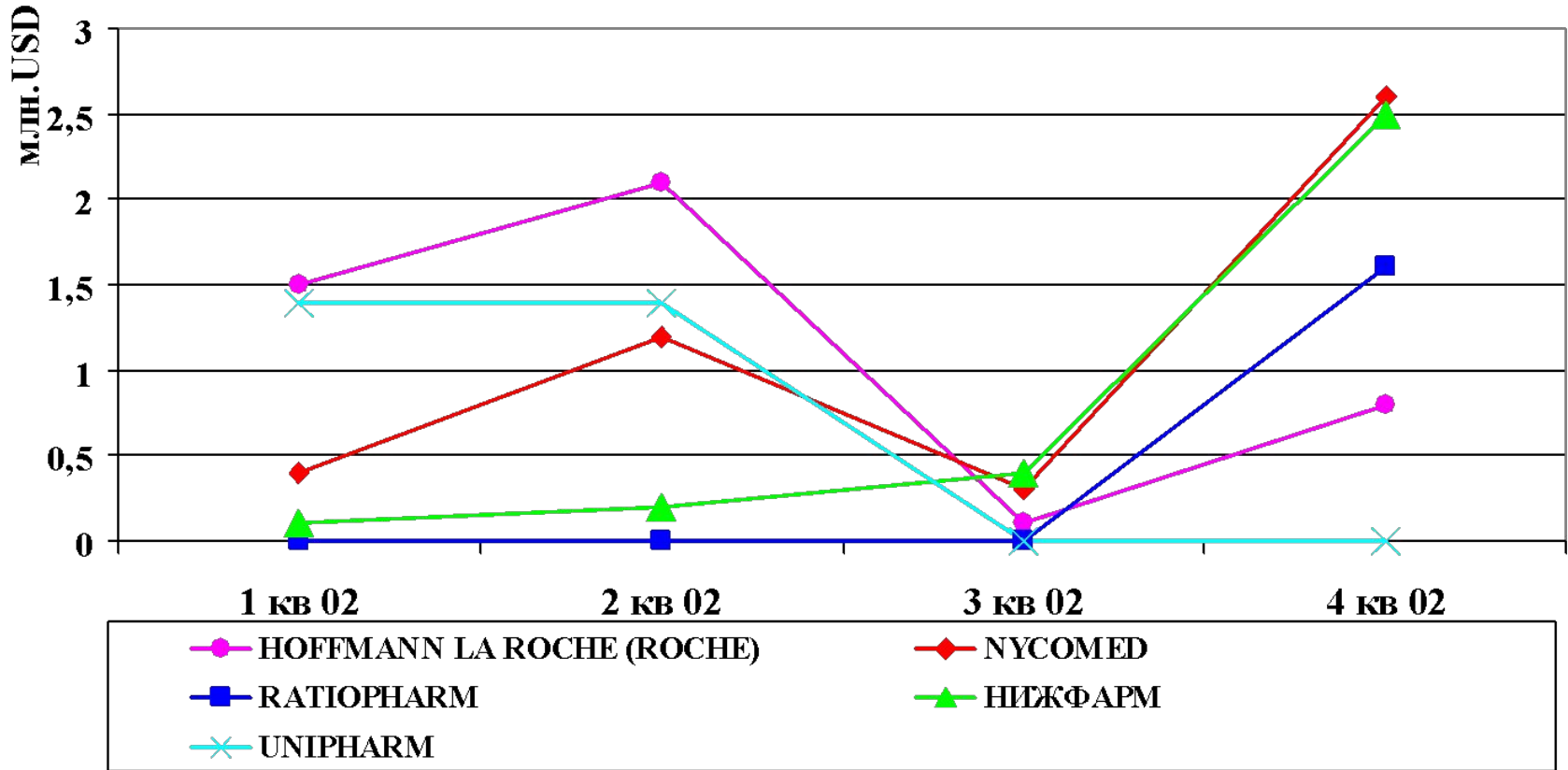
Крупнейшие рекламодатели фармацевтической отрасли

Квартальная динамика в 2002 г. (группа 2)



Крупнейшие рекламодатели фармацевтической отрасли

Квартальная динамика в 2002 г. (группа 3)



ТОР-10 **ОТС** препаратов с наиболее высокими темпами роста продаж по отношению к 2001 г.

рейтинг 2002	рейтинг 2001	препарат	производители	мнн	розничные продажи, млн. USD	2002/ 2001, %	доля, %
78	197	ВИТАМАКС	GSK	-	2,3	291,6	0,2
13	54	ТЕРАФЛЮ	NOVARTIS	-	8,0	262,6	0,7
84	183	НАЙЗ	ДР РЕДДИ'С	Нимесулид	2,2	251,6	0,2
69	139	ЭССЛИВЕР	НИЖФАРМ	-	2,9	233,1	0,2
48	94	ВИТАПРОСТ	НИЖФАРМ	-	4,1	219,1	0,3
51	92	МЕРИДИА	РОШ	Сибутрамин	4,0	211,8	0,3
90	153	МУЛЬТИ-ТАБС	ФЕРРОСАН	-	2,1	185,7	0,2
20	42	ЛИНЕКС	ЛЕК	Лебенин	6,8	176,5	0,6
47	71	КОДЕЛАК	ICN РОССИЯ	-	4,2	171,8	0,3
37	85	ДИФЛЮКАН	ПФАЙЗЕР	Флуконазол	6,8	163,4	0,4

ТОР-10 **ОТС** препаратов с наиболее высокими темпами роста продаж по отношению к 2001 г. Уровень рекламной поддержки

препарат	производитель	МНН	розничные продажи, млн. USD	2002/ 2001, %	уровень рекламной поддержки
ВИТАМАКС	GSK	-	2,3	291,6	0,3
ТЕРАФЛЮ	NOVARTIS	-	8,0	262,6	0,6
НАЙЗ	ДР РЕДДИ'С	Нимесулид	2,2	251,6	-
ЭССЛИВЕР	НИЖФАРМ	-	2,9	233,1	0,0016
ВИТАПРОСТ	НИЖФАРМ	-	4,1	219,1	0,3
МЕРИДИА	ЭББОТ	Сибутрамин	4,0	211,8	0,1
МУЛЬТИ-ТАБС	ФЕРРОСАН	-	2,1	185,7	1,0
ЛИНЕКС	ЛЕК	Лебенин	6,8	176,5	0,1
КОДЕЛАК	ICN РОССИЯ	-	4,2	171,8	0,5
ДИФЛЮКАН	ПФАЙЗЕР	Флуконазол	6,8	163,4	0,3

Рекламные затраты препарата Мульти-Табс взяты за единицу

08/14/2023

данные Gallup Media

10

DrugLine

TOP-10 **ОТС** препаратов по объему розничных продаж в 2002 г.

rank 2002	rank 2001	preparation	INN	mln. USD	2002/2001, %	share, %
1	1	NO-SPA	Drotaverin	23,3	119,9	1,9
2	2	VITRUM	-	17,0	103,4	1,4
3	3	NIZORAL	Ketokonazol	15,9	101,0	1,3
4	4	FERVEX	-	11,1	103,9	0,9
5	10	VALOKORDIN	-	10,2	143,9	0,8
6	11	COLDREX HOTREM	Paracetamol+Fenilefrin+Asc orbic acid	9,5	137,5	0,8
7	8	NOVO-PASSIT	-	9,3	109,7	0,8
8	19	TEMPALGIN	-	9,0	154,6	0,7
9	5	GALAZOLIN	Xilometazolin	8,9	98,5	0,7
10	6	KORVALOL	-	8,5	96,4	0,7

ТОР-10 **ОТС** препаратов по объему розничных продаж. Уровень рекламной поддержки

препарат	МНН	млн. USD	2002/ 2001, %	уровень рекламной поддержки
НО-ШПА	Дротаверин	23,3	119,9	0,3
ВИТРУМ	-	17,0	103,4	0,4
НИЗОРАЛ	Кетоконазол	15,9	101,0	0,1
ФЕРВЕКС	-	11,1	103,9	0,5
ВАЛОКОРДИН	-	10,2	143,9	0,2
КОЛДРЕКС ХОТРЕМ	Парацетамол+Фенилэфрин+Аскорбиновая	9,5	137,5	1,0
НОВО-ПАССИТ	-	9,3	109,7	0,14
ТЕМПАЛГИН	-	9,0	154,6	-
ГАЛАЗОЛИН	Ксилометазолин	8,9	98,5	0,08
КОРВАЛОЛ	-	8,5	96,4	-

Рекламные затраты препарата Колдрекс Хотрем взяты за единицу

Наиболее часто встречающаяся ошибка при планировании рекламных бюджетов...

...массированная реклама продукта, находящегося на излете жизненного цикла. Возможно достижение краткосрочного эффекта, но своевременное изменение тактики, например, обновление бренда, дает лучший результат, а главное - ведет к увеличению прибыли.