

adventum.

**Digital
Pharma
Trends**



Доля тех, кто **не обращался** к врачу с 2016 по 2018 год, выросла

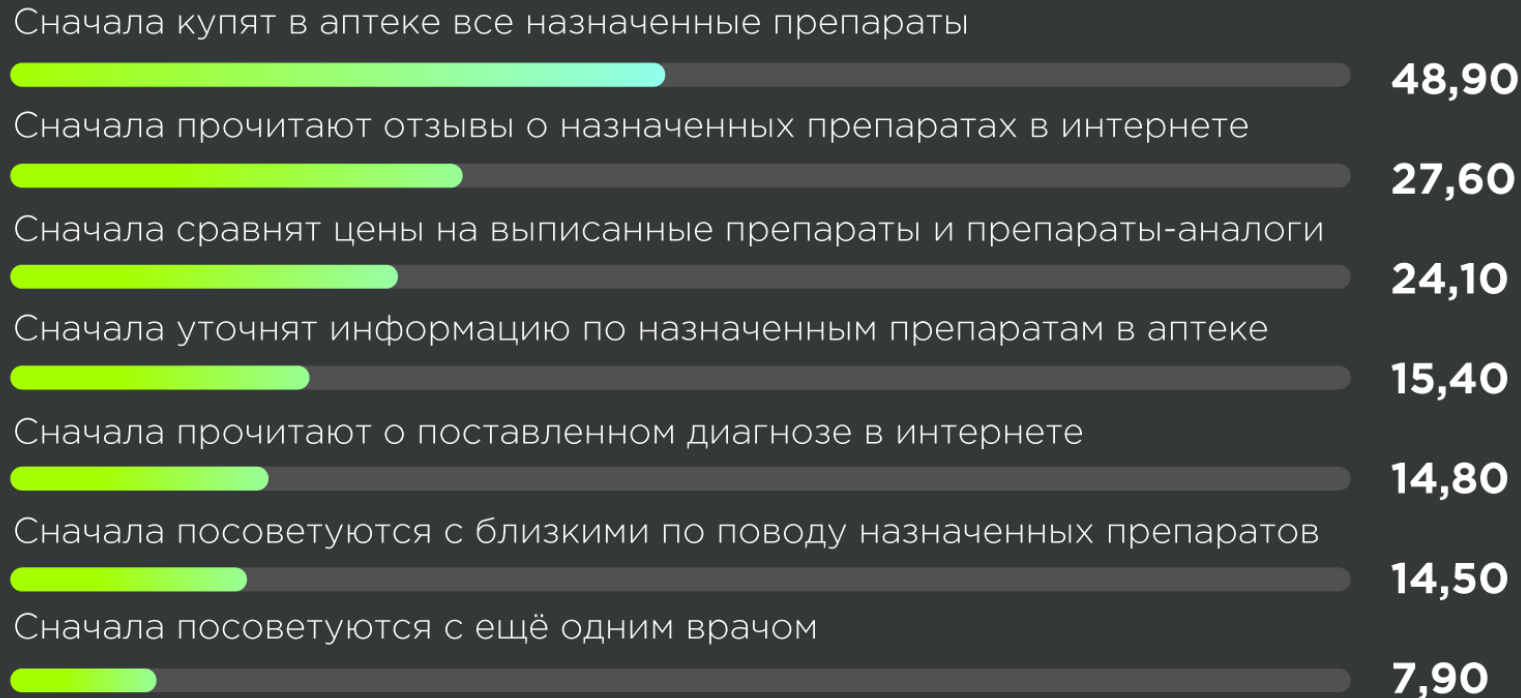
с **41,6%** до **48,4%**

Почему так происходит?

Пациенты:

- Не всегда доверяют назначениям врачей
- С высокой вероятностью займутся самолечением
- Опираются на мнение «третьей стороны»
- Склонны к самостоятельному получению информации и её оценке

Если всё же посетили врача, то что потребители делают дальше?

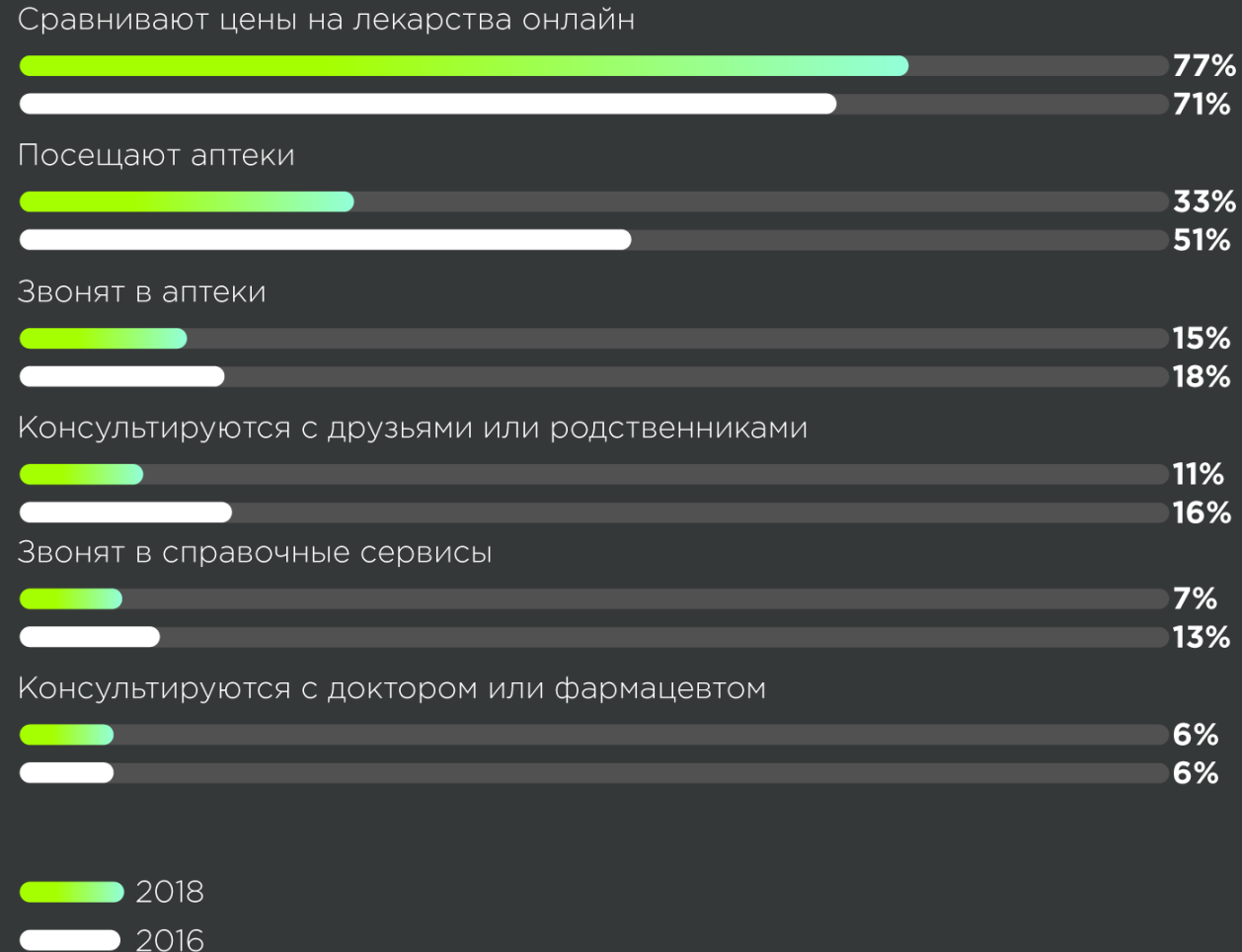


Лишь половина опрошенных сразу приобретают препараты в аптеке, в то время как 60% сначала изучат информацию в интернете.



Сначала аптеку нужно найти. Как ищут самые привлекательные цены?

Всё больше покупателей сравнивают цены на лекарства онлайн.



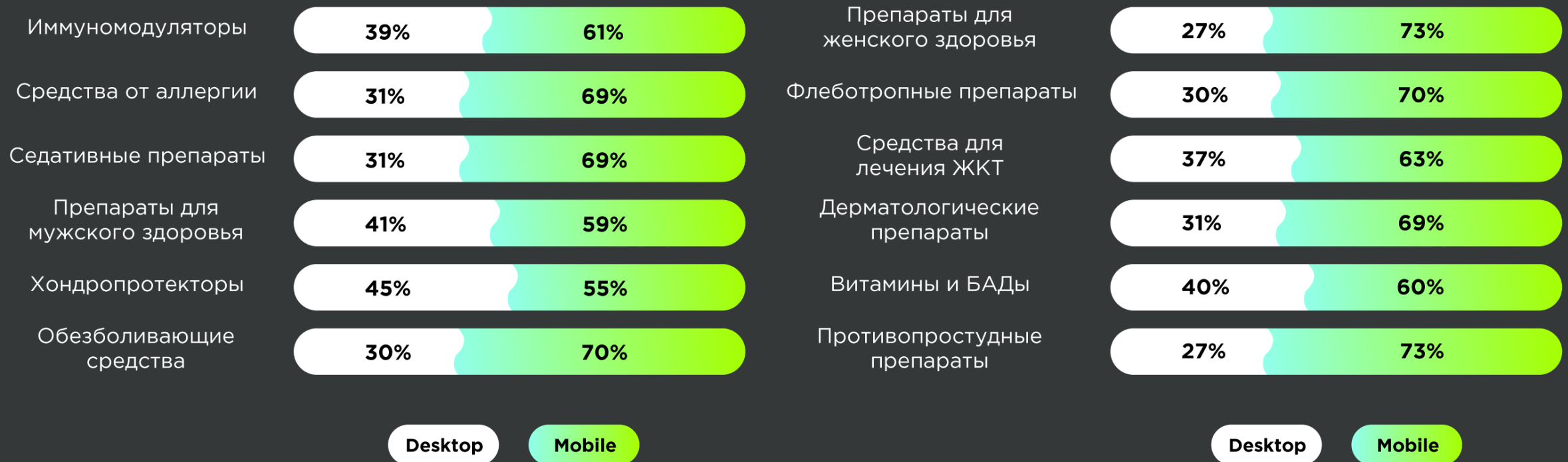
Стратегия поиска наиболее выгодных предложений стала одной из причин активного роста популярности онлайн-аптек, цены на лекарства в которых ниже, чем в традиционных.

Если не посетили врача, откуда потребители берут информацию о препаратах?



Аудитория ТВ и печатной прессы постепенно сокращается, уступая место интернету.

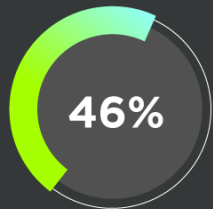
На каких устройствах ищут информацию в интернете?



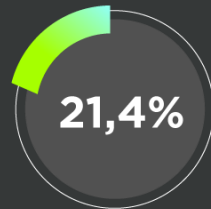
Популярность запросов фарм-категории стремительно растёт, в особенности, с мобильных устройств.

К каким источникам обращаются?

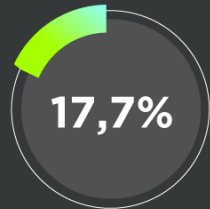
Справочники и форумы о медицине и лекарственных препаратах являются наиболее популярными ресурсами в интернете.



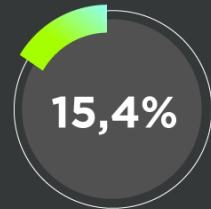
Справочники лекарственных препаратов



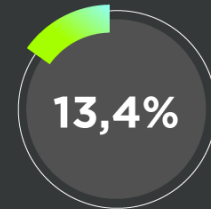
Форумы с отзывами о применении различных препаратов



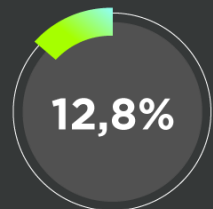
Специализированные сайты, посвященные отдельному препарату



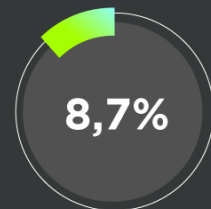
Сайты с отзывами о врачах



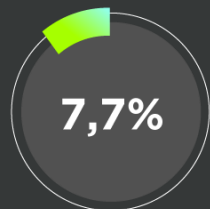
Сайты фармпроизводителей



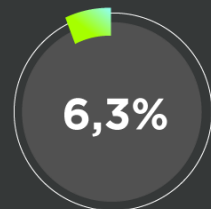
Сайты о здоровом образе жизни, правильном питании



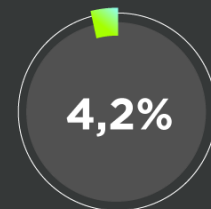
Сообщества пациентов, страдающих от определенной проблемы



Сайты частных поликлиник



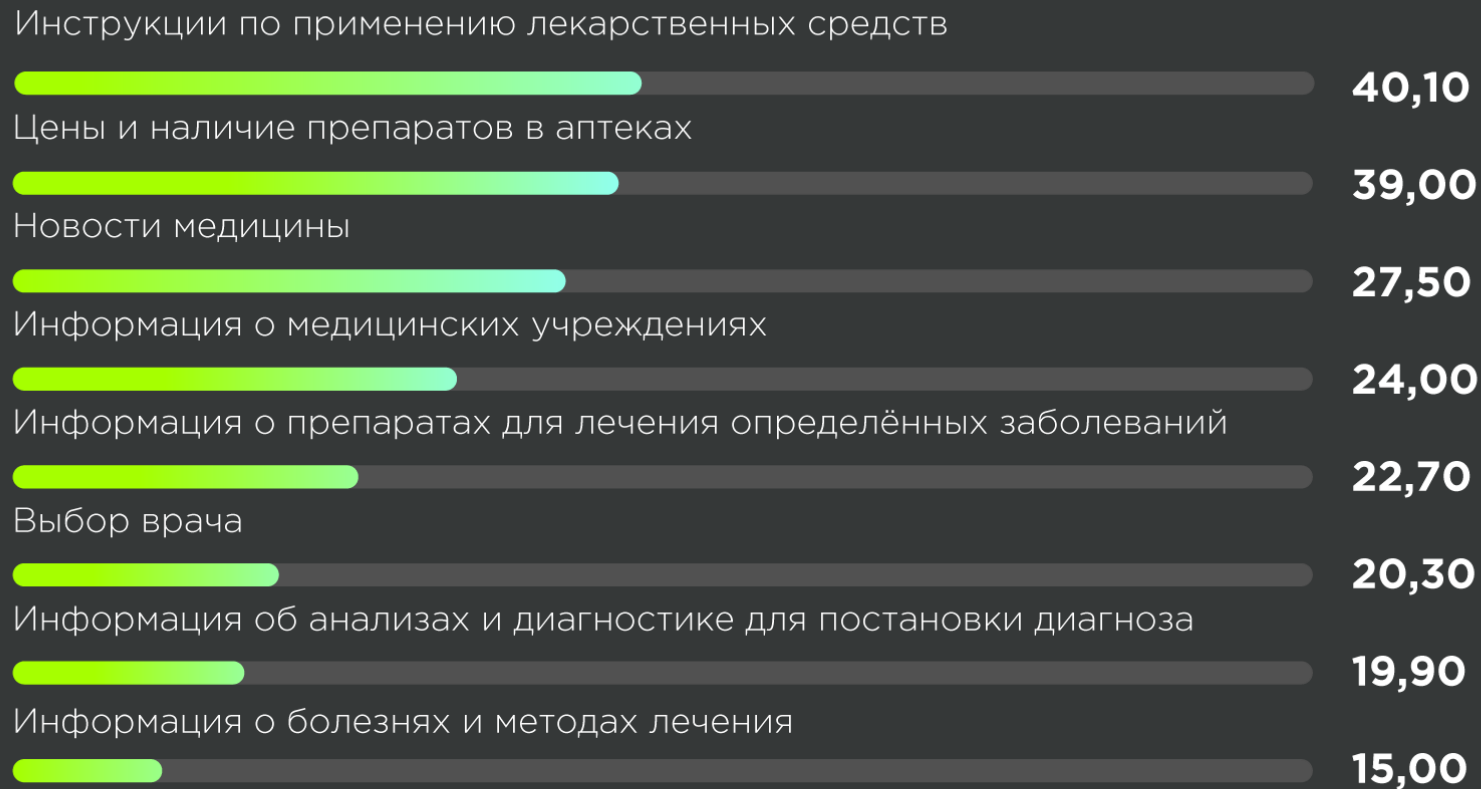
Сайты периодических медицинских изданий (журналов, газет)



Консультации врачей онлайн

% от опрошенных

Что именно ищут?



Уровень доверия к информации в интернете достаточно высок. Люди ищут информацию о применении лекарственных препаратов, болезнях и способах их лечения.





Как на поиск влияет сезонность?

	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Здоровье	99%	96%	106%	107%	104%	93%	89%	90%	90%	103%	110%	113%
Медицина общая	92%	94%	113%	103%	99%	97%	91%	91%	89%	104%	110%	117%
Аптеки и лекарства	102%	104%	112%	105%	103%	94%	87%	87%	91%	103%	109%	104%
Клиники	100%	104%	114%	107%	103%	94%	86%	86%	88%	101%	111%	105%
Оптика	91%	93%	108%	102%	99%	92%	81%	78%	68%	94%	143%	151%
Диета и здоровое питание	87%	103%	122%	113%	101%	92%	85%	85%	75%	93%	124%	121%
Народная медицина	86%	86%	106%	96%	95%	99%	95%	93%	83%	103%	130%	127%
Стоматология	91%	98%	112%	105%	100%	98%	95%	97%	89%	97%	109%	109%
Санатории и дома отдыха	81%	81%	92%	92%	105%	123%	135%	124%	95%	92%	91%	89%
БАД и гомеопатия	103%	129%	155%	77%	64%	49%	68%	68%	97%	118%	134%	137%

Просмотры, в % от среднемесячного по году

Аптеки, лекарства, БАДы наиболее интересны пользователям в период простуд – в **феврале-марте** и **ноябре-декабре**. В этот же период многие начинают заниматься самолечением, поэтому популярна тематика «народная медицина».

Как врачи относятся к поиску информации в интернете?

Врачи – самая «реакционная» по отношению к интернету аудитория.

За последние 4 года доля использующих смартфоны врачей выросла с **39%** до **71%**. Одни из главных причин:

- Отсутствие личного офиса
- Ограничения в доступе к интернету на рабочем месте
- Нехватка времени из-за плотного пациентопотока

16% опрошенных используют приложения медицинской тематики.

Имеют мобильный телефон или смартфон

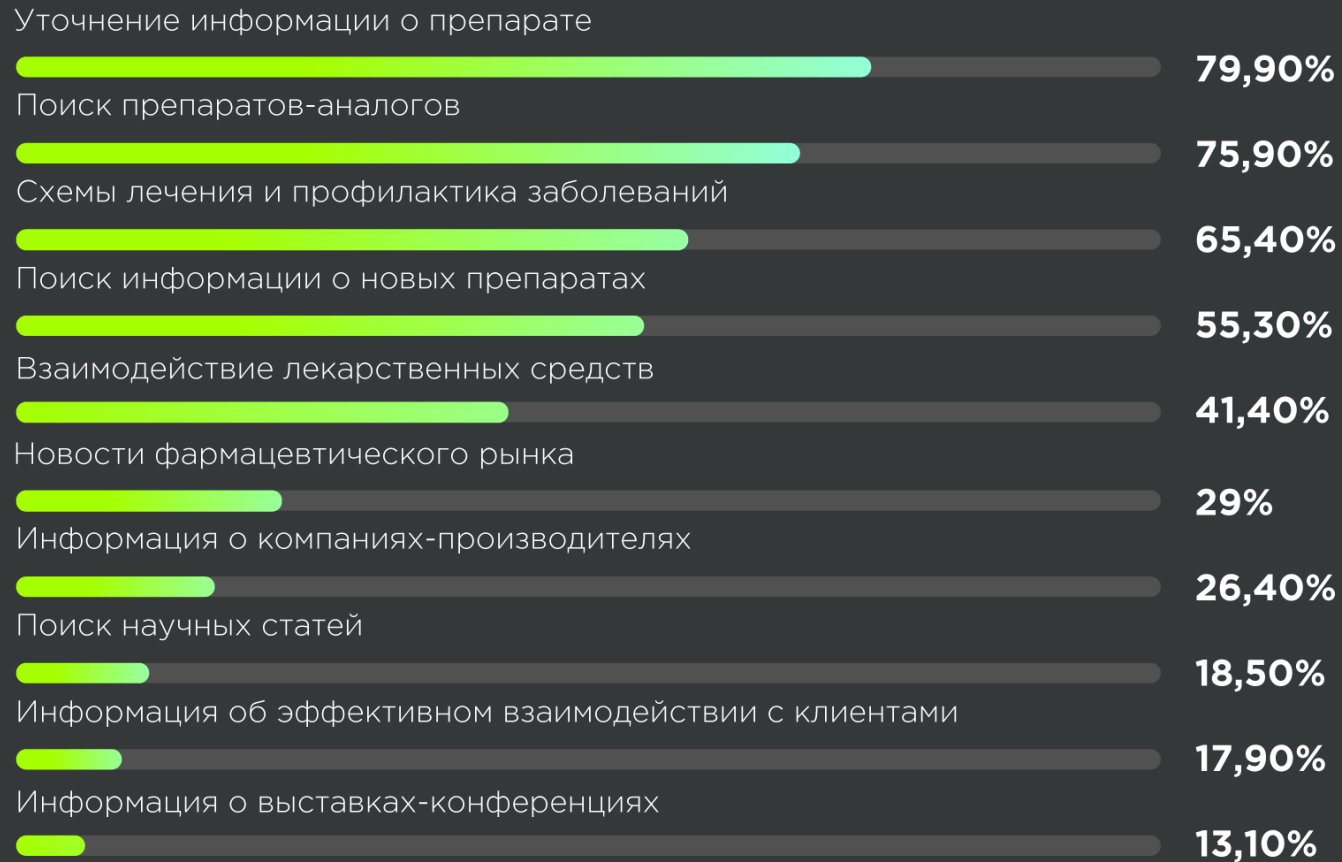


Имеют планшет



Как фармацевты относятся к поиску информации в интернете?

Что ищут:



9% провизоров первого стола отметили, что **интернет – это первый источник, к которому они обратятся при возникновении вопроса.**

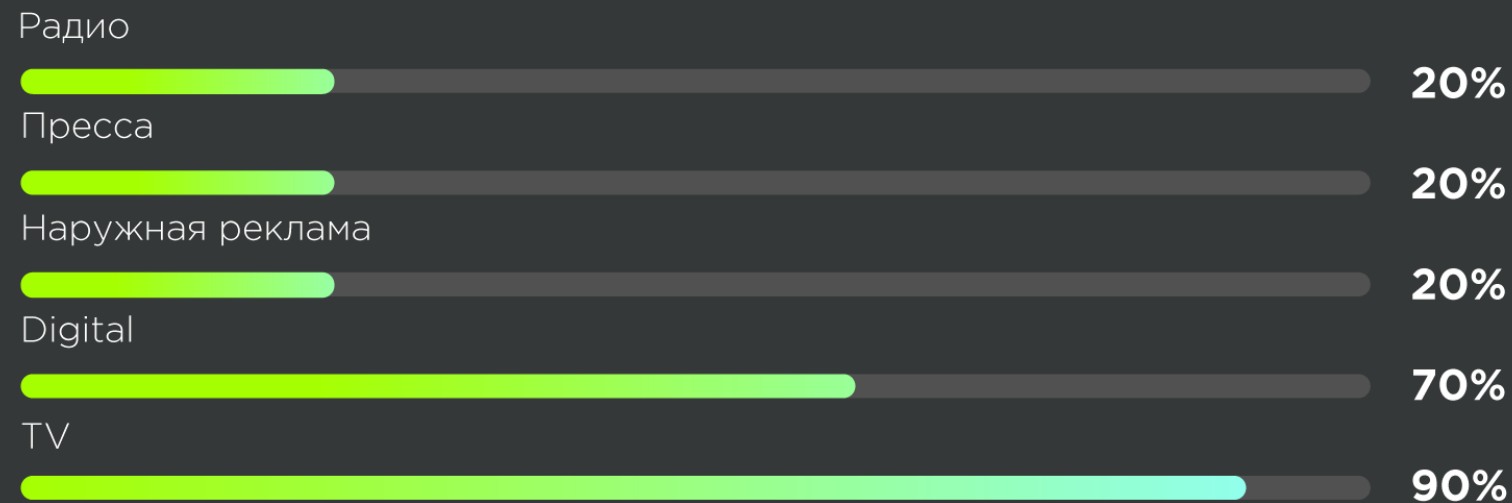
Фармацевты нуждаются в оперативном получении информации о лекарственных средствах и используют сеть как прикладной инструмент.

Как фармпроизводители относятся к продвижению лекарственных препаратов в интернете?

Доверие к TV как к рекламному каналу постепенно снижается:

с **34,8%** в 2013 до **24%** в 2018.

Однако, TV пока сохраняет лидерские позиции среди других рекламных каналов.



Какие препятствия видят фармпроизводители в продвижении лекарственных препаратов в интернете?

- Негативное отношение потребителя к препарату (из-за СМИ, конкурентов)
- Сложности с проведением таргетированных акций на увеличение продаж
- Ограниченные бюджеты
- Работа с блогерами, которые не всегда готовы сотрудничать
- Ограничения по продвижению рецептурных препаратов

Это не совсем так...

Коммуникация с потребителем в интернете даёт больше возможностей для **определения его потребностей, точечного и мультиканального взаимодействия** с целевыми группами.

Отзывы и рейтинги играют значительную роль при выборе препарата. При получении негативной информации часть пользователей откажутся от покупки, даже если средство рекомендовал врач или фармацевт.
Репутация – это живой организм, с которым тоже важно работать.

Как работать с аудиторией в интернете?

«Холодная» аудитория

Цель: рост осведомлённости о бренде, увеличение охвата.

- Сетевые кампании в контексте
- OLV (ролики в YouTube, Яндекс.Видеосети, видеорекламу на ресурсах Mail.ru Group)
- Охватные кампании в соц.сетях:
- Facebook\Instagram, myTarget
- RTB

«Тёплая» аудитория

Цель: работа с текущим спросом и поддержка внимания к продукту.

- Поисковые кампании по категорийным запросам
- Контекстная реклама
- RTB-размещения по тематическим сегментам
- Размещение в соц.сетях SlickJump

«Горячая» аудитория

Цель: работа с текущим спросом и поддержка внимания к продукту.

- Создание брендовых кампаний
- Максимальное присутствие в выдаче
- Максимальный SOI*

Коротко о главном

Доверие к интернету растёт? **Да**

60% потребителей сначала изучают информацию в интернете, а потом покупают.

Стоит ли отказаться от TV в пользу Digital? **Нельзя ответить однозначно.**
Охват в online не равноценен TV-охвату. Если уходить с TV, нужно увеличивать онлайн охват.

Доверяют ли пользователи информации в сети? **Да**

Более 50% пользователей при возникновении вопроса в первую очередь обратятся к интернет-ресурсам.



**Остались вопросы?
У Adventum есть решение.**

Елизавета Дементьева
pr@adventum.ru