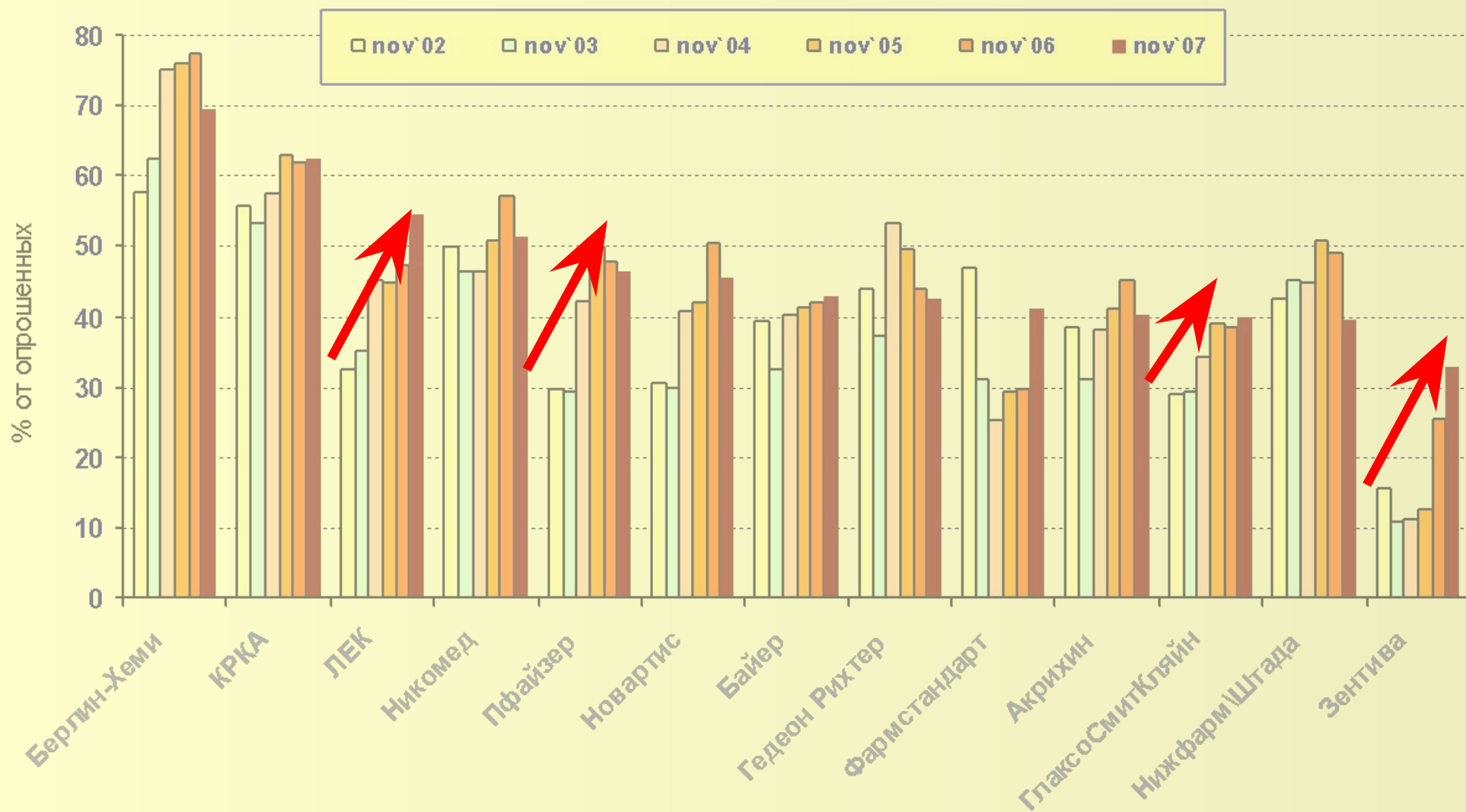


**МЕДИЦИНСКИЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ И ФАРМАЦЕВТ:
ВОЗМОЖНОСТЬ ПАРТНЁРСТВА!?**

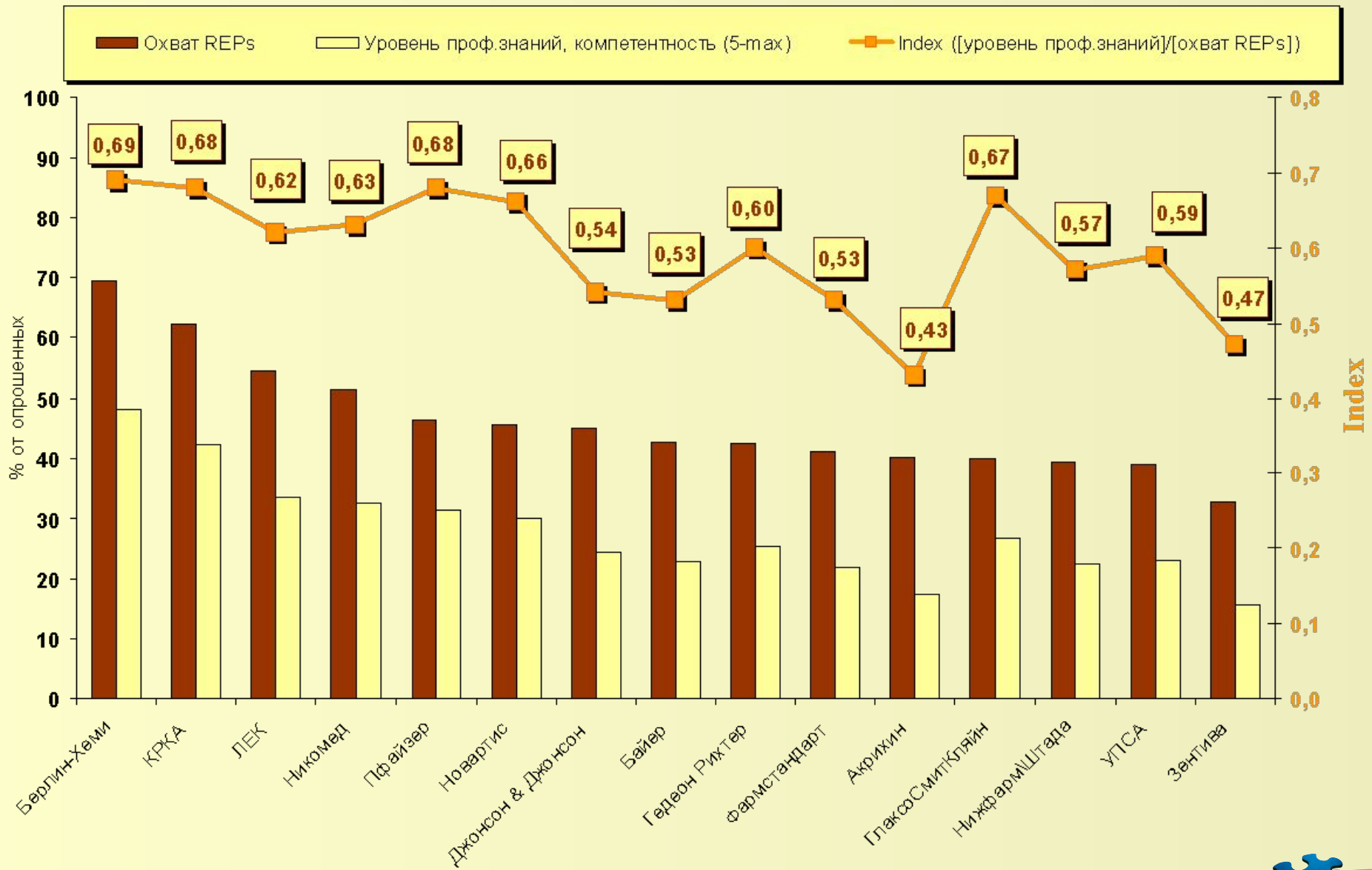
Богдан Светлана

Руководитель проекта КОМКОН-Фарма





Охват аптек MedREPs компаний-производителей и оценка провизорами уровня их профессиональных знаний (TOP 15)



МЕДИЦИНСКИЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ :

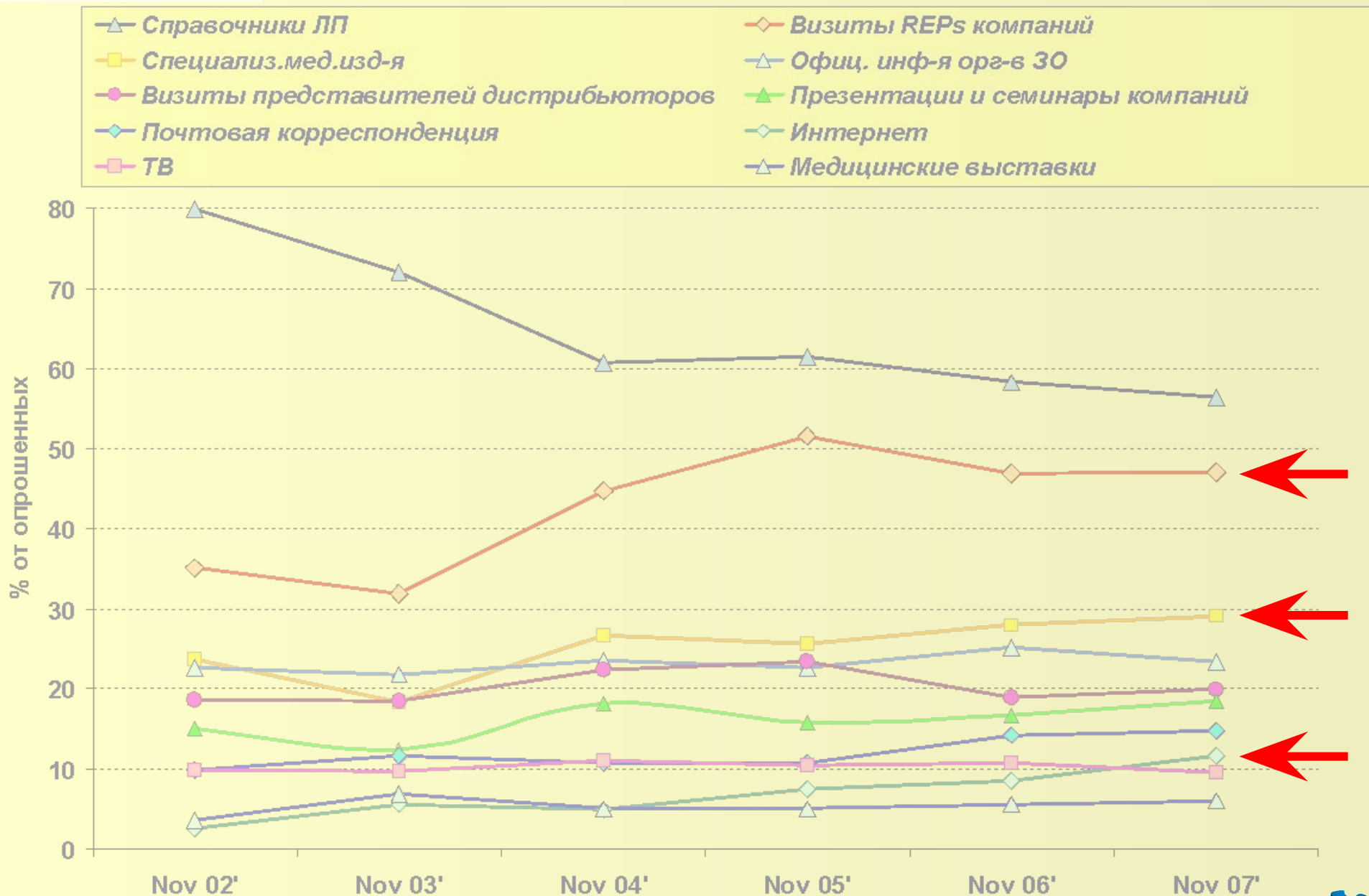
Кто REP для первостольника

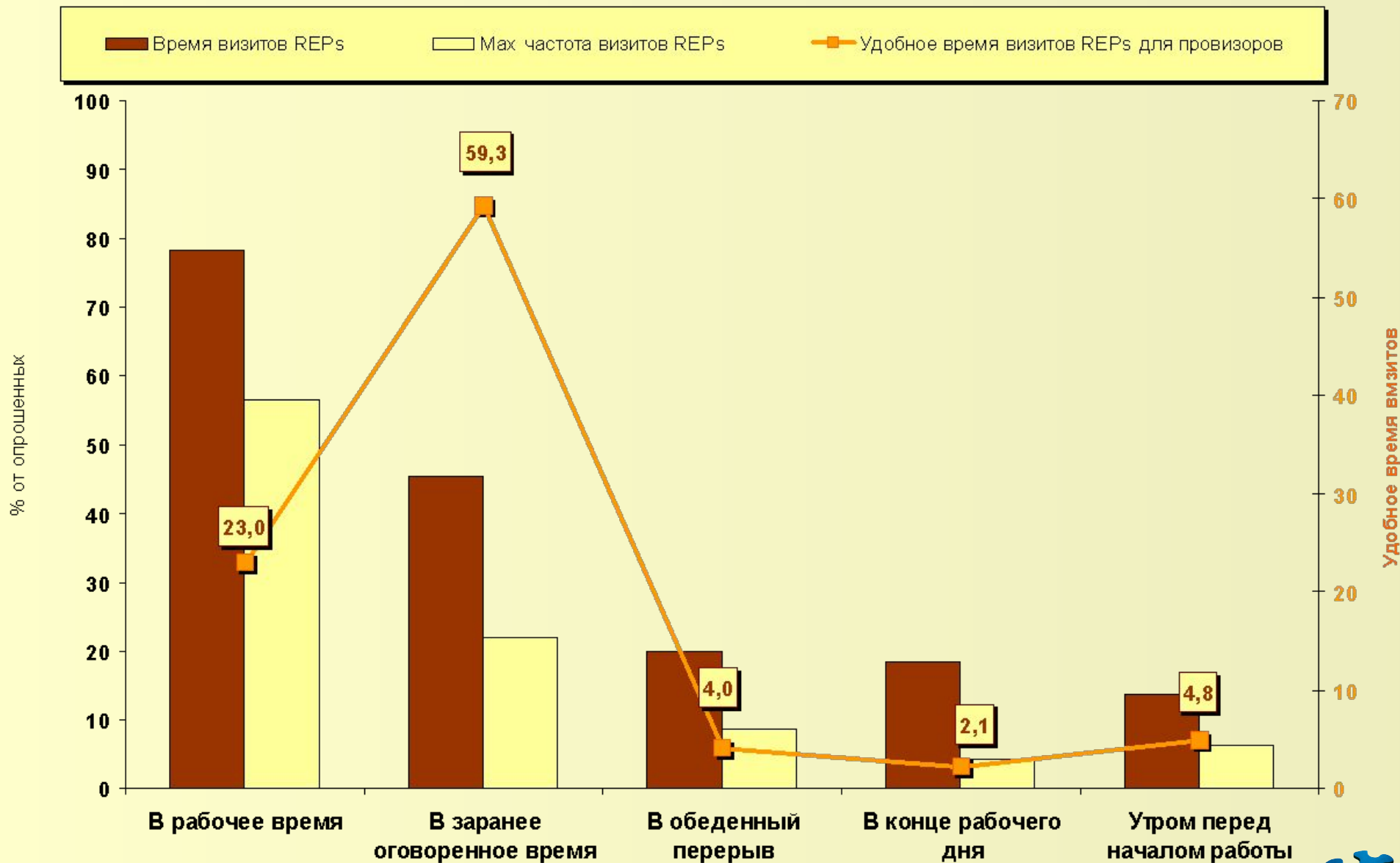
- ***REP: продавец или информатор?***
- ***Что ожидают от медицинского представителя на визите?***
- ***Провизор/фармацевт и медицинский представитель: контакт профессионалов или представителей различных структур?***

Эффективна ли его работа

- ***Роль РЕРа в технологии продвижения продукта на рынок***
- ***Что важнее: частота? качество?***



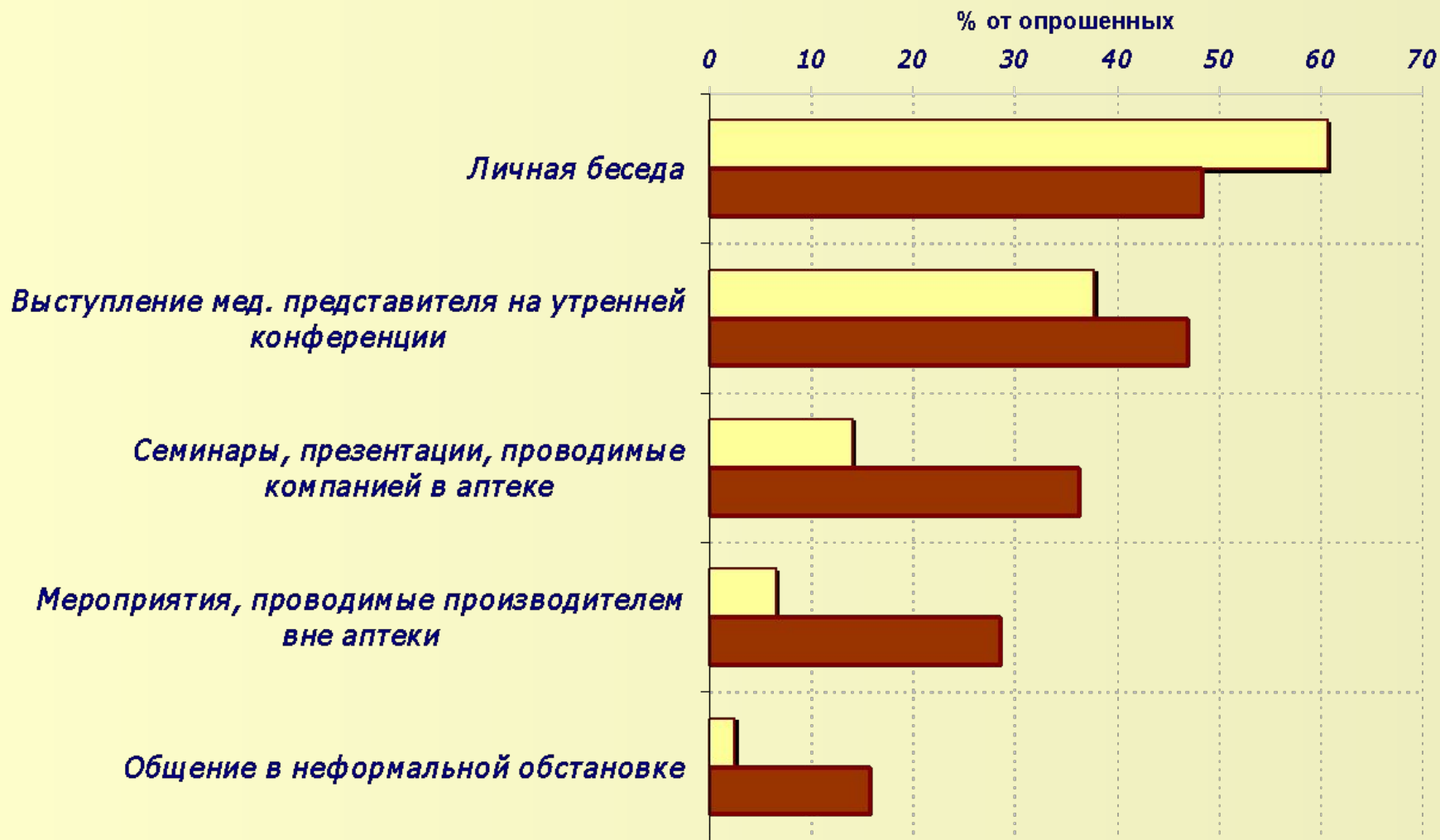




Оценка провизорами информативности различных форм визитов REPs

□ Часто используют REPs

■ Оценка провизорами информативности (5-маx)



□ Частота использования REPs (max)

■ Частота использования провизорами (max)



□ Частота обсуждения тем REPs (max)

■ Оценка провизорами интереса к теме (max)



□ Частота использования REPs (max)

■ Важность для провизоров (max)





Визиты REPs

Рост доли и частоты рекомендаций

Визиты REPs

Повышение лояльности

Визиты REPs

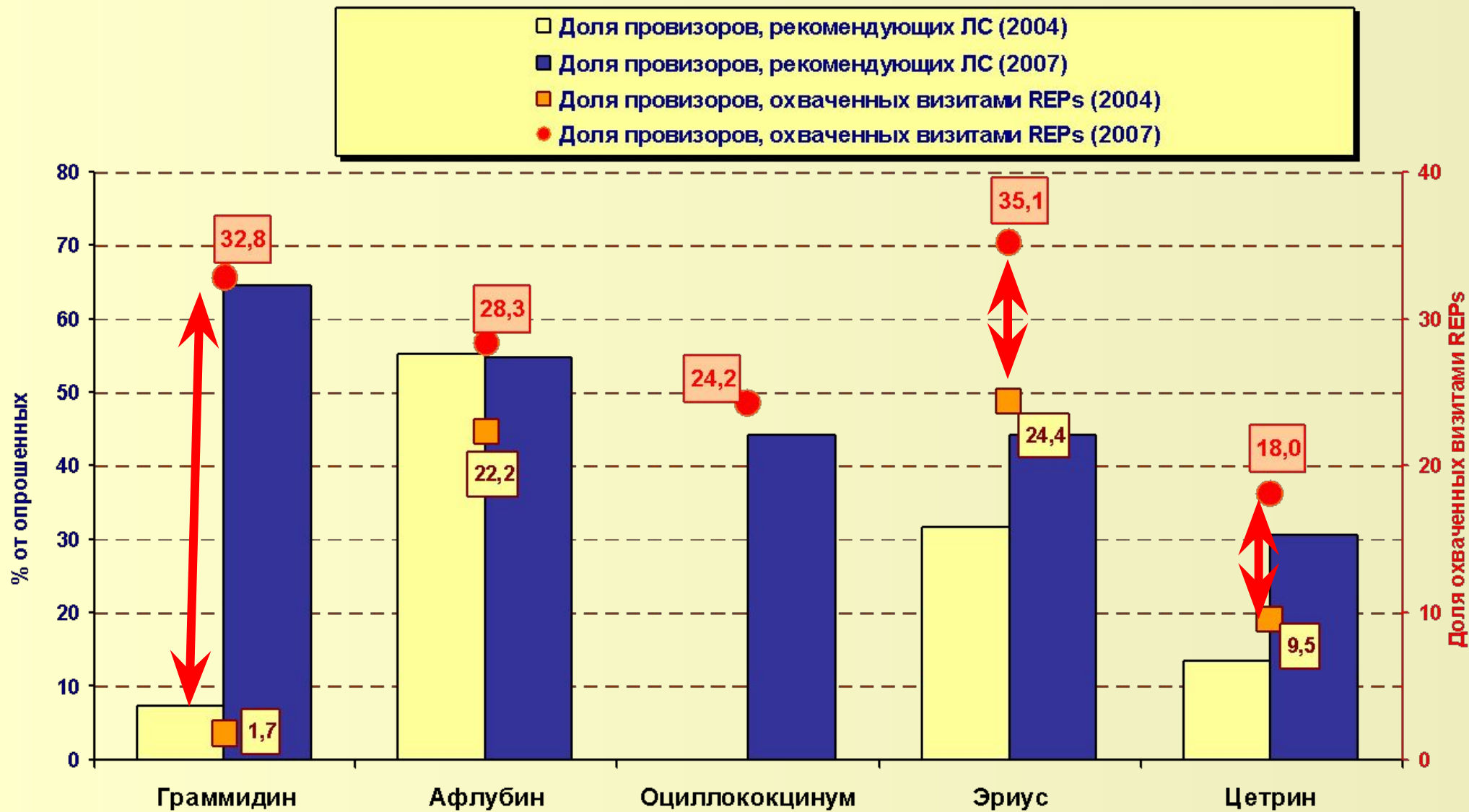
Формирование лояльности

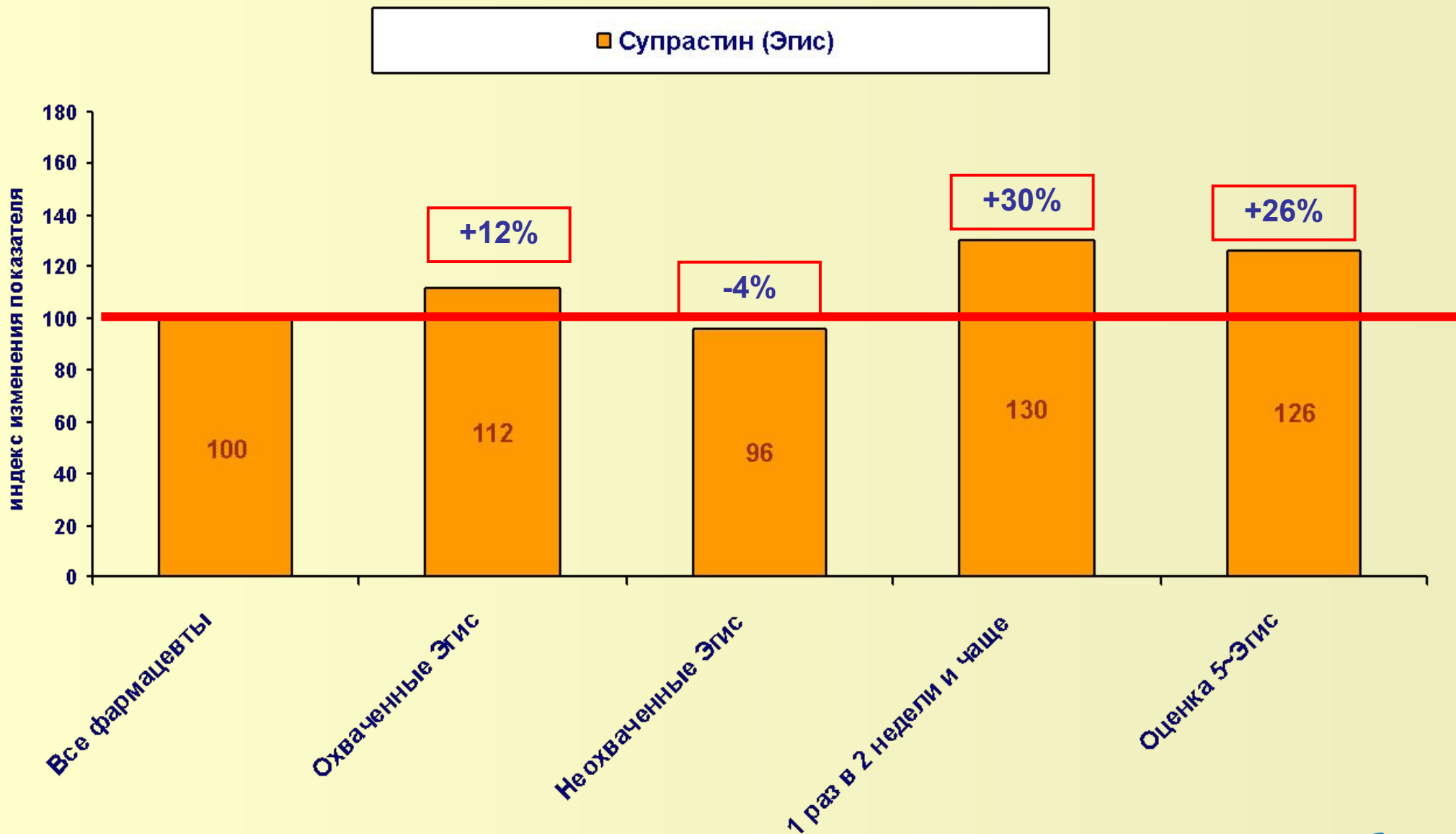
Ознакомление с ЛП и компанией

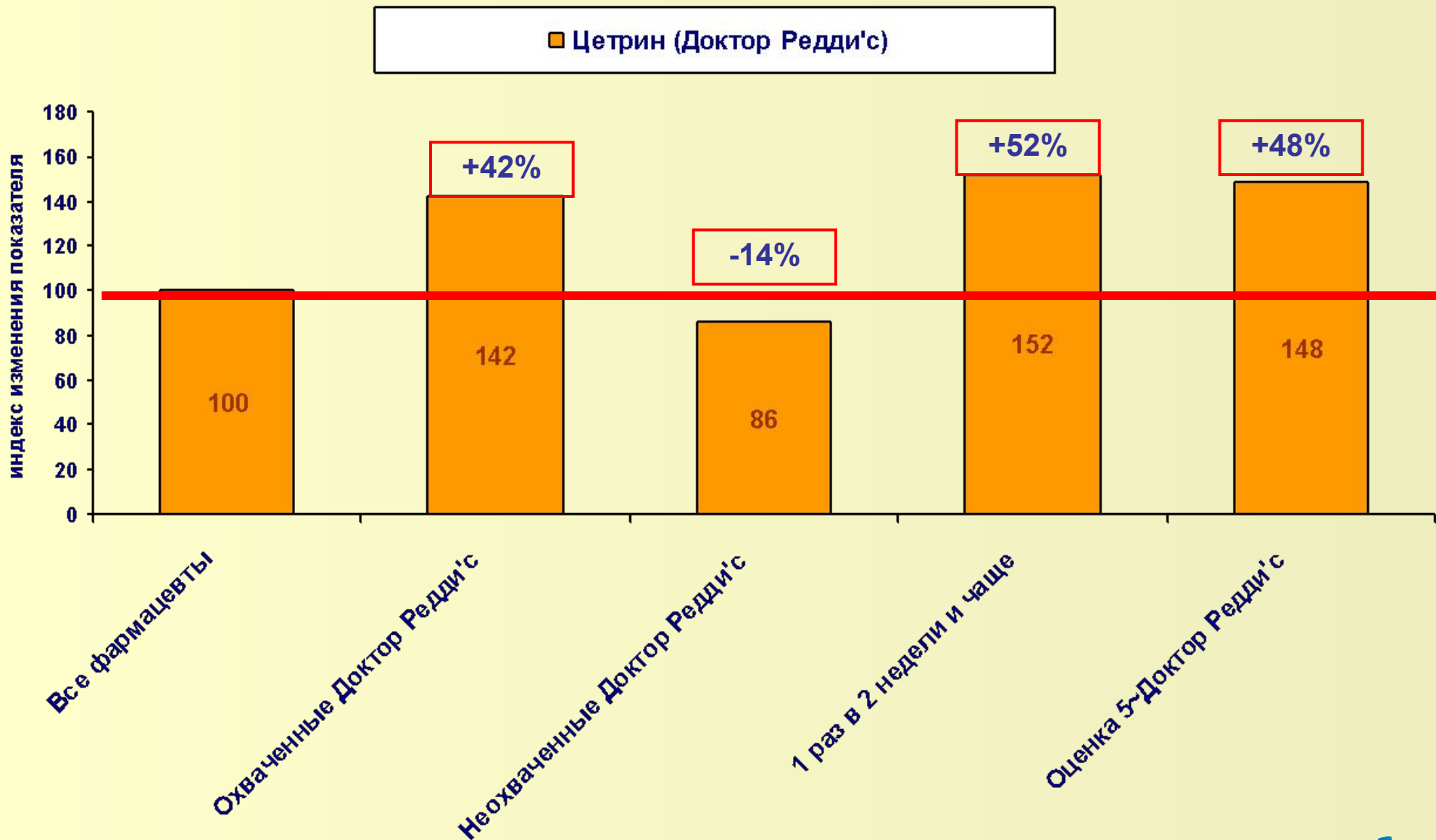
Первые рекомендации, формирование отношения к ЛП



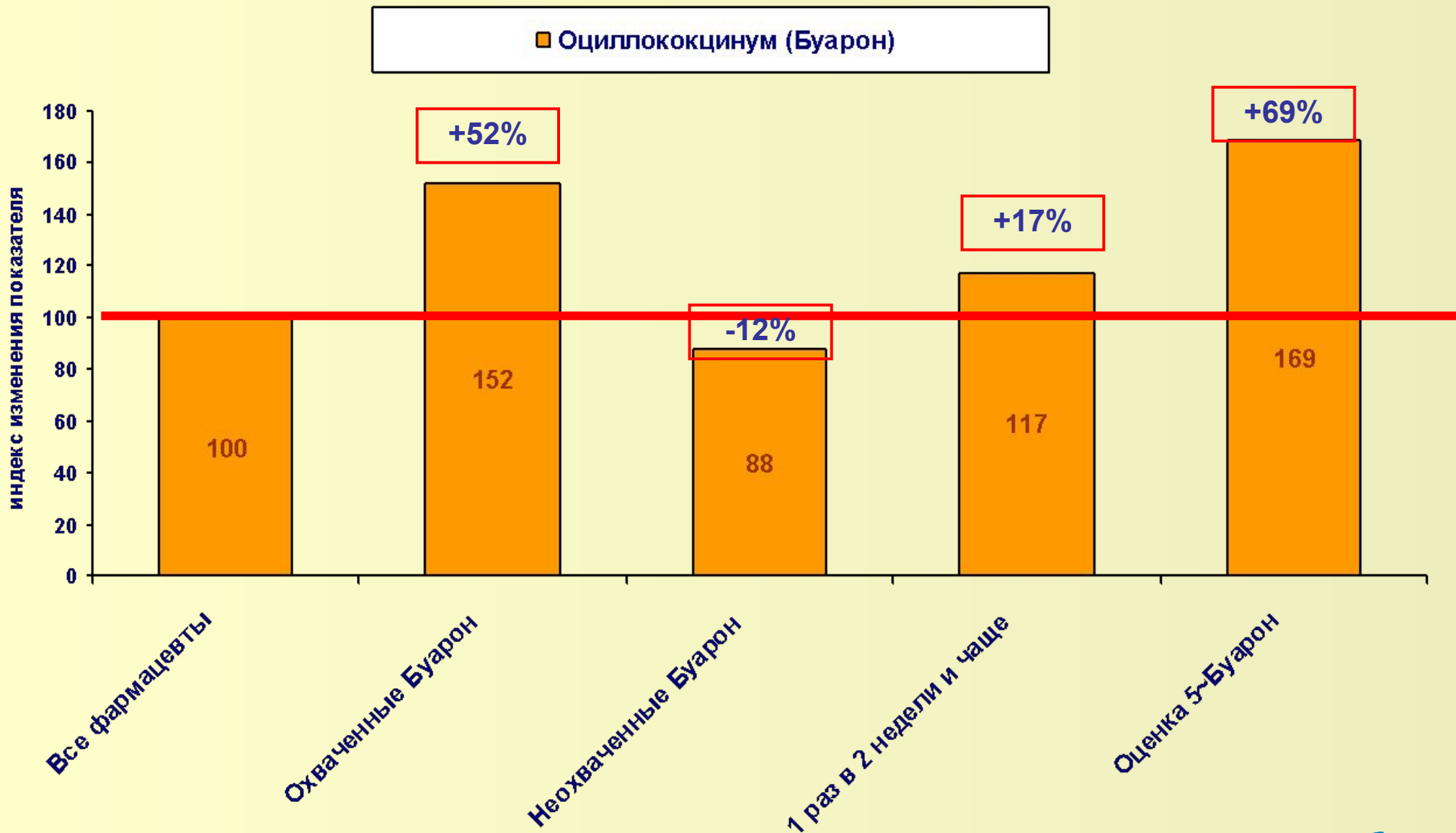
Частота рекомендаций провизорами ЛП и динамика визитов REPs







Рекомендации фармацевтами Оциллококцинума (comparative indices)



*Одна из ключевых
ролей в продвижении
ЛП*

*Один из постоянных
источников
информации о ЛП*



*МП-не конкурентное
преимущество, но её
отсутствие-явный
конкурентный недостаток*

*Не всегда дающий
необходимые материалы*



НОВОСТИ И СОБЫТИЯ

ИССЛЕДОВАНИЯ

ПУБЛИКАЦИИ

DOWNLOAD

АССОЦИАЦИИ



WELCOME
to

R-TGI. Российский индекс целевых групп

Исследования рынка лекарственных препаратов

Исследования рынка косметики, парфюмерии и парафармацевтики

О компании Комкон-Фарма

Обеспечение наших клиентов максимально точной, актуальной, разнообразной и легко интерпретируемой информацией о состоянии рынка, позволяющей с высокой эффективностью и отдачей использовать ее в повседневной практике

[Подробнее](#)

Наши клиенты

Компании-производители лекарственных препаратов, компании-производители средств косметики, парфюмерии и парафармацевтики, медицинские издательства, PR-агентства

[Подробнее](#)

Новости

31.05.02 /

Новый сайт

Дорогие наши посетители! Мы запускаем новую версию нашего сайта. Надеемся, что с новым дизайном вам будет удобнее и приятнее работать.

[Подробнее](#)

29.04.02 /

Ценообразование как инструмент маркетинга

25 апреля 2002 года в ресторане "ПЕ КЛУБ", по сложившейся традиции состоялся 10-й ежегодный Заочный конкурс "Российский Ассоциация Фармацевтов". Победителем в номинации "Ценообразование как инструмент маркетинга".

[Подробнее](#)

Цифры недели

Использование врачами справочников лекарственных препаратов (%)



[Все новости](#)

Источник: MEDI-Q™ "Мнение практикующих врачей" Ноябрь 2001

www.pharma.comcon-2.com

