

ПРОДВИЖЕНИЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ, НАЗНАЧЕНИЯ ВРАЧЕЙ, УСТАНОВКИ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ДАННЫЕ Q1 2024 ГОДА
РЕГУЛЯРНЫХ СИНДИКАТИВНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ

28 May 2024

Структура вебинара

1 Установки конечных потребителей



2 Продвижение лекарственных препаратов



3 Назначения врачей



КОНЕЧНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ: ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЯ И УСТАНОВОК

HEALTHINDEX

Q1 2023 ГОДА

КЛЮЧЕВЫЕ
РЕЗУЛЬТАТЫ

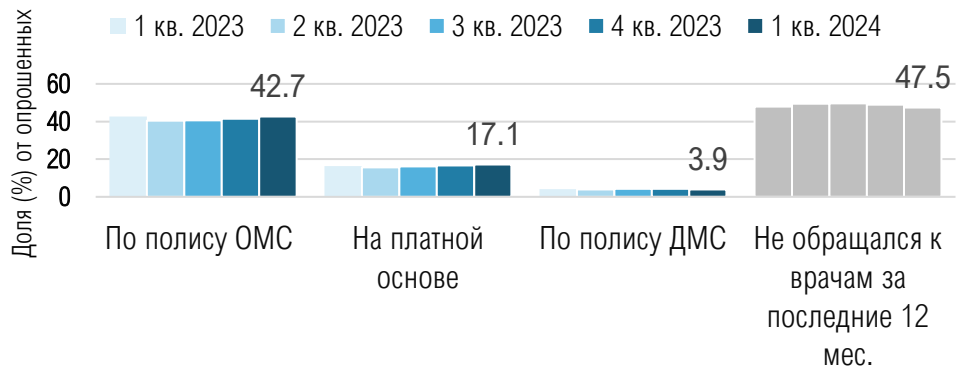
© Ipsos | Итоги первого квартала 2024
года по данным Ipsos | May 2024



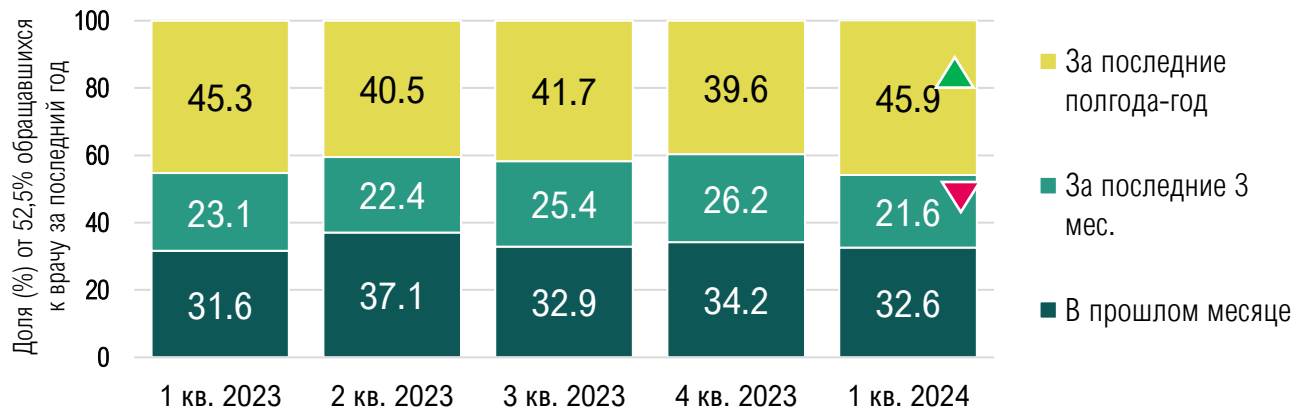
ПОСЕЩЕНИЕ ВРАЧЕЙ НАСЕЛЕНИЕМ

Почти половина населения не обращалась к врачам за последний год

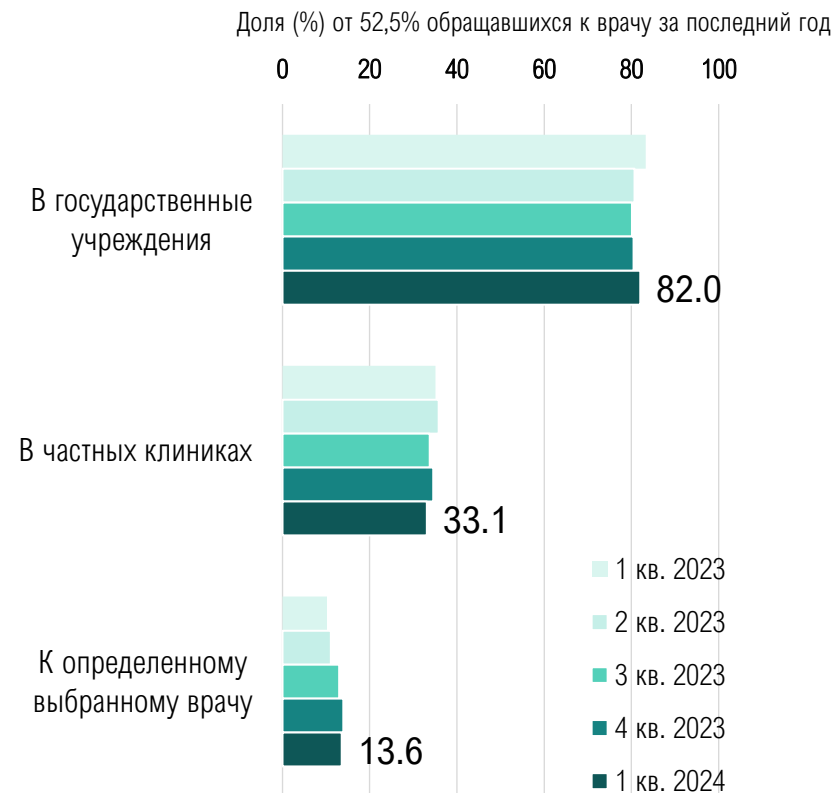
Обращение к врачам в течение года по типам страхования



Давность обращения к врачу



Обращение к врачам по типу учреждений



Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2023 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Уменьшилась доля людей, покупающих впервые назначенные препараты без «перепроверок»

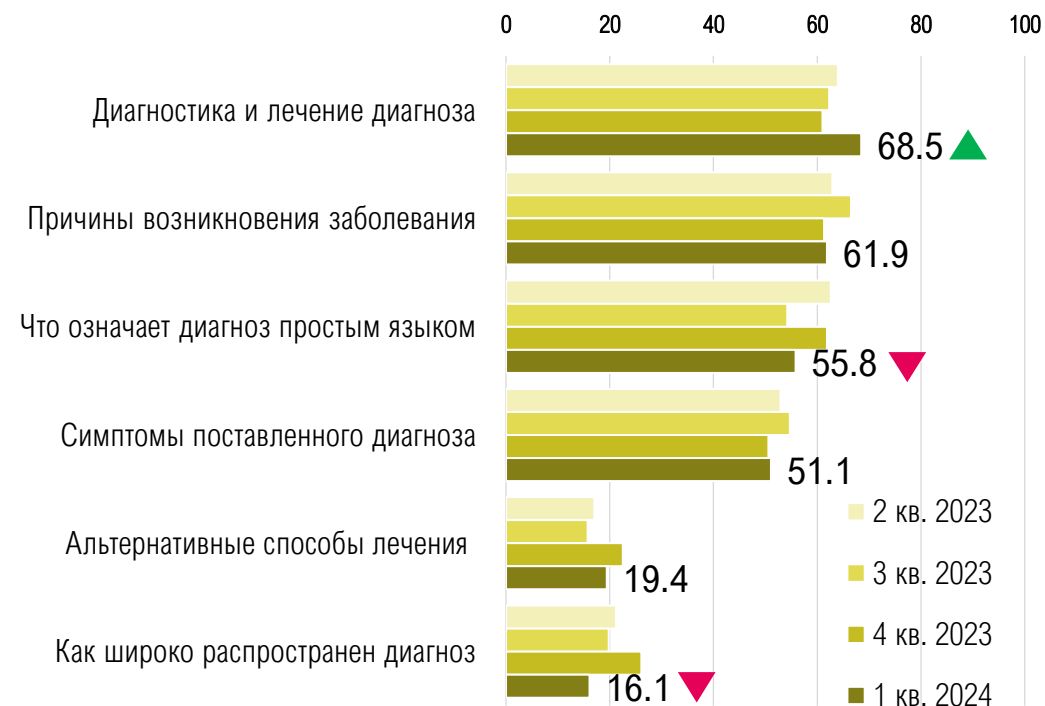
Действия при назначении врачом новых препаратов

Доля (%) среди 54,1% обратившихся к врачу за последние 3 месяца



Какую информацию о поставленном диагнозе ищут в интернете

Доля (%) среди 19,4% читавших информацию о поставленном диагнозе в интернете



Источник: Ipsos, HealthIndex, 2 кв. 2023 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Треть респондентов не принимают назначенные препараты из-за собственной уверенности в эффективности другого ЛП

Причины, по которым принимают не все препараты, рекомендованные врачом

Доля (%) среди 54,1% обратившихся к врачу за последние 3 месяца

0 20 40 60 80



Характеристики сегмента самостоятельно корректирующих терапию

Доля (%) среди 32,4% знающих об эффективности другого ЛП

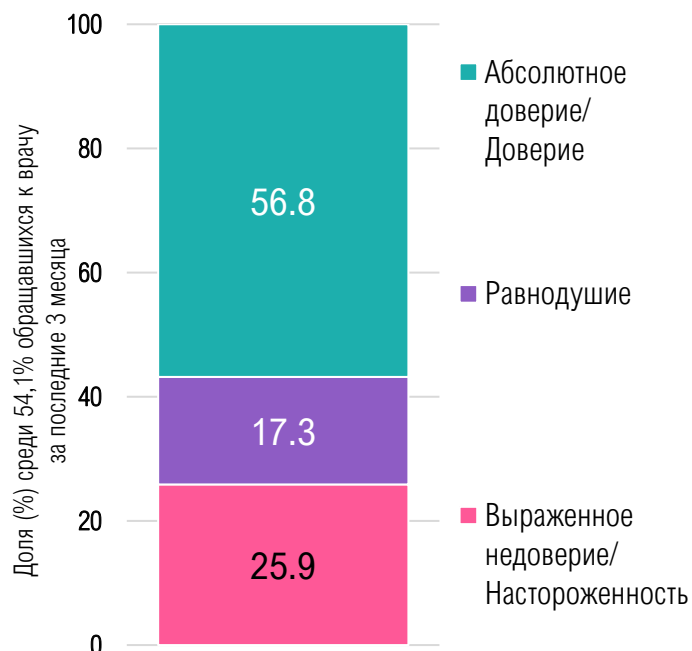
| Соцдем профиль | |
|--|--------|
| Женщины | ● 65.9 |
| Высшее образование, ученая степень | ● 63.2 |
| Должность: специалист с высшим образованием | ● 25.8 |
| Социальный статус: пенсионер по инвалидности | ● 6.2 |
| Отношение к здоровью | |
| Приходя в аптеку, я всегда точно знаю, что мне необходимо купить | ● 83.3 |
| Если я сочту препарат неэффективным, я попрошу врача заменить его на другой | ● 79.9 |
| Я самостоятельно стараюсь разобраться в результатах тех обследований, которые проходил | ● 62.4 |

● показатель значимо **выше** по сравнению с генеральной совокупностью

Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2021 – 1 кв. 2024
Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Четверть россиян относятся к врачам насторожено или с выраженным недоверием

Оценка доверия к врачам, которых посещали за последние 3 мес.



Характеристики сегментов доверяющих и не доверяющих врачам

| | Доля (%) среди 56,8% выражающих доверие к врачам | Доля (%) среди 25,9% выражающих недоверие к врачам |
|---|--|--|
| Отношение к здоровью | | |
| Чтобы пойти к врачу, я должен чувствовать серьезное недомогание | 66.6 | 74.4 |
| Отечественная система здравоохранения постепенно улучшается | 54.2 | 26.7 |
| Мне не всегда понятен поставленный врачом диагноз/назначенное лечение | 39.3 | 50.5 |
| Из-за напряженного образа жизни я плохо слежу за своим здоровьем | 32.9 | 40.4 |
| Адаптация к меняющимся условиям | | |
| В прошлом было лучше, чем сейчас | 40.7 | 50.2 |
| Я полностью удовлетворен своей нынешней жизнью | 40.0 | 28.8 |

Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

●/● показатель значимо выше/ниже по сравнению с генеральной совокупностью

МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ

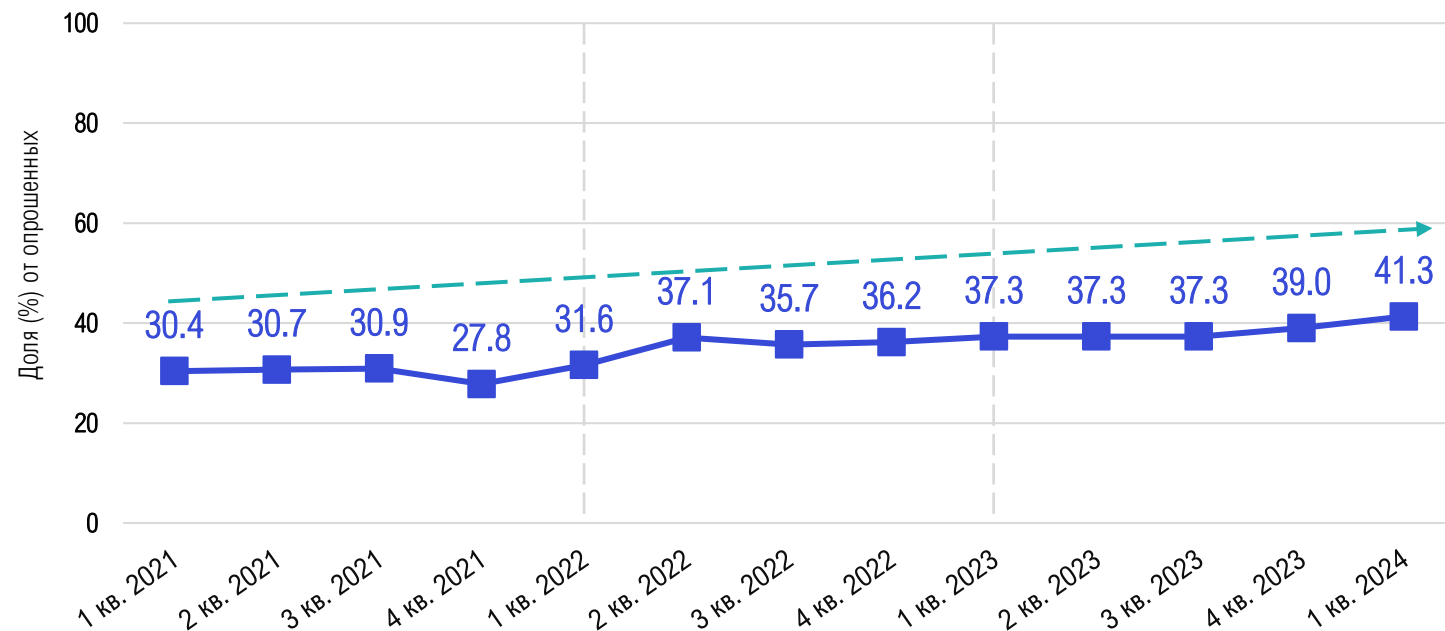
Восприятие населением существующей системы здравоохранения

+ 10,9 п.п.

1 кв. 2024 vs 1 кв. 2021

увеличилась доля согласных с тем, что отечественная система здравоохранения постепенно улучшается

Отечественная система здравоохранения постепенно улучшается
Определенно, скорее согласен с утверждением



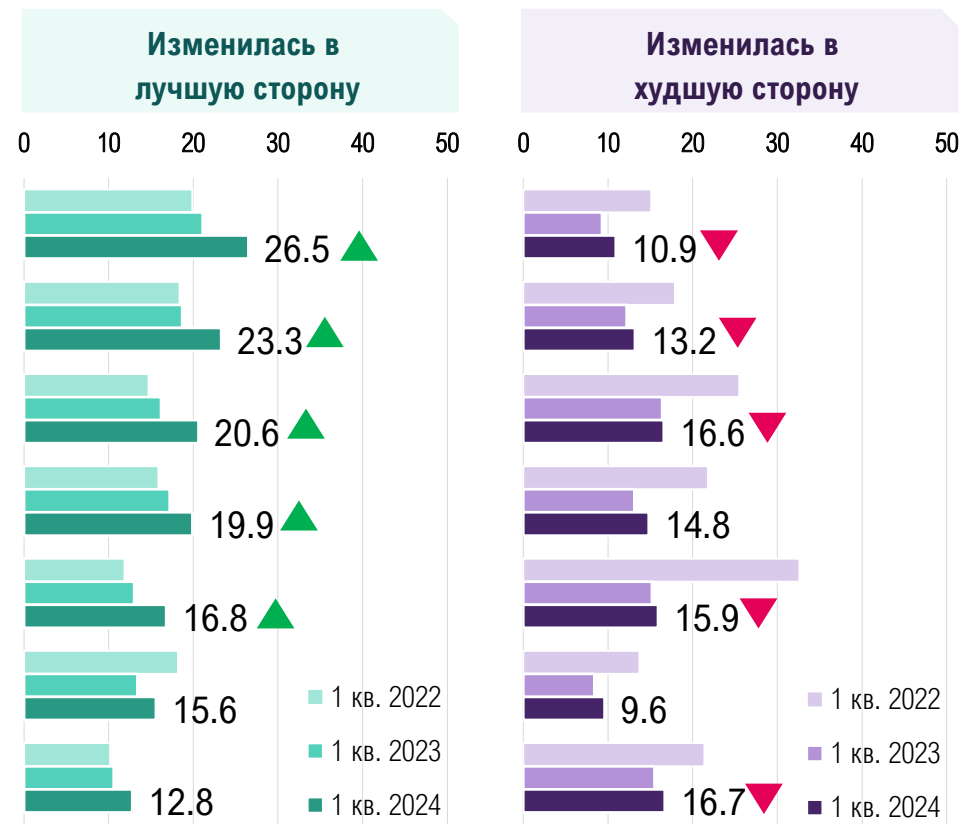
Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2021 – 1 кв. 2024
Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Респондентами отмечается изменения в лучшую сторону оснащённости поликлиник оборудованием и доступности сложных анализов

Доступность медицинских услуг



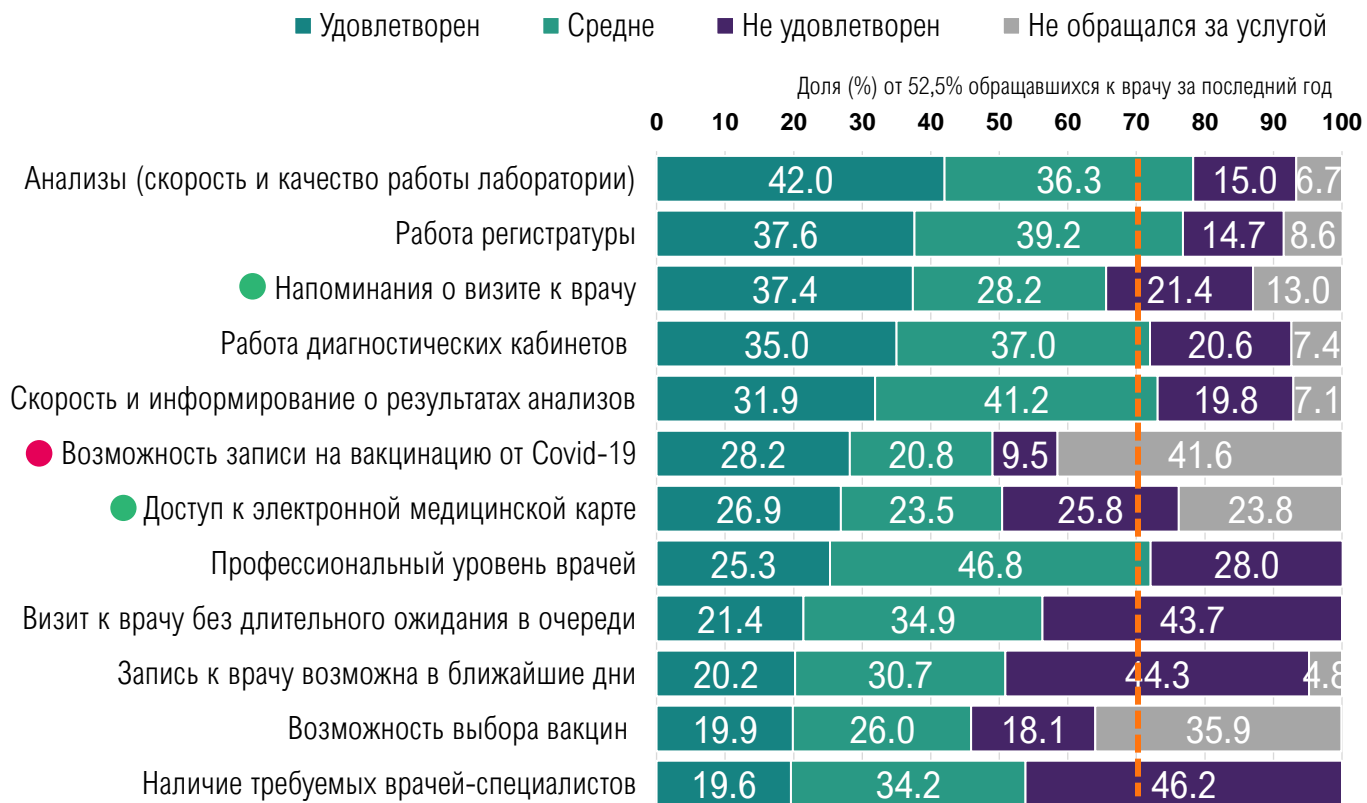
Доступность медицинских услуг в динамике



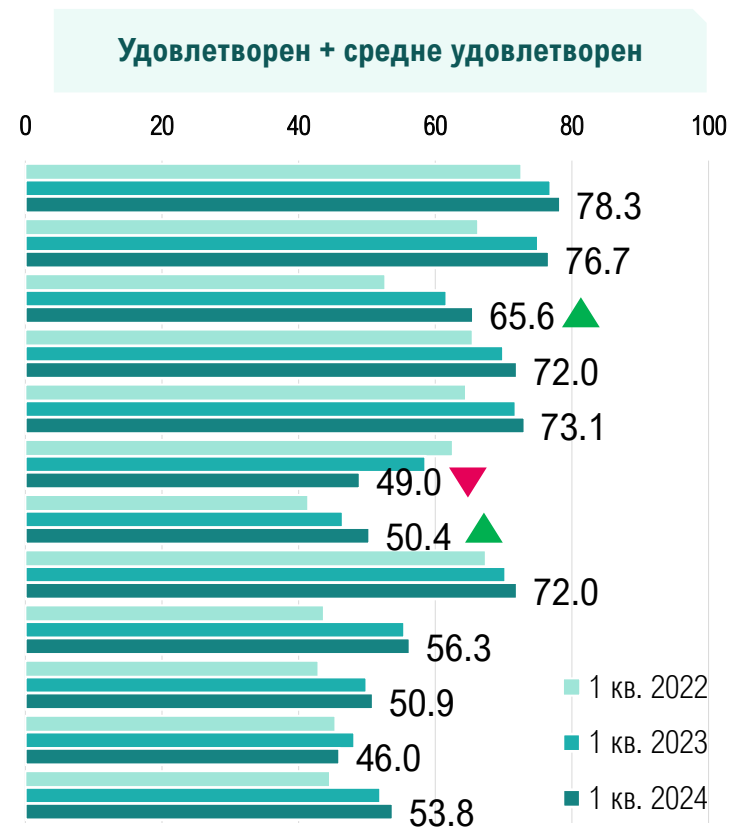
Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2022 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Позитивная динамика в высокой оценке удовлетворенности для напоминаний о визите и доступа к электронной мед. карте

Оценка услуг, оказываемых в поликлинике



Динамика позитивных оценок услуг



Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2022 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

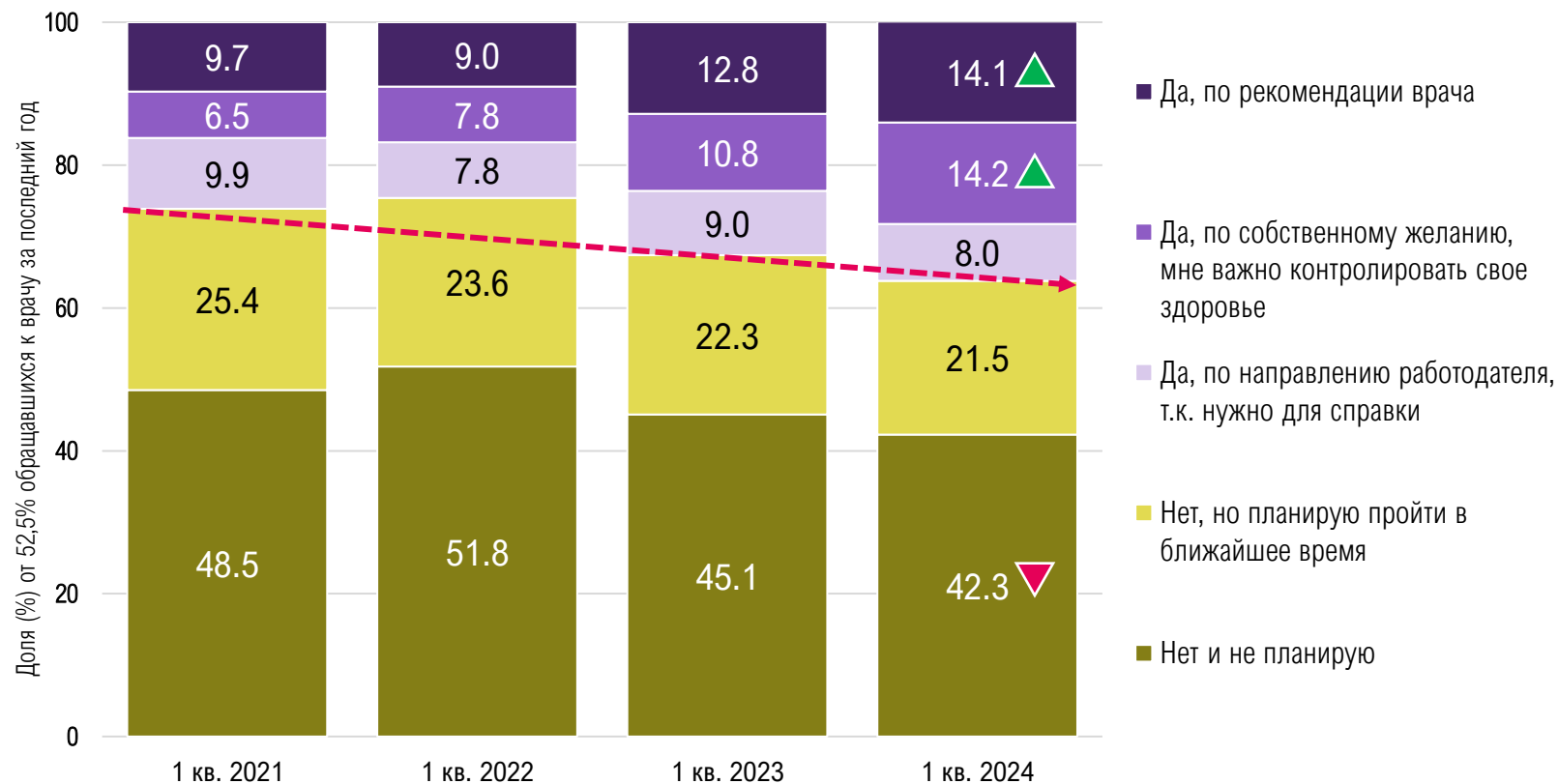
Растет доля прошедших диспансеризацию за последний год

36,2% ▲ + 3,6 п.п. vs 1 кв. 2023

Доля (%) среди 54,1% обратившихся к врачу за последние 3 месяца

проходили диспансеризацию за последний год хотя бы по одной цели

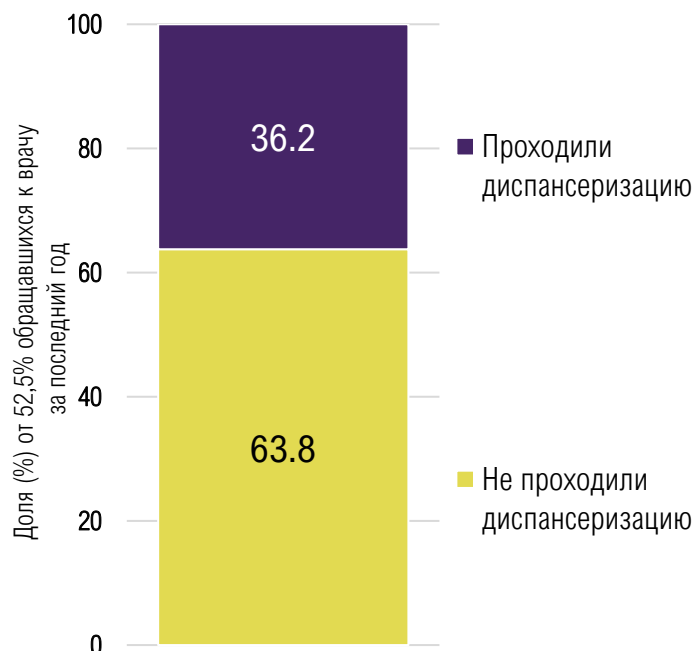
Прохождение диспансеризации за последний год



Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2021 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Преимущественно зрелая часть населения проходила диспансеризацию

Прохождение диспансеризации за последний год



Характеристики проходивших и не проходивших диспансеризацию за последний год

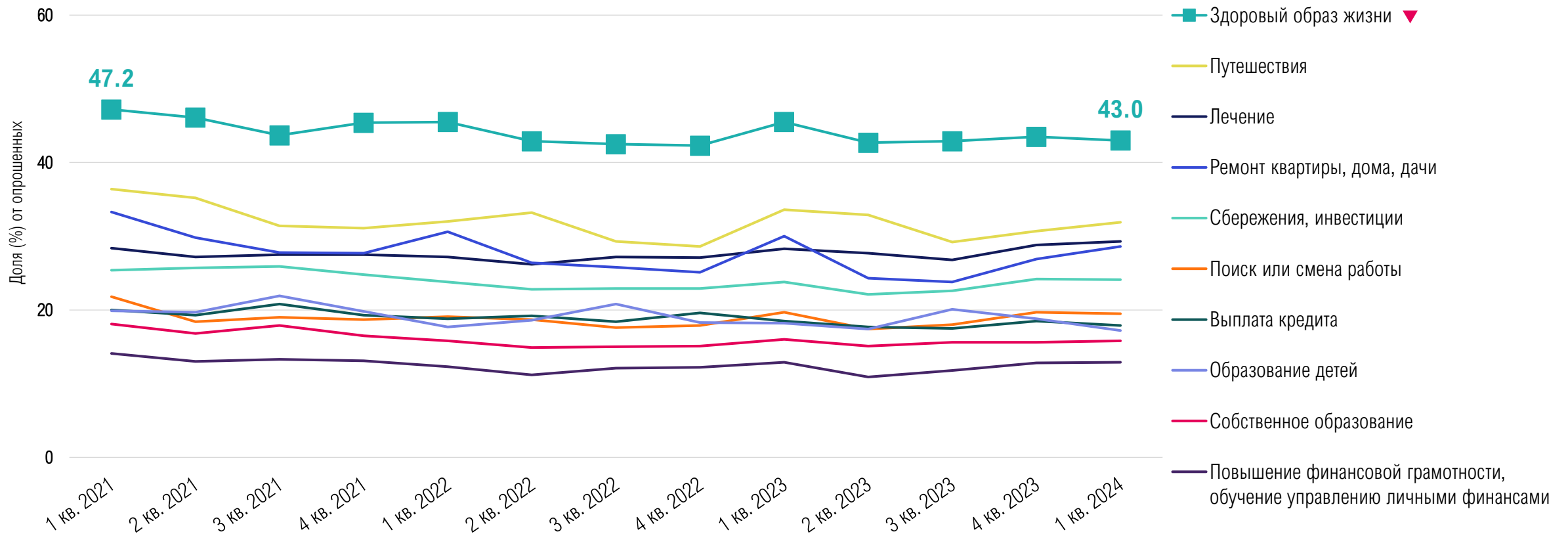
| | Доля (%) среди 36,2% проходивших диспансеризацию | Доля (%) среди 63,8% не проходивших диспансеризацию |
|---|--|---|
| Соцдем профиль | | |
| Возраст: 25 – 34 лет | 11.9 | 20.9 |
| Возраст: 55 – 64 лет | 28.7 | 16.8 |
| Социальный статус: пенсионер по выслуге лет | 36.3 | 23.6 |
| География: Москва | 23.5 | 16.7 |
| Отношение к здоровью | | |
| По проблемам здоровья я чаще всего стараюсь советоваться с врачом | 70.0 | 57.6 |
| Лекарства можно принимать не только в случае болезни, но и для профилактики | 56.0 | 51.7 |
| Из-за напряженного образа жизни я плохо слежу за своим здоровьем | 32.3 | 39.0 |

Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

● / ● показатель значимо выше/ниже по сравнению с генеральной совокупностью

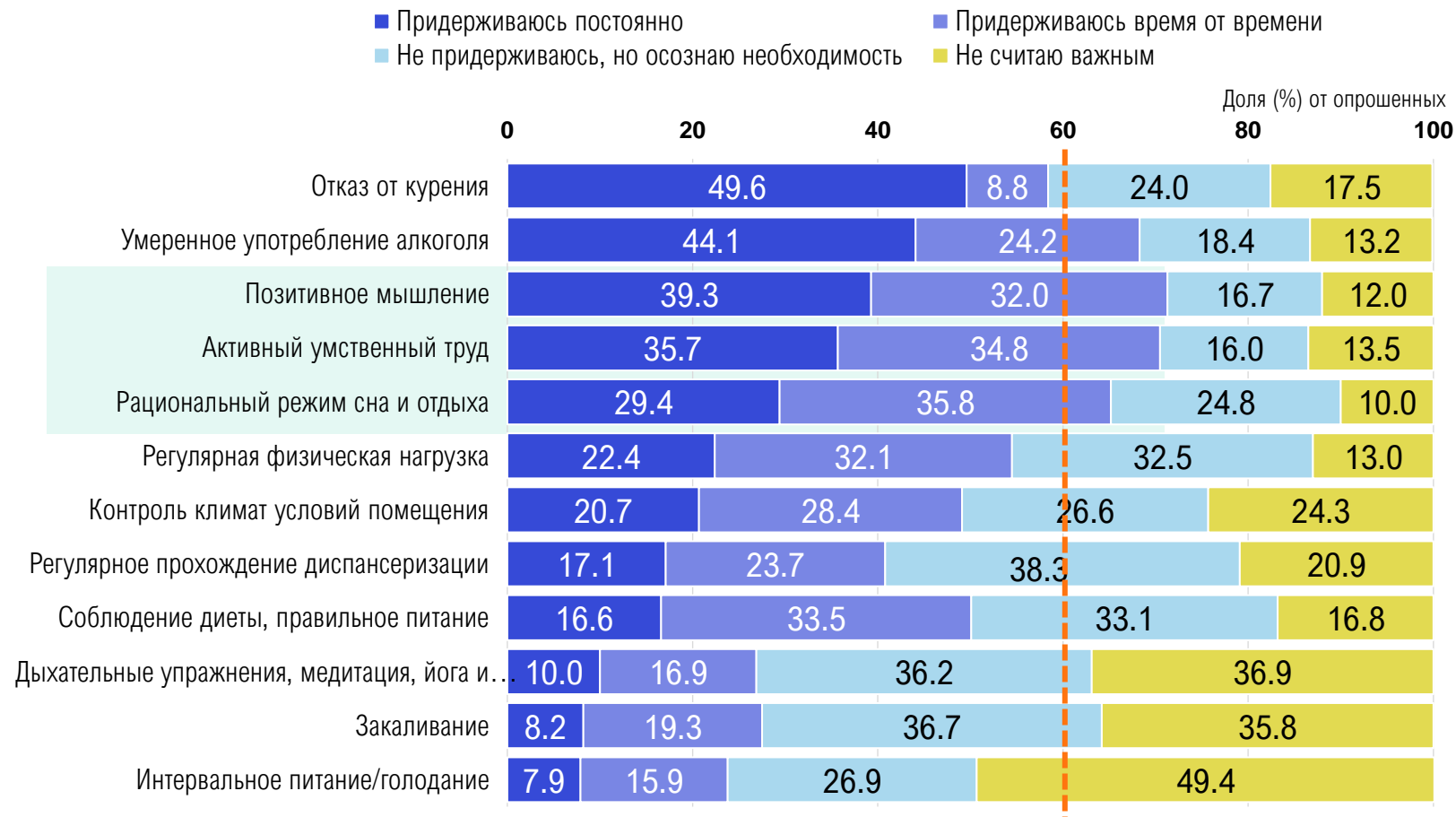
ПРИНЦИПЫ ЗОЖ И САМООЦЕНКА ЗДОРОВЬЯ

Жизненные цели на ближайшие 12 месяцев TOP10



Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2021 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

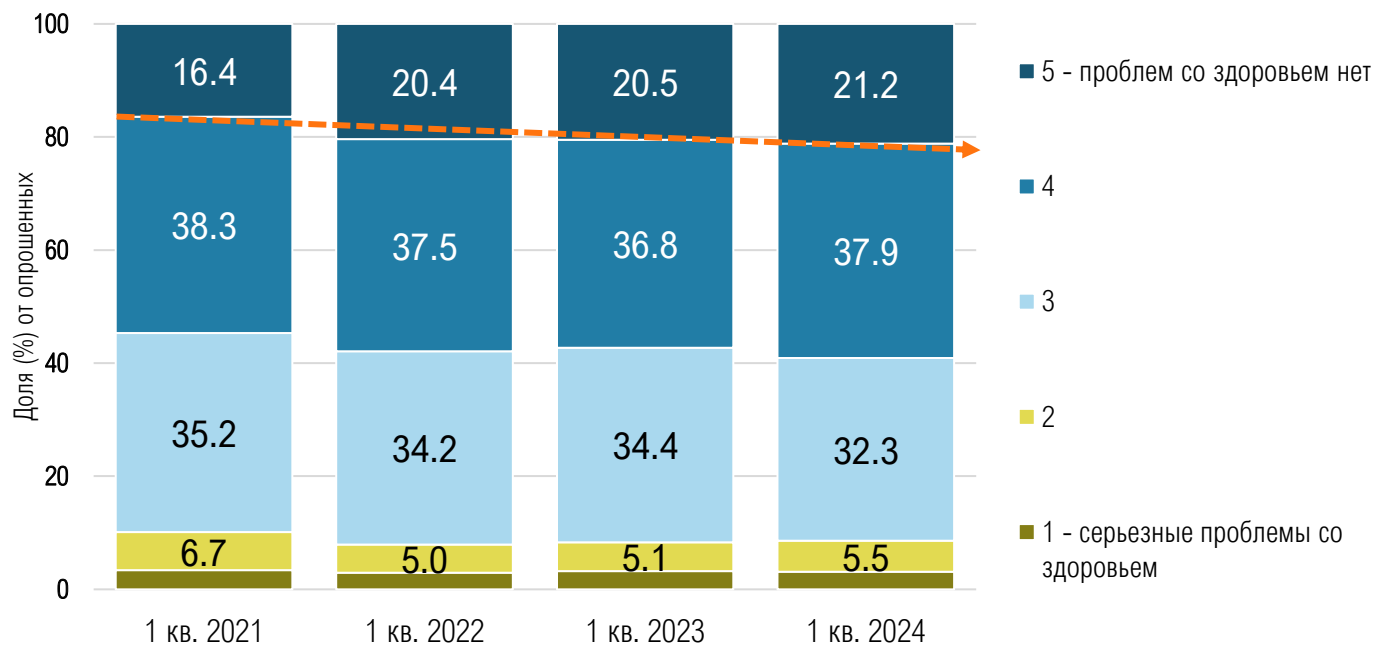
Население активно соблюдает принципы поддержания эмоционального здоровья



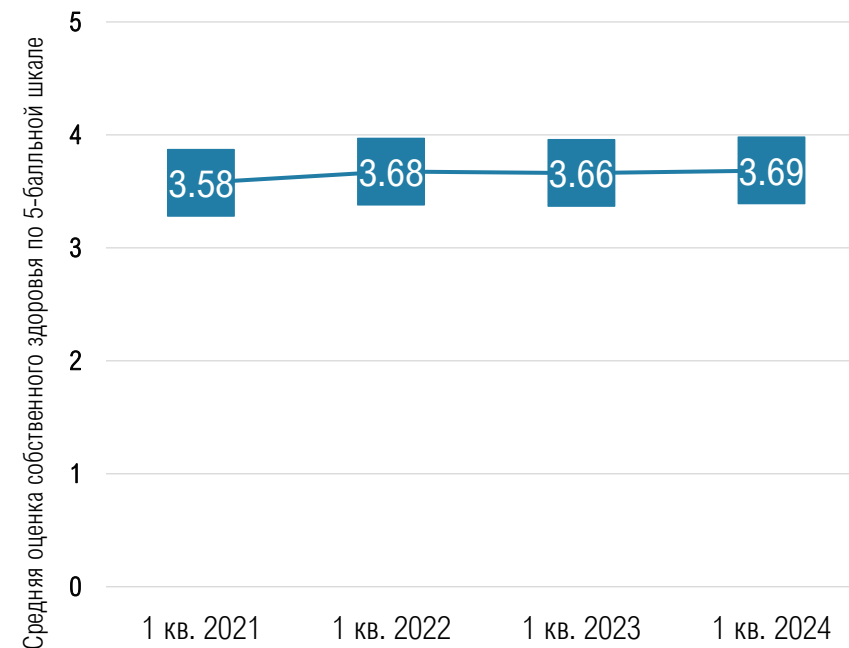
Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2021 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Растет доля респондентов, высоко оценивающих собственное здоровье

Самооценка населением состояния здоровья



Средние оценки собственного здоровья



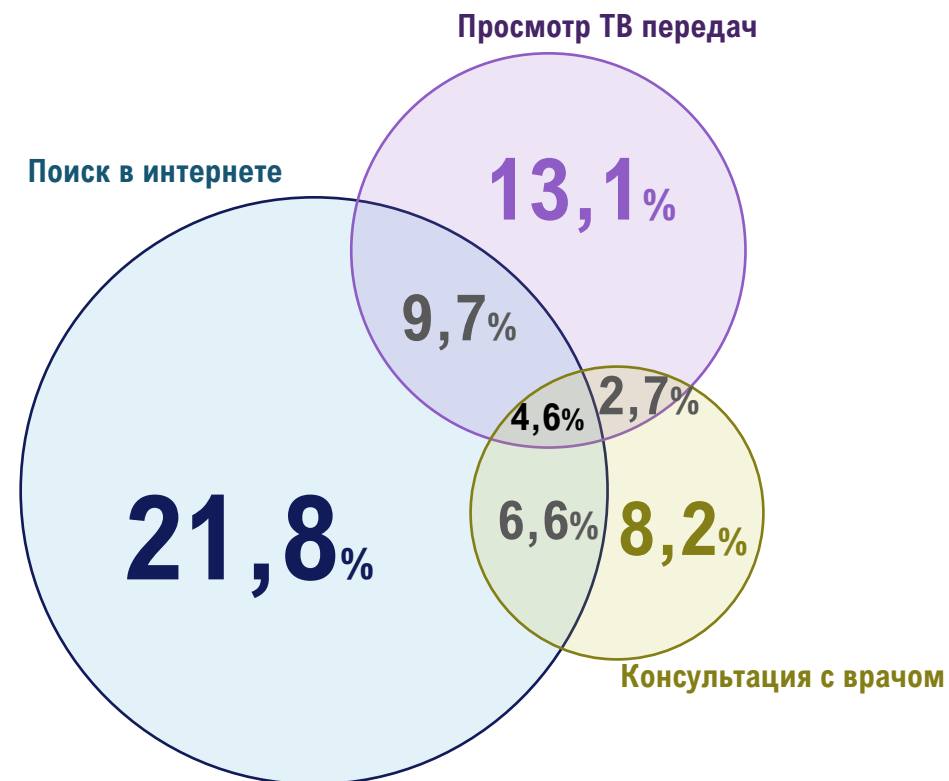
Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2021 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Источники информации, используемые для расширения кругозора о здоровом образе жизни

Источники информации о здоровом образе жизни



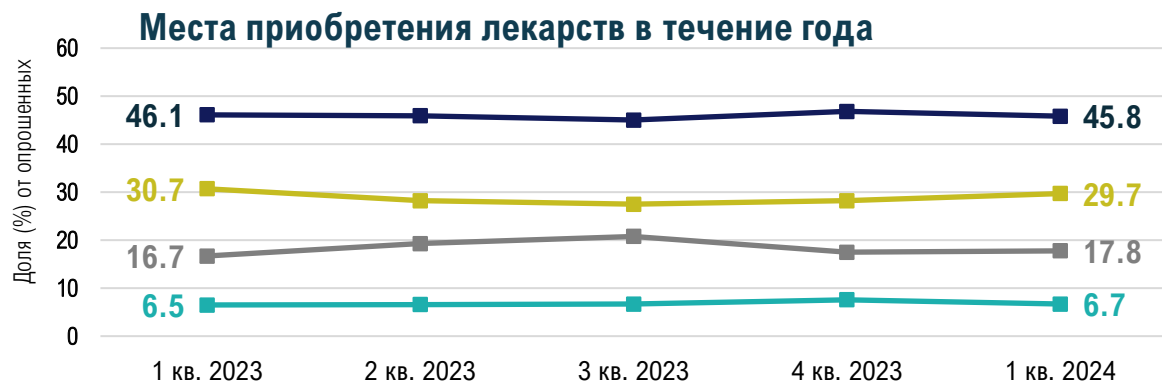
Кросс-использование TOP3 источника информации о ЗОЖ



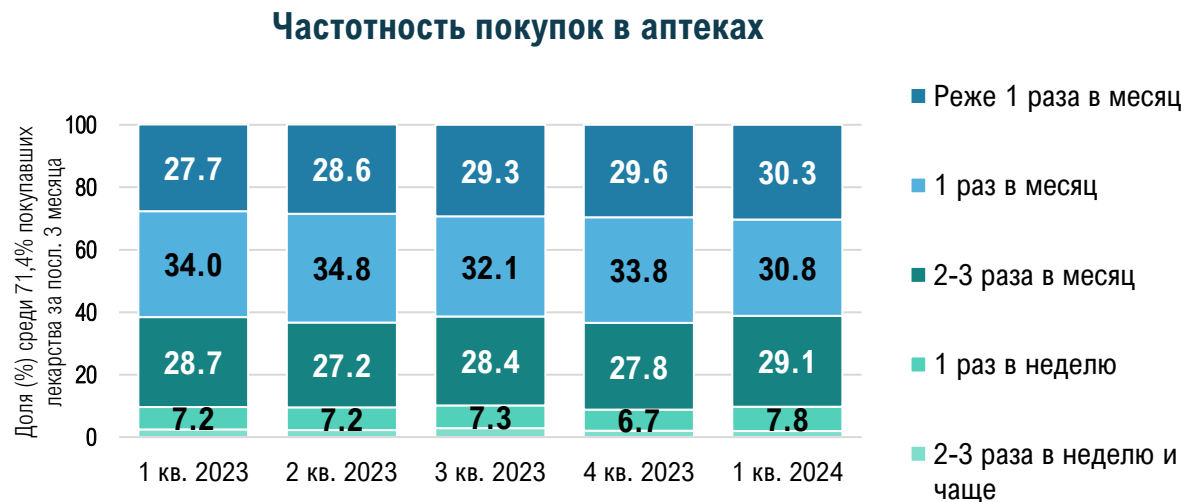
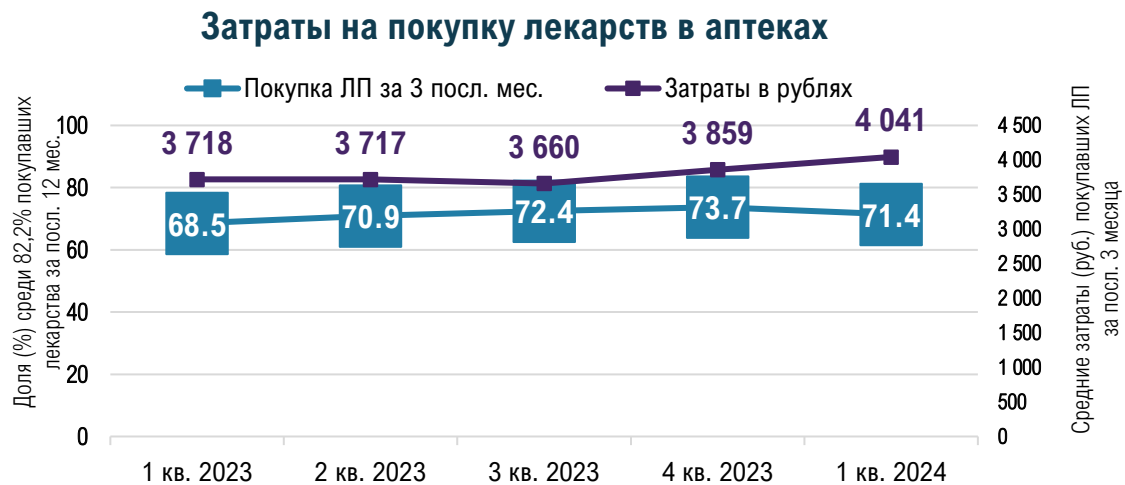
Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

ПОКУПКА И ВЫБОР ПРЕПАРАТОВ В АПТЕКЕ

Почти половина опрошенных покупают лекарства исключительно в обычных аптеках



- Только в обычной аптеке
- В обычной аптеке и интернете
- Не покупал лекарства за последние 12 месяцев
- Только в интернете (онлайн-бронирование, заказ на дом, заказ в аптеку)



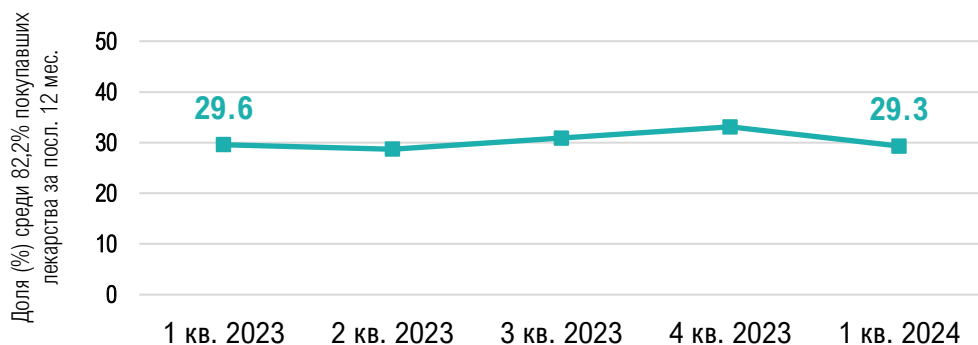
Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2023 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России



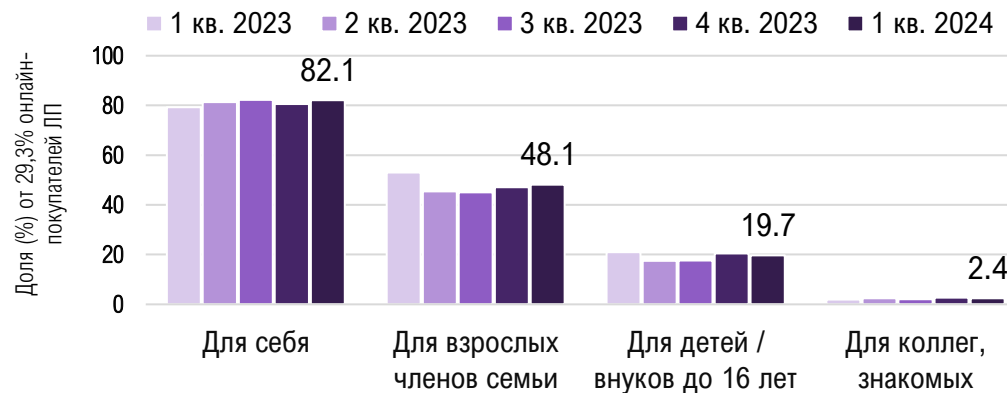
ОНЛАЙН-ПОКУПКА ЛЕКАРСТВ

Покупка лекарств онлайн: ключевые показатели

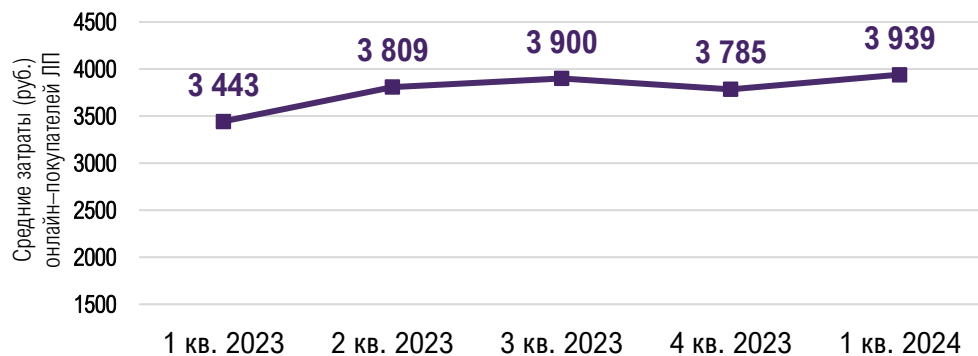
Покупка лекарств онлайн в динамике



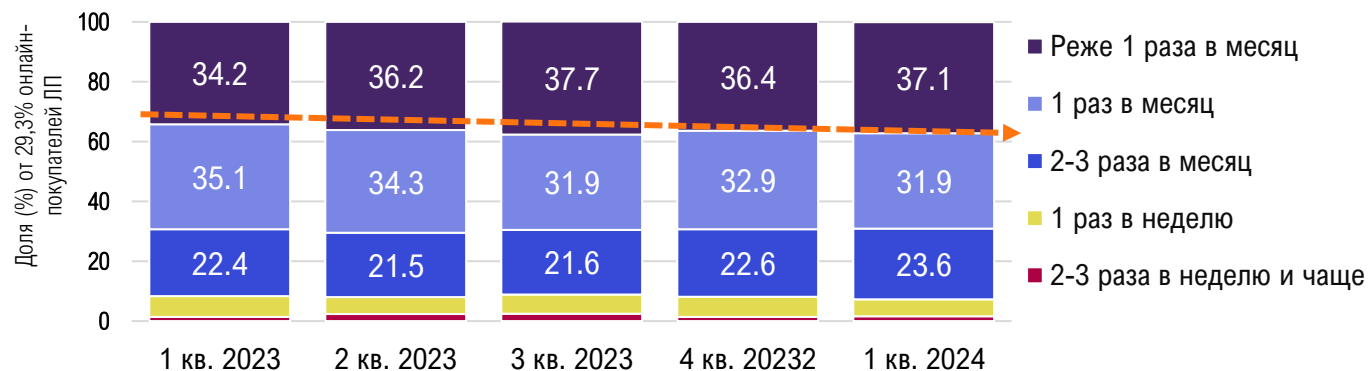
Для кого покупали ЛС онлайн



Средние затраты на покупку лекарств онлайн

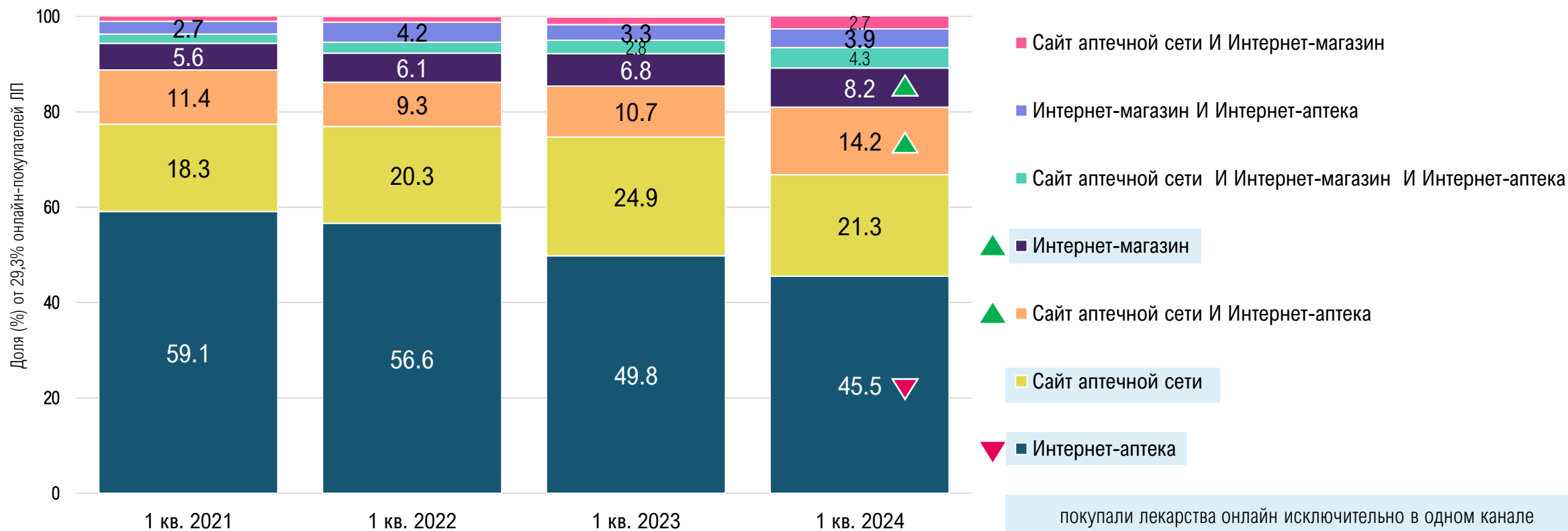


Как часто покупали онлайн



Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2023 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Распределение комбинаций каналов при онлайн-заказе лекарств



Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2021 – 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

ВЛИЯНИЕ ФОРМАТА РАБОТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

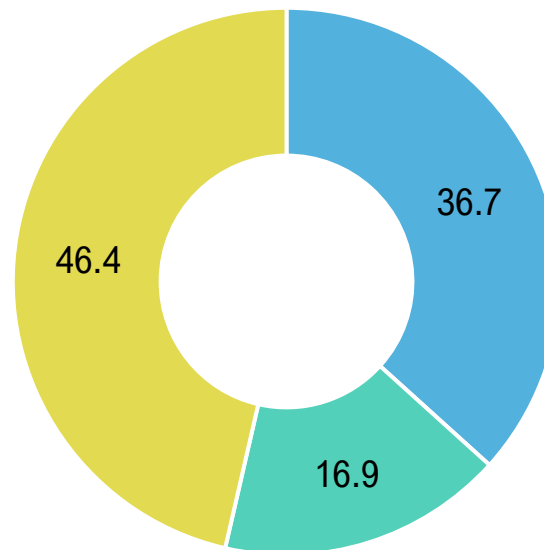
Заметно преобладание гибридного формата работы над классическим офлайн

Статус занятости - работают

59,6%

Доля (%) от опрошенных

Формат работы



■ Работал на рабочем месте

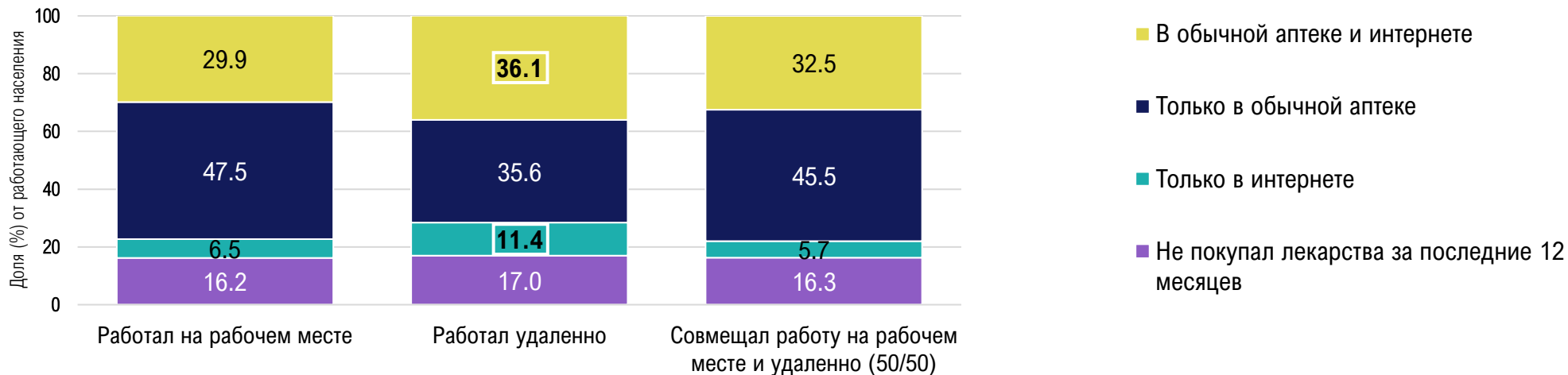
■ Работал удаленно

■ Совмещал работу на рабочем месте и удаленно (50/50)

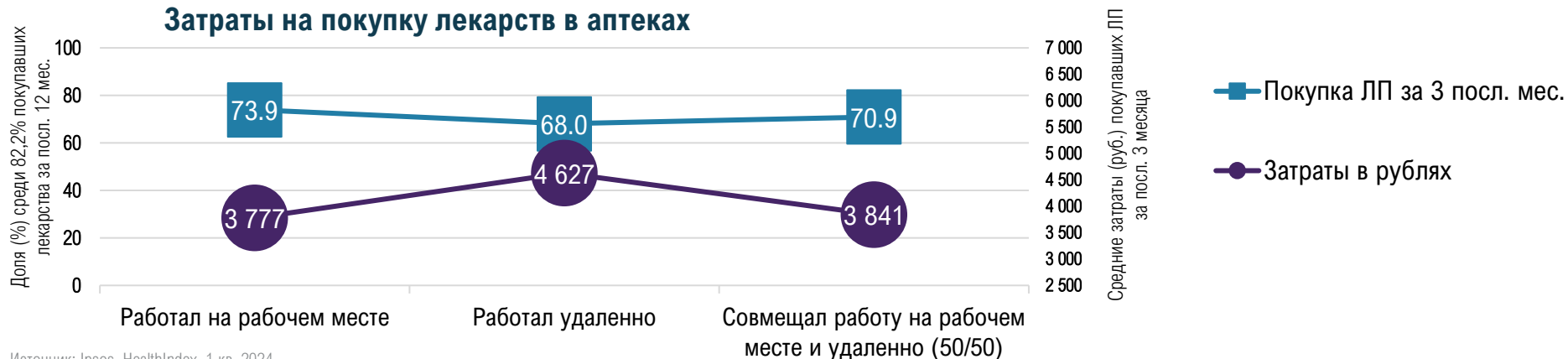
Доля (%) от 59,5% работающих

Среди работающих удаленно выше доля комбинирующих покупки лекарств онлайн и офлайн

Места приобретения лекарств в течение года

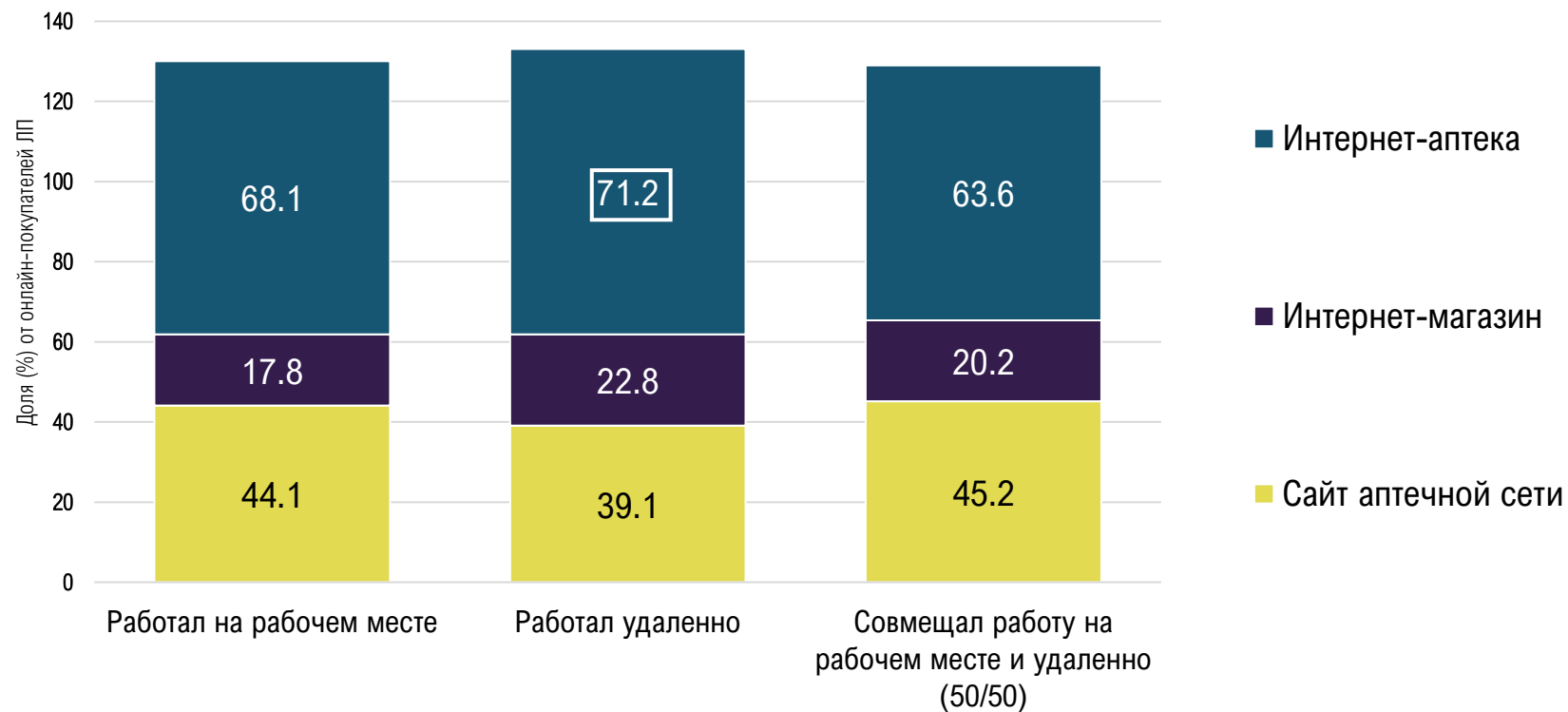


Затраты на покупку лекарств в аптеках



Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2024
 Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

Распределение онлайн-покупок по ресурсам в зависимости от формата работы населения



Источник: Ipsos, HealthIndex, 1 кв. 2023 – 1 кв. 2024
Выборка (1 кв. 2024): 5 076 респондентов География: 100+ городов России

СТРУКТУРА МУЛЬТИКАНАЛЬНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ

PROMO

Q1 2024 ГОДА

КЛЮЧЕВЫЕ
РЕЗУЛЬТАТЫ

© Ipsos | Итоги первого квартала 2024
года по данным Ipsos | Май 2024

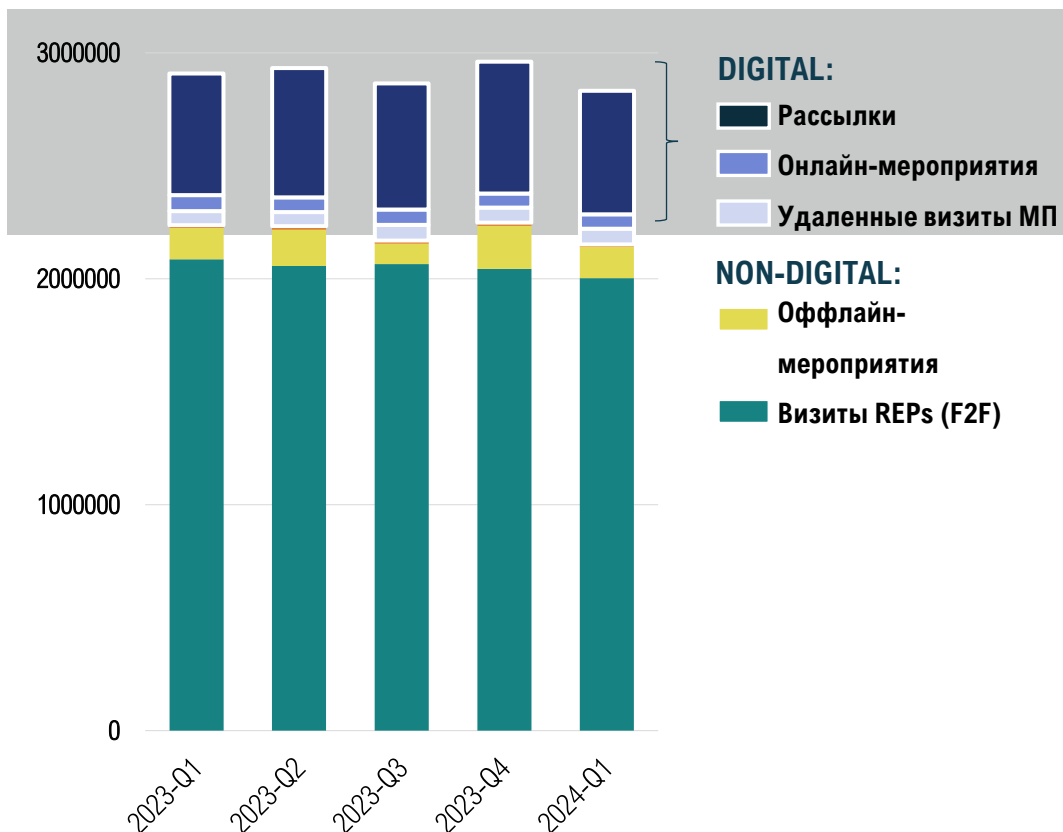


Структура мультиканального продвижения

Врачебные специальности

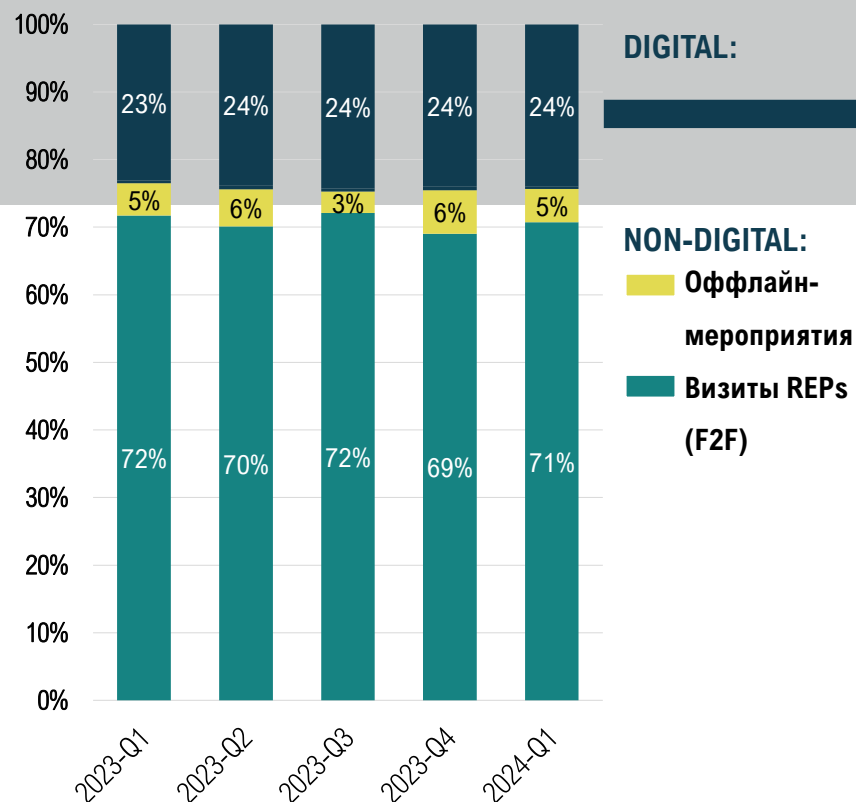
ОБЩИЙ ОБЪЕМ КОММУНИКАЦИЙ

Количество контактов

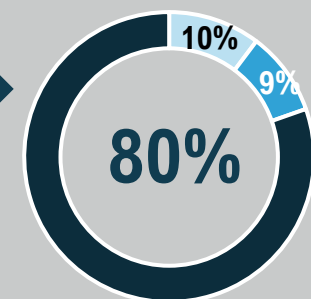


СТРУКТУРА МУЛЬТИКАНАЛЬНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ

Доля контактов в общей структуре



ДОЛЯ РАССЫЛОК В DIGITAL



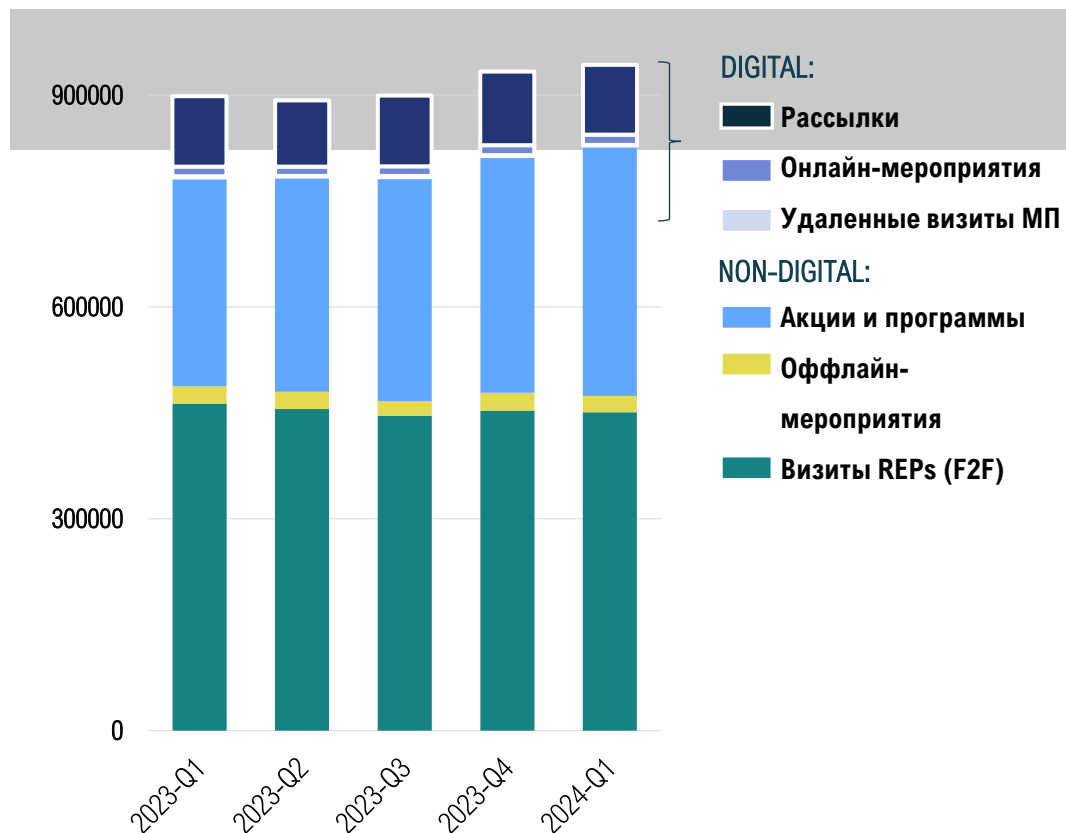
- Рассылки
- Онлайн-мероприятия
- Удаленные визиты МП

Структура мультиканального продвижения

Аптеки

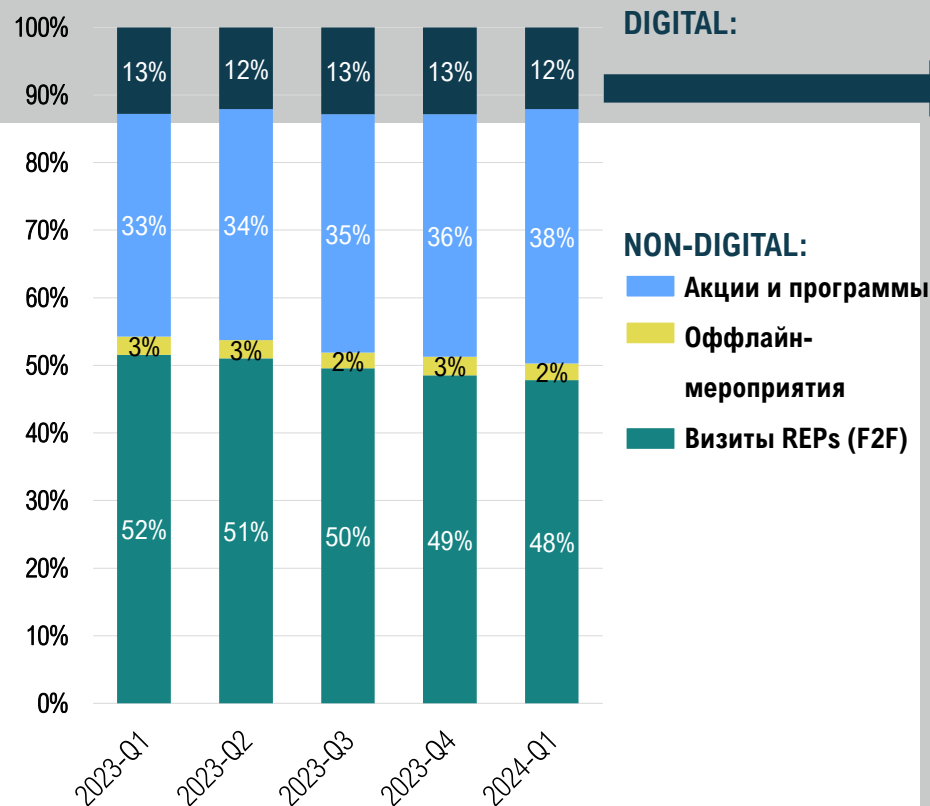
ОБЩИЙ ОБЪЕМ КОММУНИКАЦИЙ

Количество контактов



СТРУКТУРА МУЛЬТИКАНАЛЬНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ

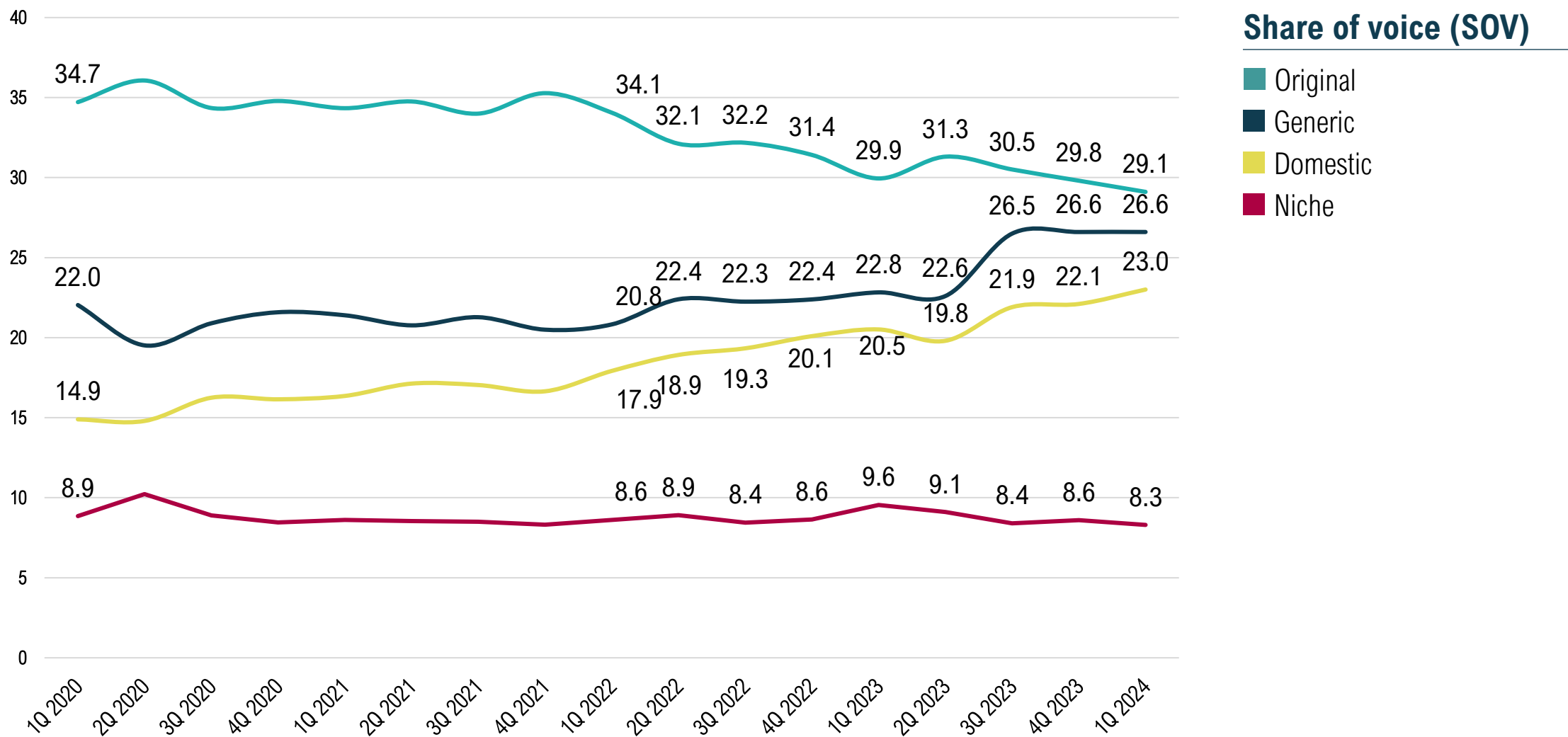
Доля контактов в общей структуре



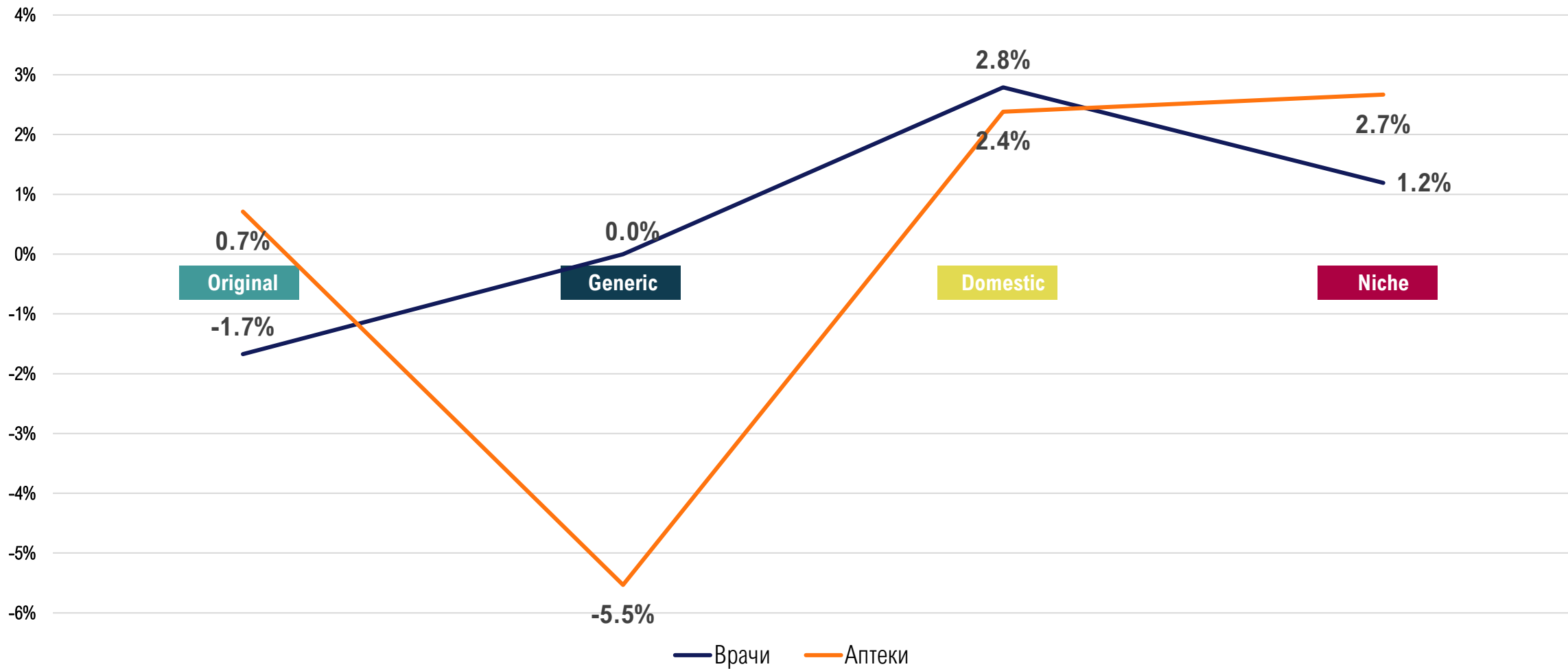
ДОЛЯ РАССЫЛОК В DIGITAL



Share of Voice (SoV) для четырех сегментов рынка



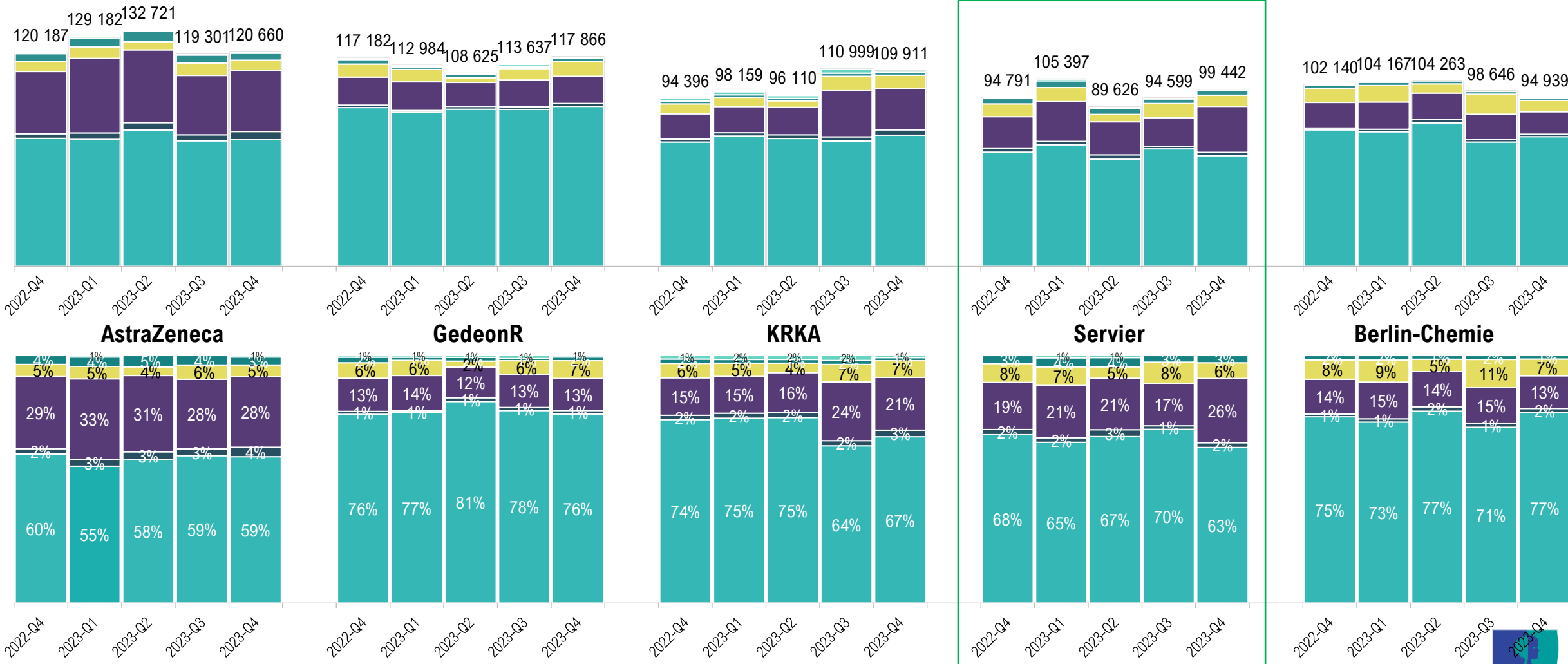
Прирост долей компаний по сегментам: Q1 2024 vs Q4 2023



ПОЗИЦИИ КОМПАНИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ

Структура мультиканального продвижения TOP-5

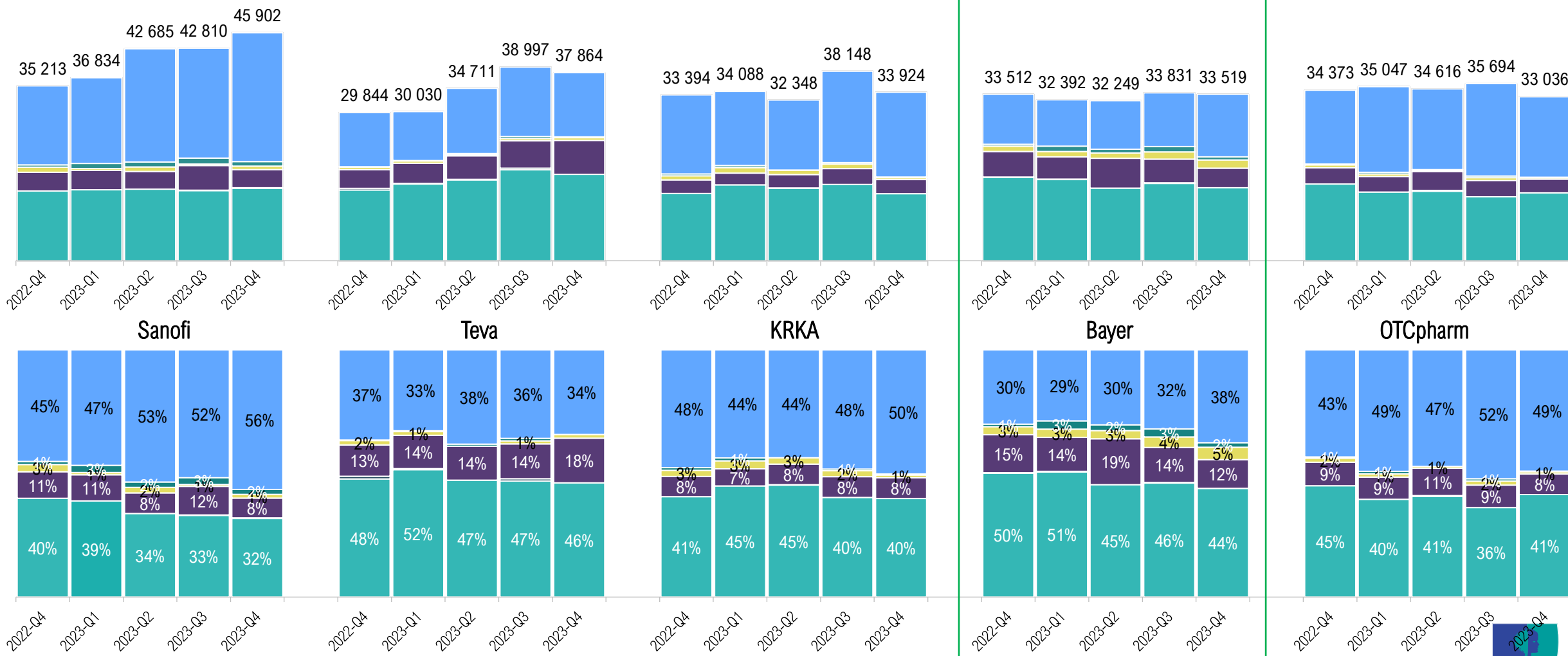
□ Total
■ Meetings
■ Remote-detailing
■ Mailings
■ Events (offline)
■ Events (WWW)
■ Clinical trials



Источник: Ipsos, Promo «Мониторинг промоционной активности фармацевтических компаний»

Структура мультиканального продвижения TOP-5

■ Total
 ■ Meetings
 ■ Remote-detailing
 ■ Mailings
 ■ Events (offline)
 ■ Events (WWW)
 ■ Actions and programmes

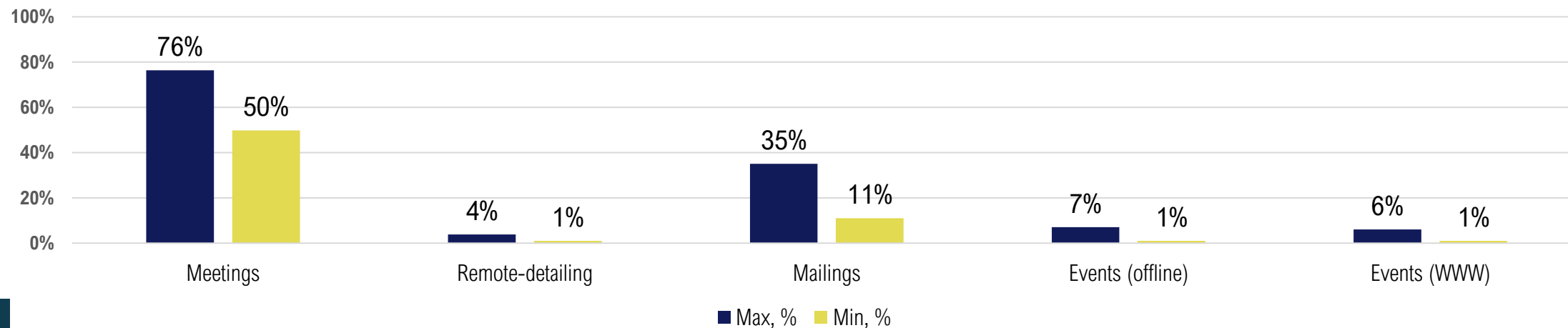


Источник: Ipsos, Promo «Мониторинг промоционной активности фармацевтических компаний»

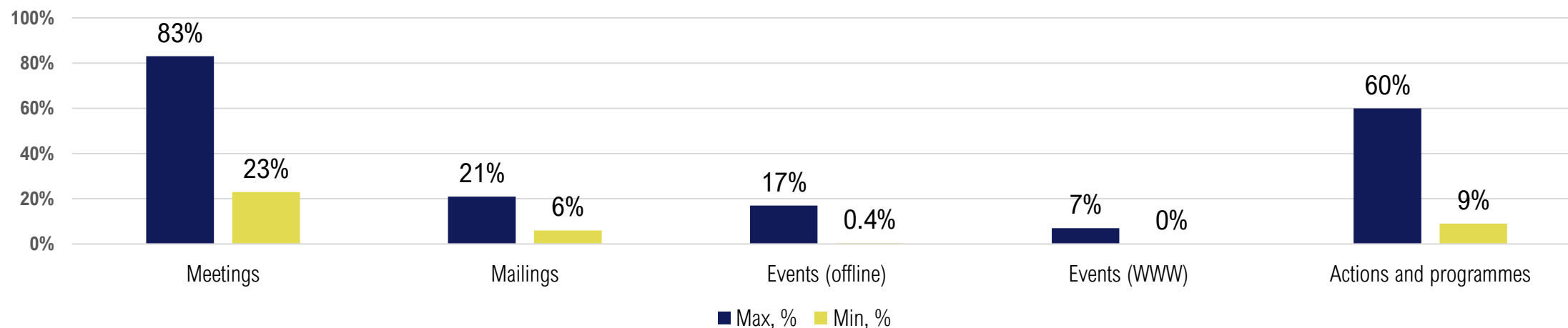


Разница долей каналов (max-min) в структуре продвижения TOP-20 компаний

Врачи



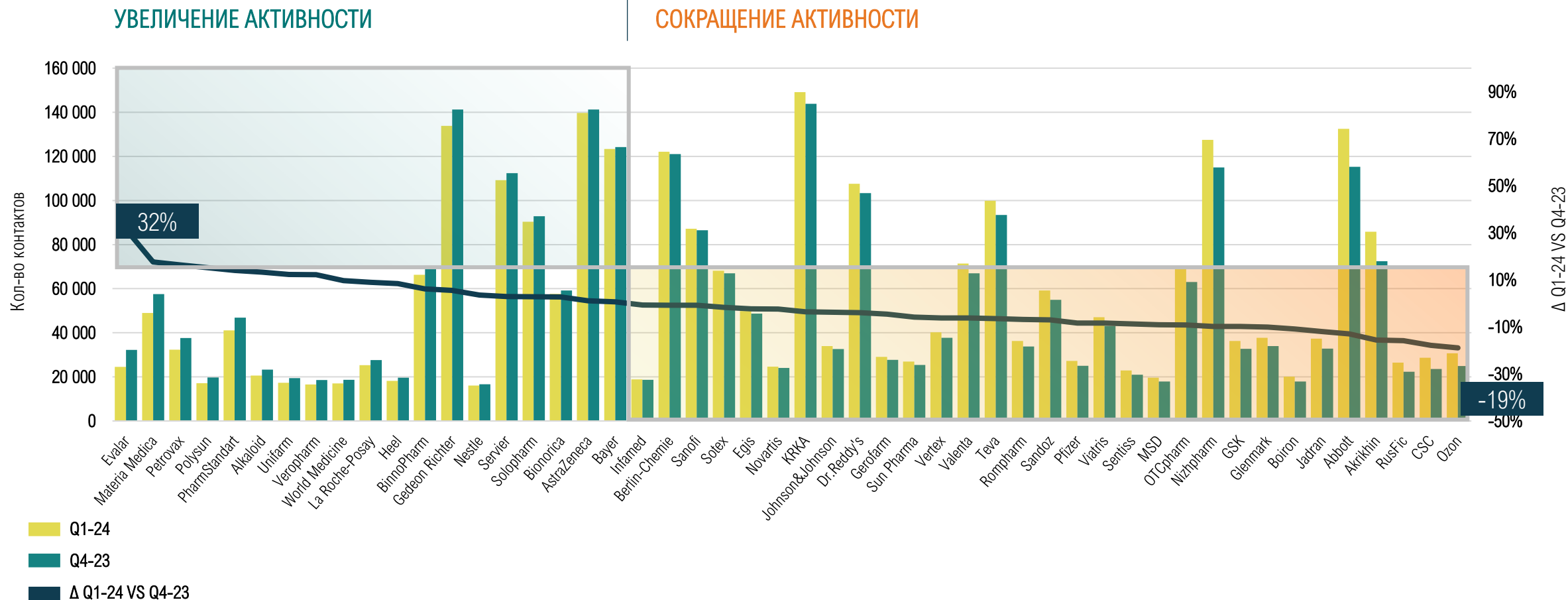
Аптеки



Динамика промоционной активности по компаниям

ТОР-50 компаний по количеству контактов

ВСЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ



ЭФФЕКТИВНОСТЬ F2F-ВИЗИТОВ

**Эффективность контактов
отражается в доле
тех контактов по
бренду/компании,
в результате которых
у врача повысилось
намерение назначать
промотируемые бренды**

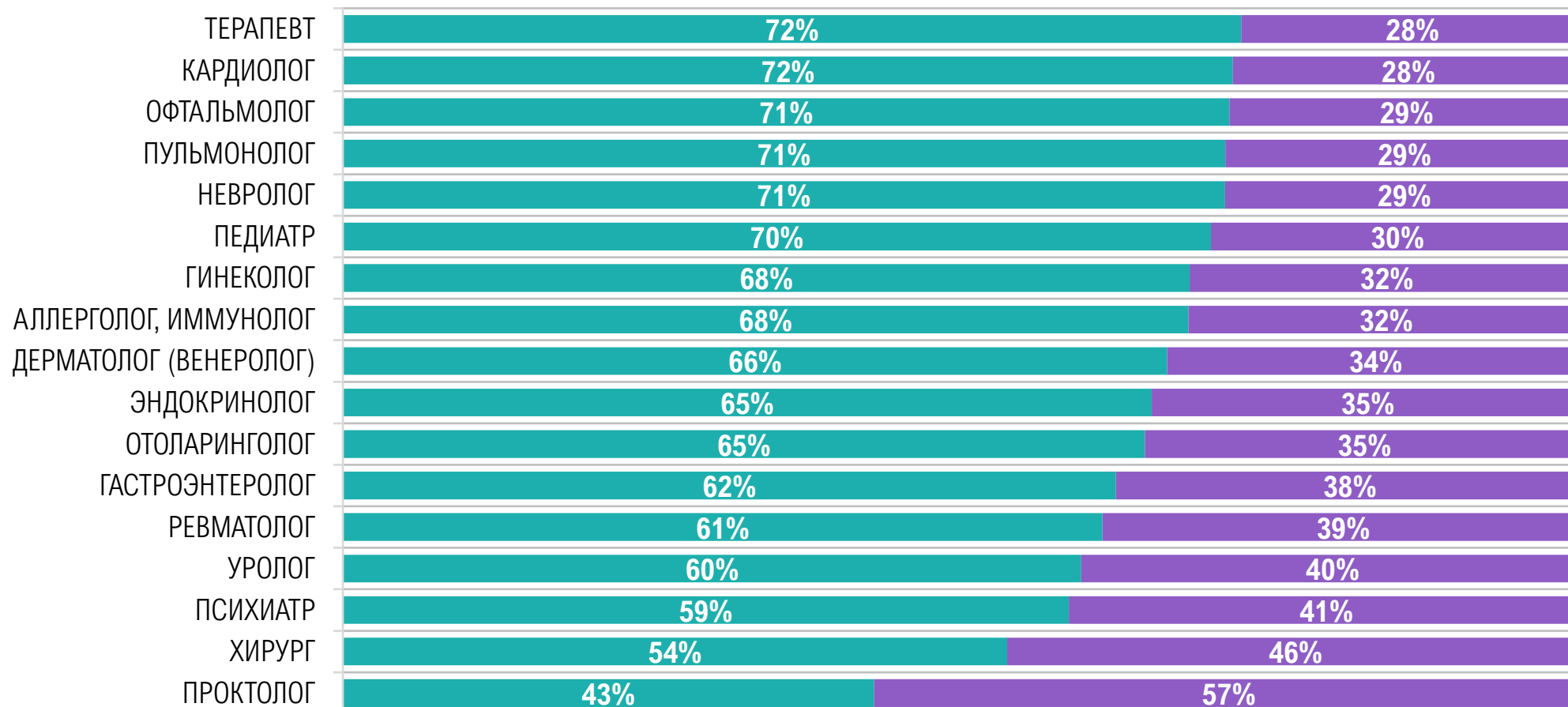


Эффективность F2F-визитов по специальностям

Q1-2024

Специальность

Доля эффективных бесед, %



Эффективность F2F-визитов по TOP-20 компаниям

Q1-2024, Терапевты

Компания

Доля эффективных бесед, %

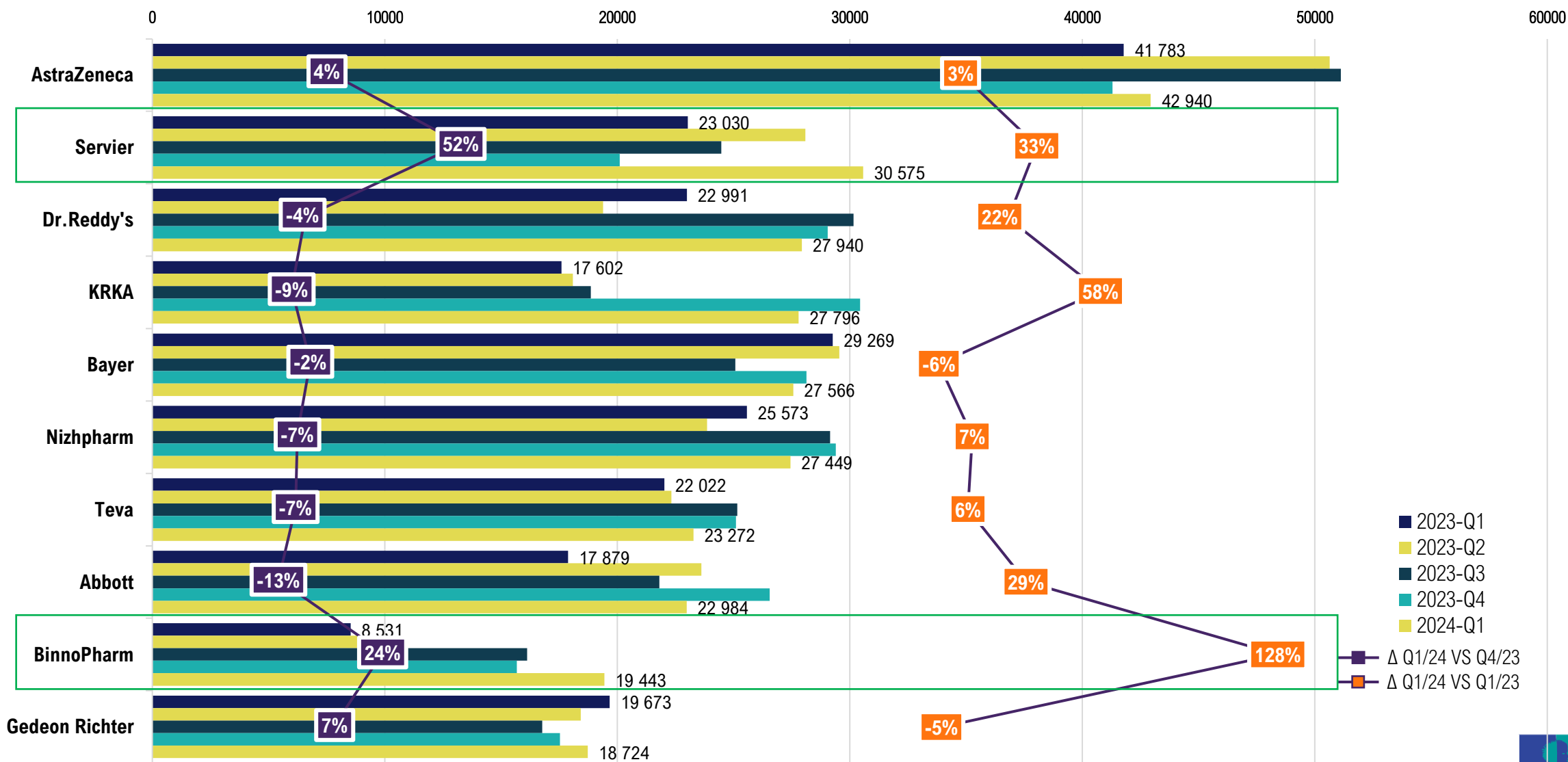


ЛИДЕРЫ В DIGITAL-ПРОДВИЖЕНИИ

Лидеры в Digital-продвижении Q1-2024 vs Q4-2023

| Общее количество контактов | | Доля digital в продвижении | | Δ digital Q1-2024 vs Q4-2023 |
|----------------------------|--|----------------------------|---|------------------------------|
| KRKA | | | ↓ | -9% |
| AstraZeneca | | | ↓ | 1% |
| Gedeon Richter | | | ↓ | 5% |
| Bayer | | | ↓ | -6% |
| Berlin-Chemie | | | ↓ | -9% |
| Abbott | | | ↑ | -12% |
| Nizhpharm | | | ↑ | -8% |
| Servier | | | ↑ | 48% |
| Dr.Reddy's | | | ↓ | -5% |
| Teva | | | ↑ | -3% |

Врачи: компании-лидеры в Digital-продвижении



Врачи: препараты-лидеры в Digital-продвижении*

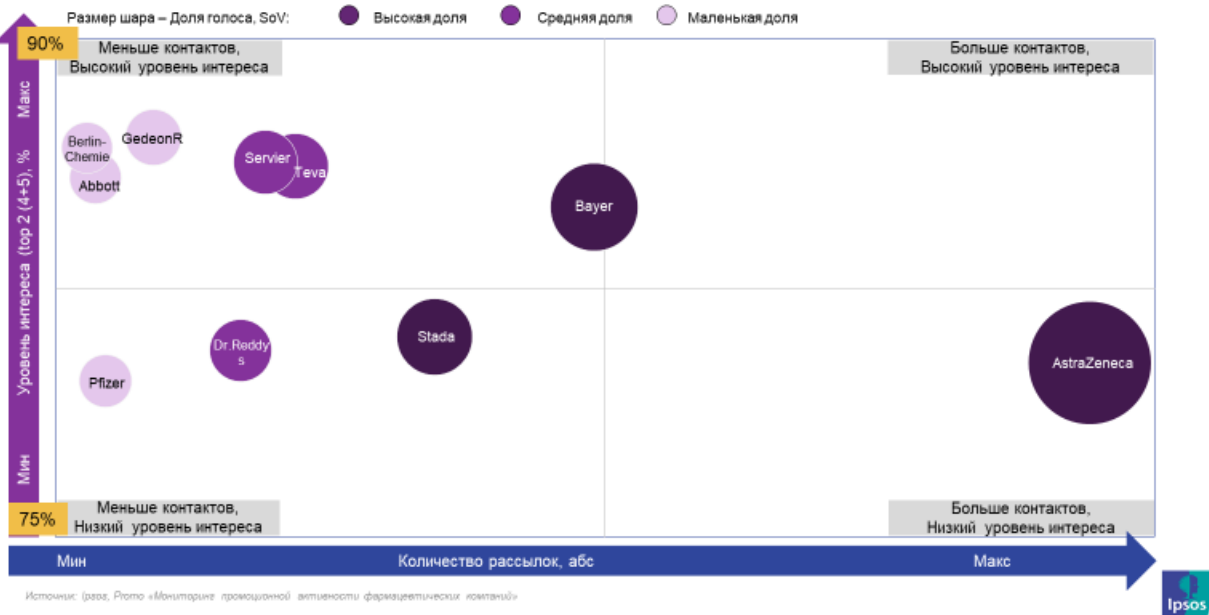
*Digital – e-mailing, онлайн мероприятия, удаленные контакты



Уровень интереса к получаемым рассылкам: Q1-2024 vs Q1-2023

Q1-2023

УРОВЕНЬ ИНТЕРЕСА ВРАЧЕЙ К ПОЛУЧАЕМЫМ РАССЫЛКАМ



Q1-2024

Врачи

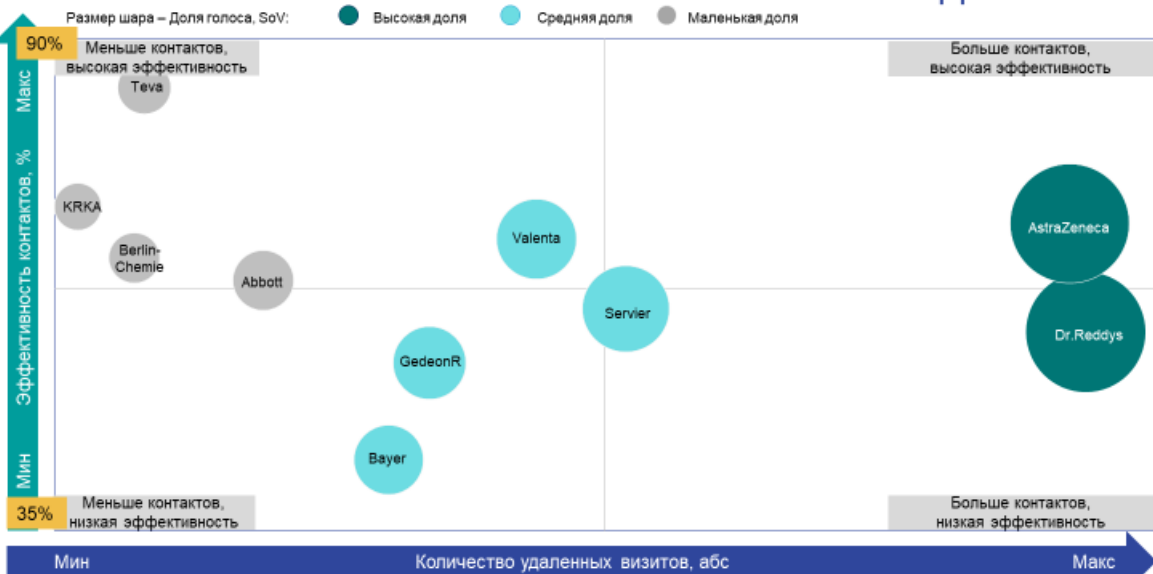
Уровень интереса к получаемым рассылкам



Эффективность Интернет-мероприятий: Q1-2024 vs Q1-2023

Q1-2023

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ ВРАЧЕЙ



Источник: (zoom, Popto «Мониторинг промоактивной деятельности фармацевтических компаний»)



Q1-2024

Врачи

Эффективность Интернет-мероприятий



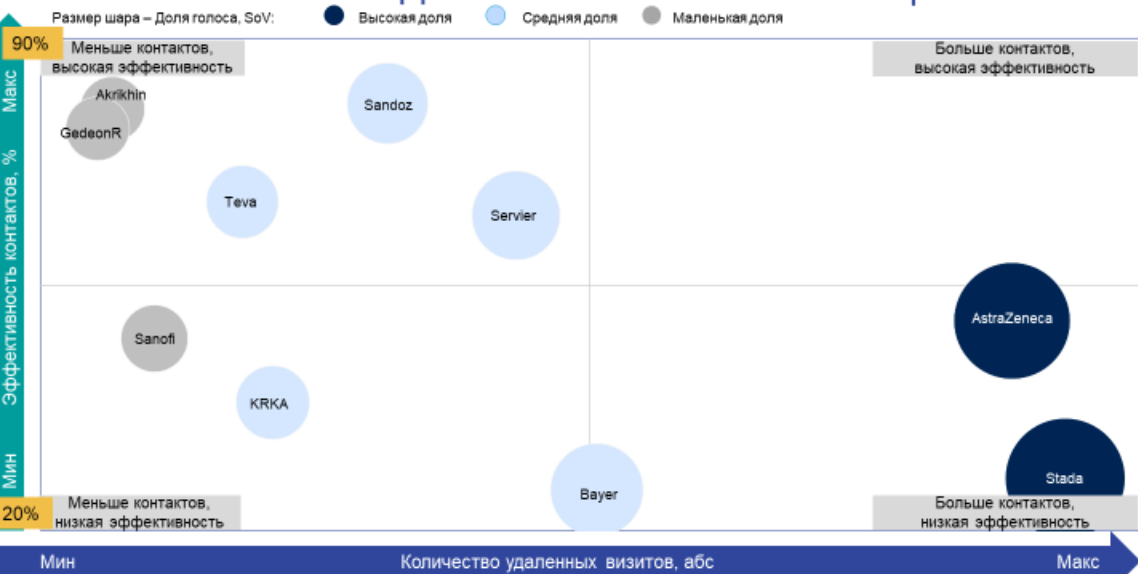
Источник: (zoom, Popto «Мониторинг промоактивной деятельности фармацевтических компаний»)



Эффективность удаленных коммуникаций: Q1-2024 vs Q1-2023

Q1-2023

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УДАЛЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ С ВРАЧАМИ



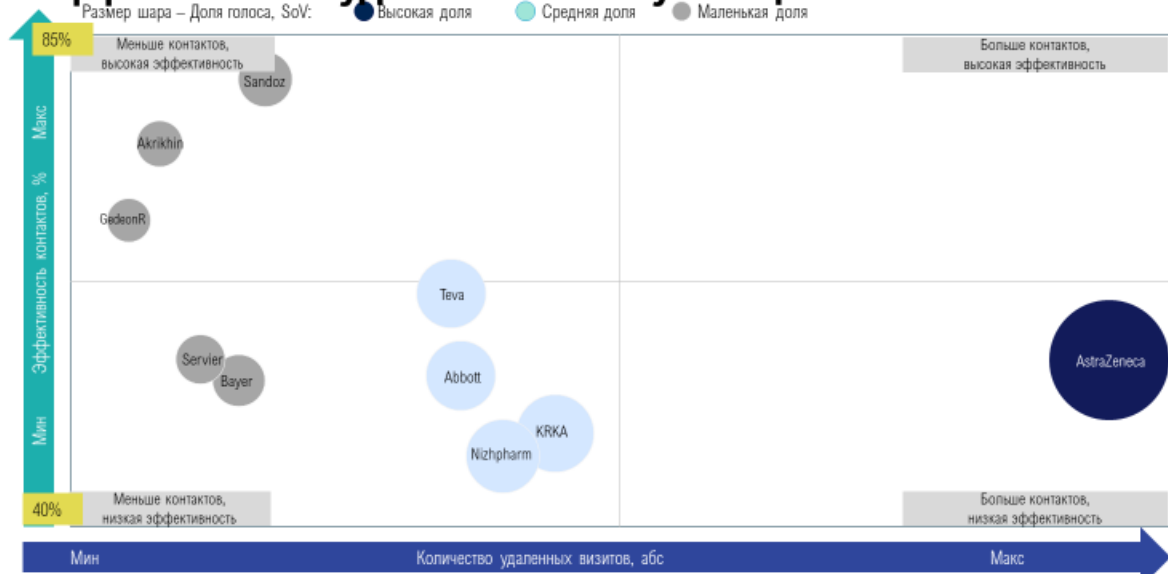
Источник: (разд. 1) «Мониторинг промоакционной активности фармацевтических компаний»



Q1-2024

Врачи

Эффективность удаленных коммуникаций



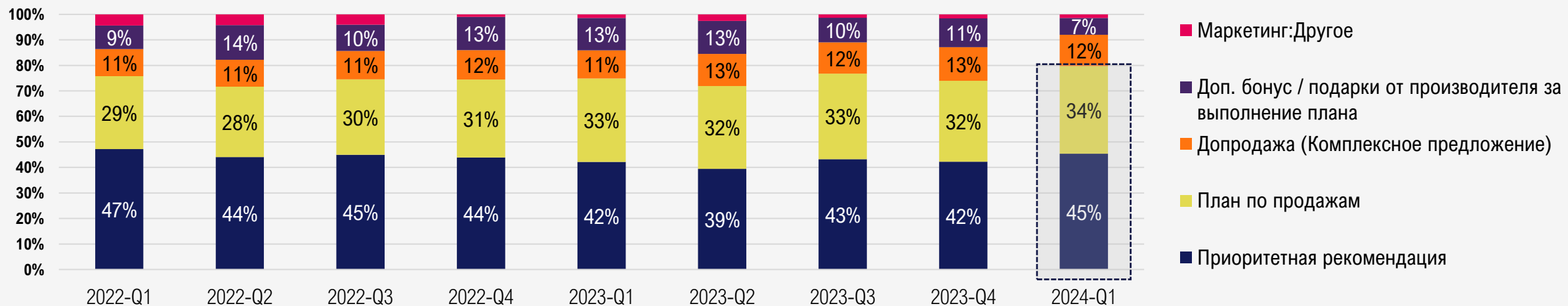
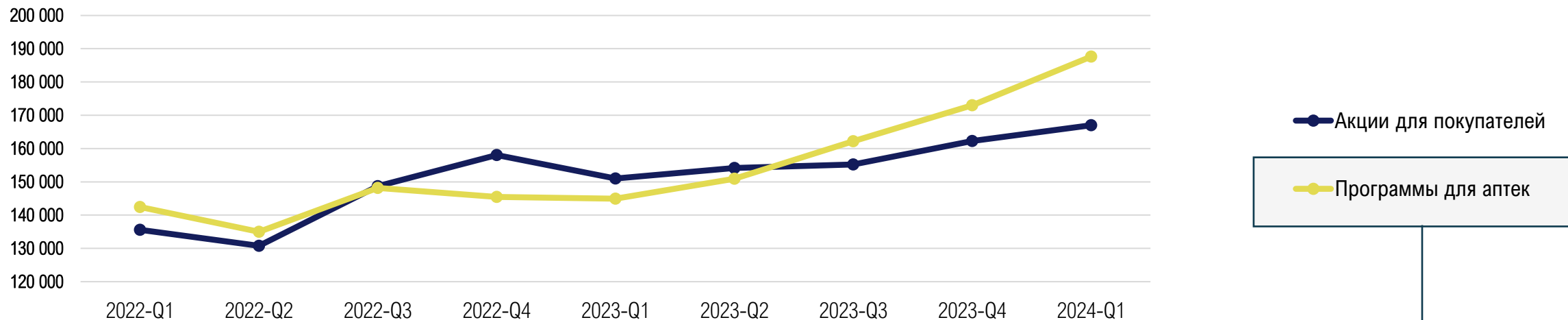
Источник: (разд. 1) «Мониторинг промоакционной активности фармацевтических компаний»

27



АПТЕКИ: АКЦИИ И ПРОГРАММЫ

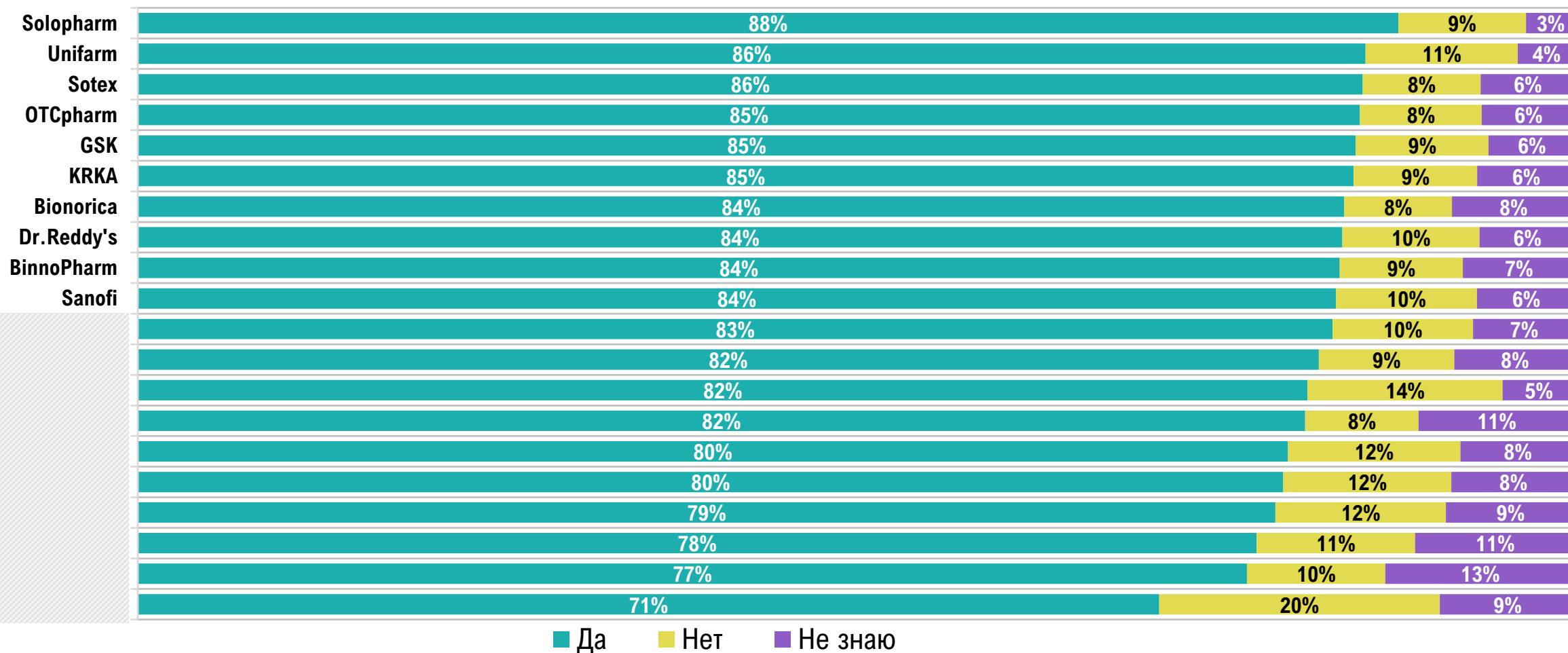
Акции и программы в аптеках: динамика



Программы для аптек: эффективность TOP-20

МАТ 2024/Q1

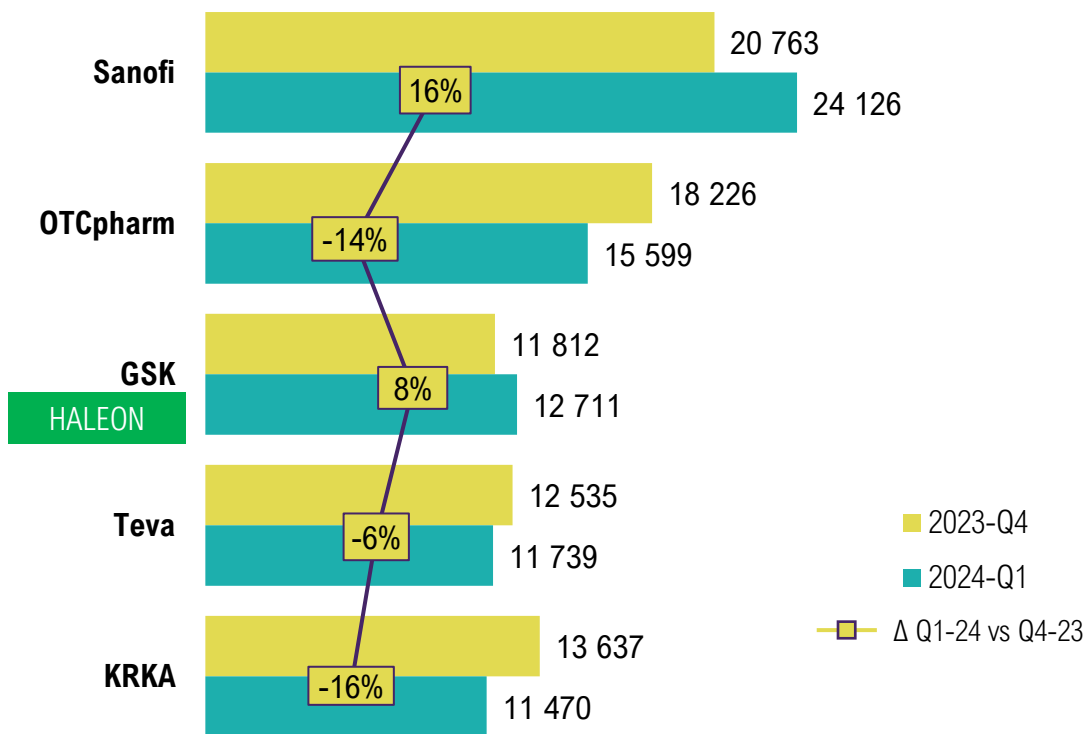
Выросли ли продажи в результате проведения программы?



ОТС: лидеры по количеству акций для покупателей и маркетинговых программ для первостольников



Количество акций и программ, абс.



Festal
Magne B6
Essentiale



Arbidol
Afobazol
Complivit

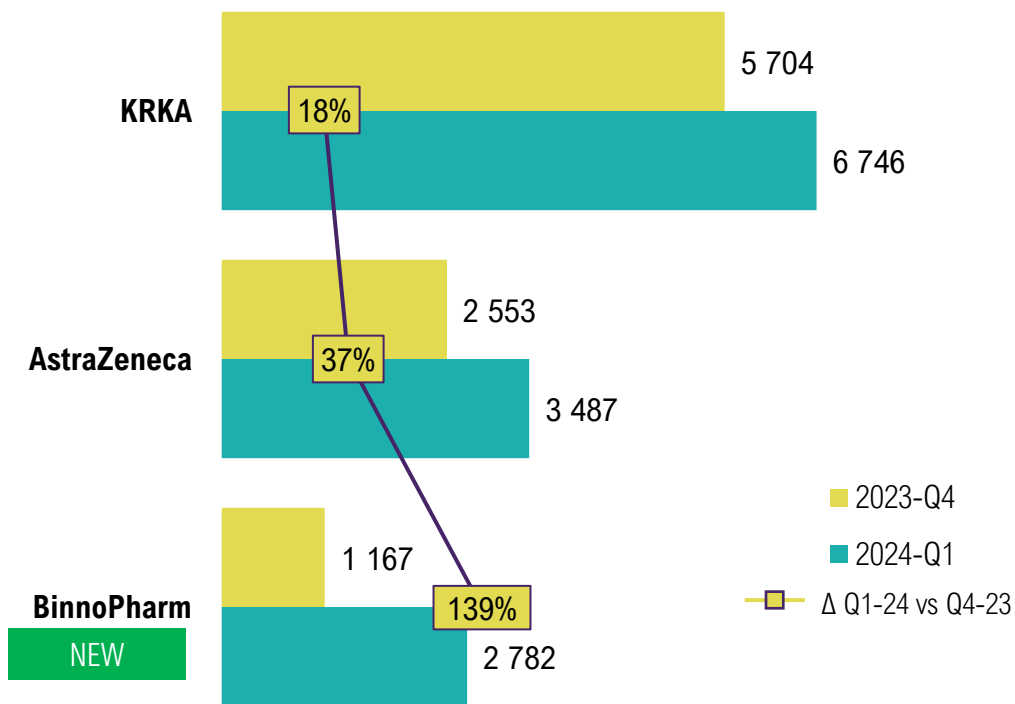


Theraflu
Voltaren Emulgel
Otrivin

RX: лидеры по количеству акций для покупателей и маркетинговых программ для первостольников



Количество акций и программ, абс.



Atoris
Nolpaza



Nexium
Crestor



Dexonal
Omeprazole

Актуальный Отчет: характеристики структуры продвижения

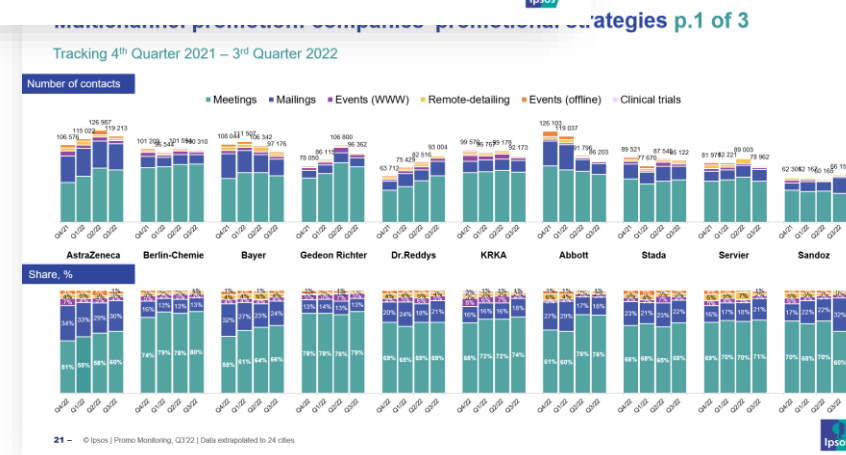
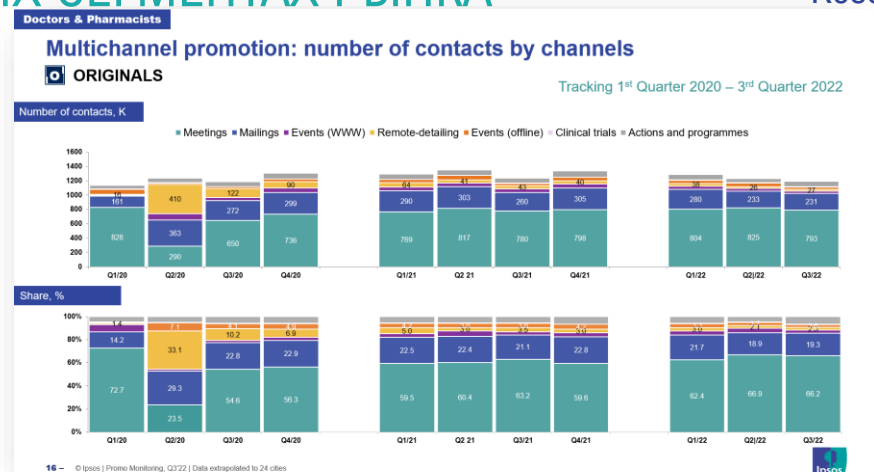
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ, НАПРАВЛЕННЫЙ НА АНАЛИЗ
ИЗМЕНЕНИЙ СТРАТЕГИЙ ИГРОКОВ В КЛЮЧЕВЫХ СЕГМЕНТАХ РЫНКА



Контакт:
Дарья Фомина
Research Manager

Специализированный отчет об основных изменениях в структуре продвижения и стратегии основных игроков рынка за второе полугодие 2023 года, позволяющий ретроспективно проанализировать данные по активности компаний и ответить на вопросы:

- Какие каналы продвижения используют ведущие игроки
- Какая структура продвижения используется для различных сегментов рынка
- Какая структура продвижения характерна для различных категорий препаратов
- Показатели SOV в конкурентном окружении



НАЗНАЧЕНИЯ ВРАЧЕЙ

PRINDEX

Q1 2024 ГОДА

КЛЮЧЕВЫЕ
РЕЗУЛЬТАТЫ

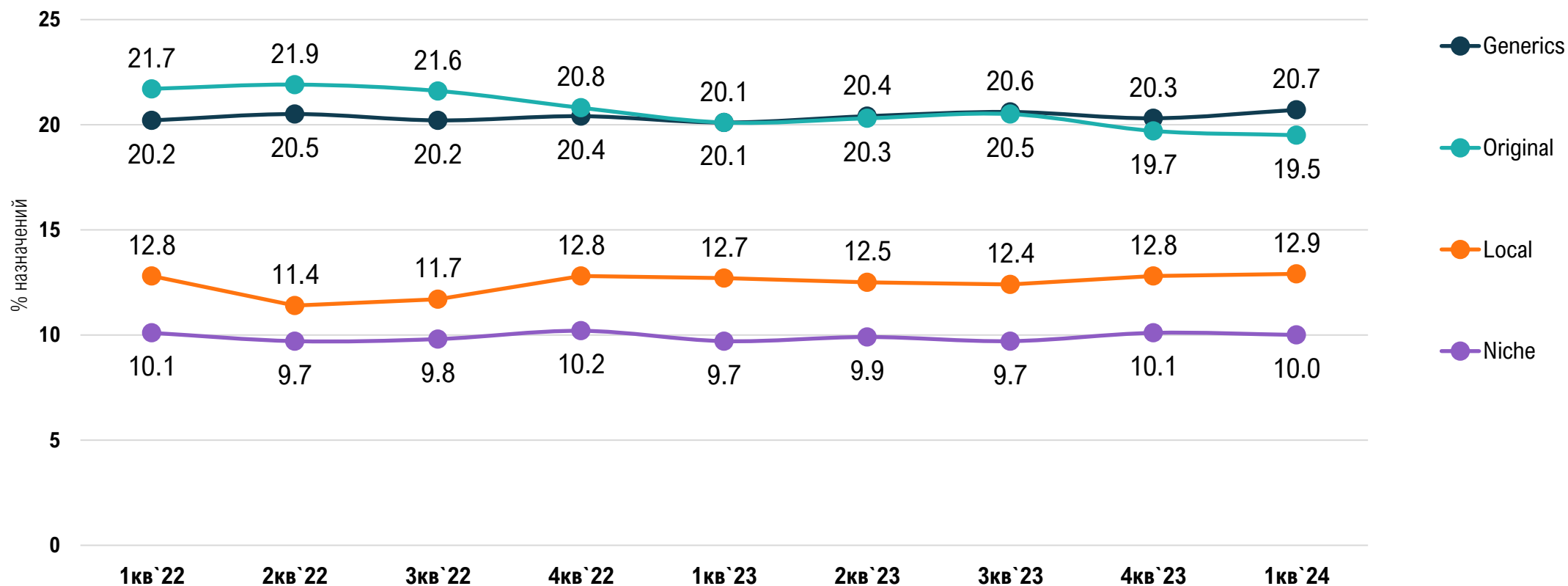
© Ipsos | Итоги первого квартала 2024
года по данным Ipsos | May 2024



ОБЩИЕ ДАННЫЕ

Динамика изменения долей компаний по сегментам рынка – выписка врачей среди TOP-60 компаний

TOP 60 – 79% от общей выписки (исключая МНН)



Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»

© Ipsos | Итоги первого квартала 2024 года по данным Ipsos | May 2024

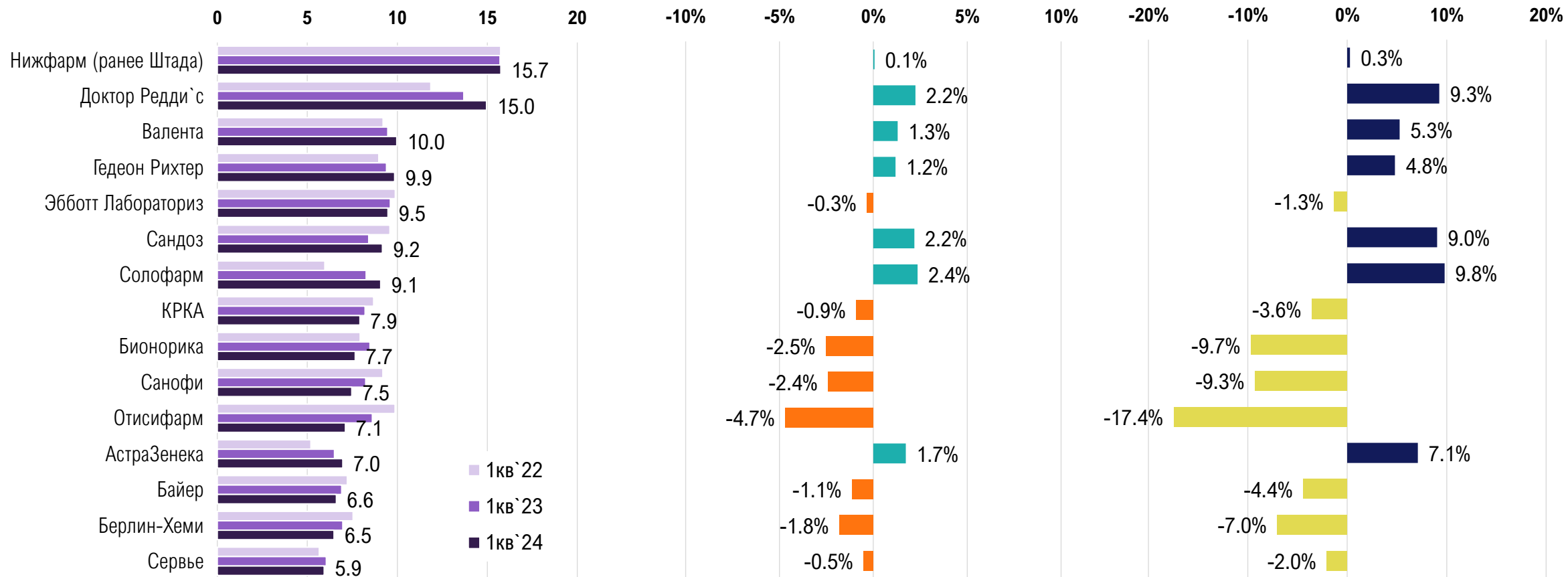
Динамика изменения долей компаний

ТОП-15 компаний по объему назначений

млн. назначений в год

CQGR Q1' 24 – Q1' 23

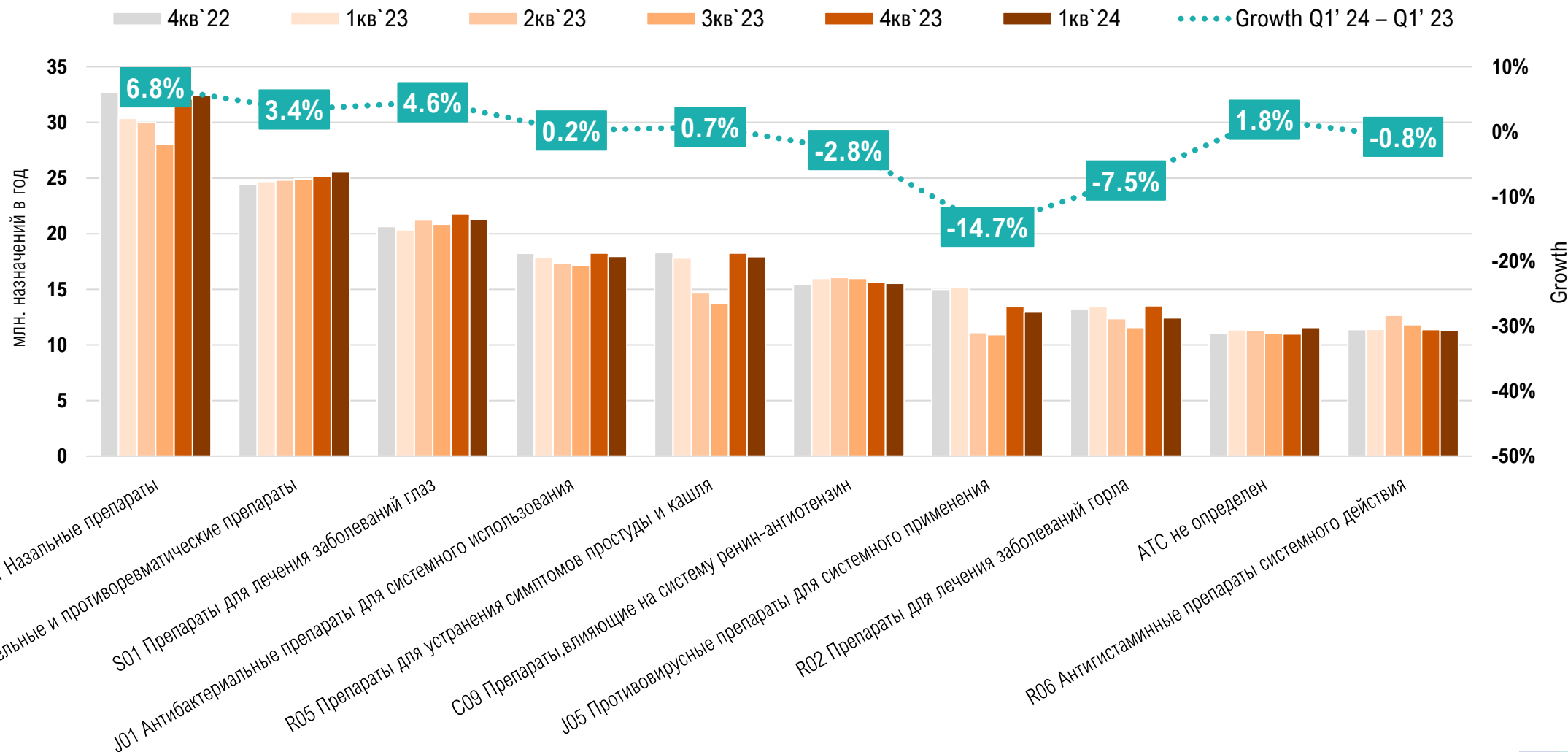
Growth Q1' 24 – Q1' 23



Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»

Динамика назначений по АТС 2

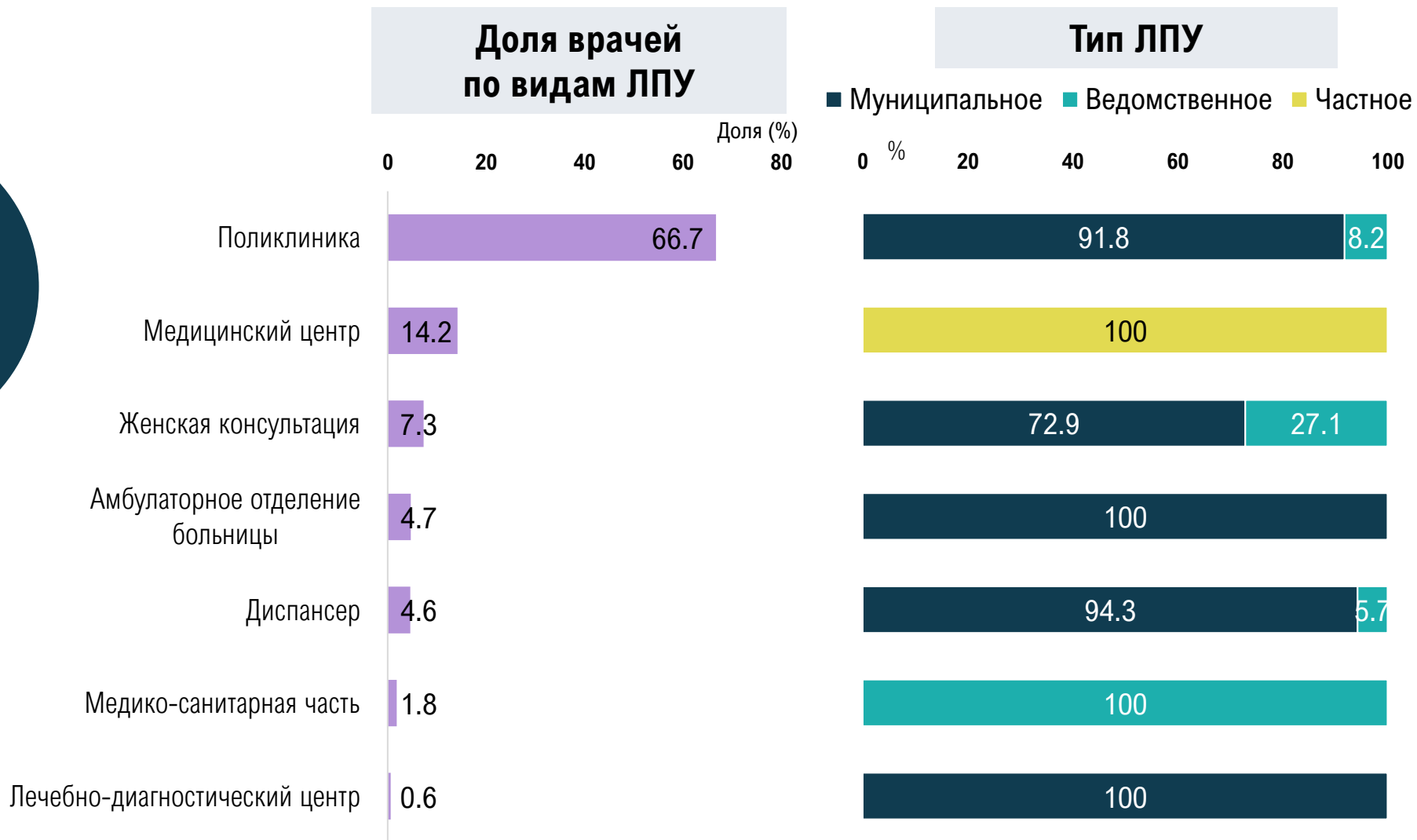
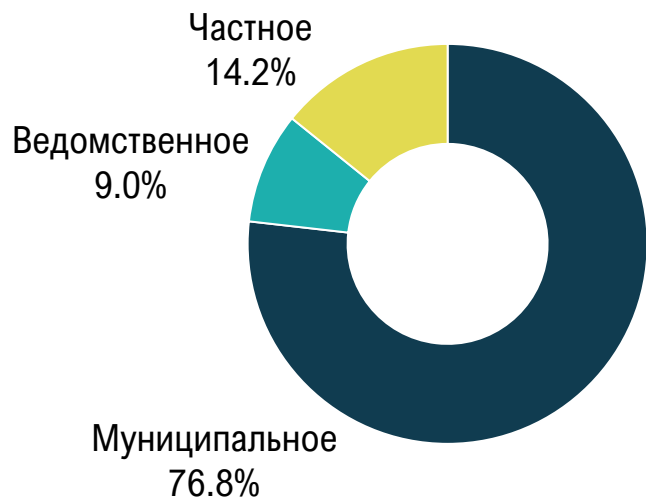
ТОП 10



Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»



Структура выборки с учетом типов ЛПУ в 1 квартале 2024



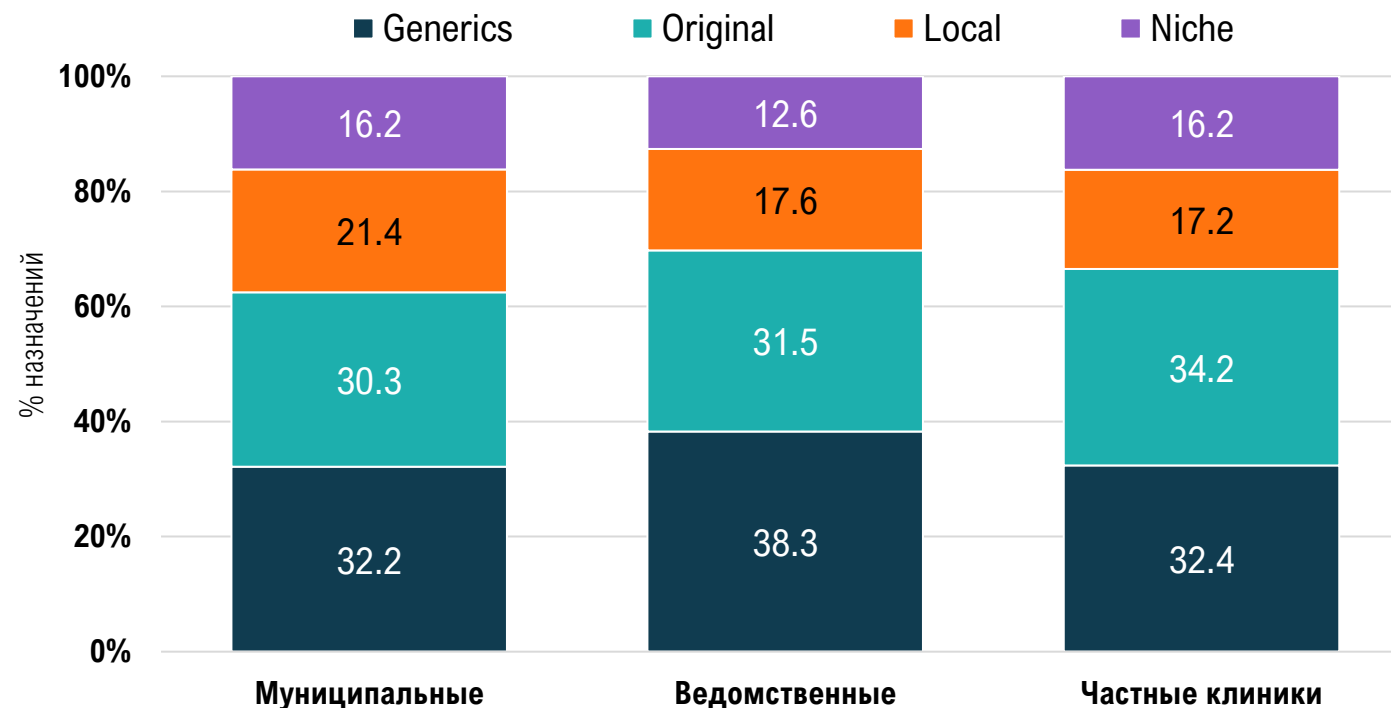
Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛПУ»

В частных клиниках выше доля назначений препаратов компаний-оригинаторов

TOP 60 компаний – 79% от общей выписки (исключая МНН)

Сегменты компаний-производителей

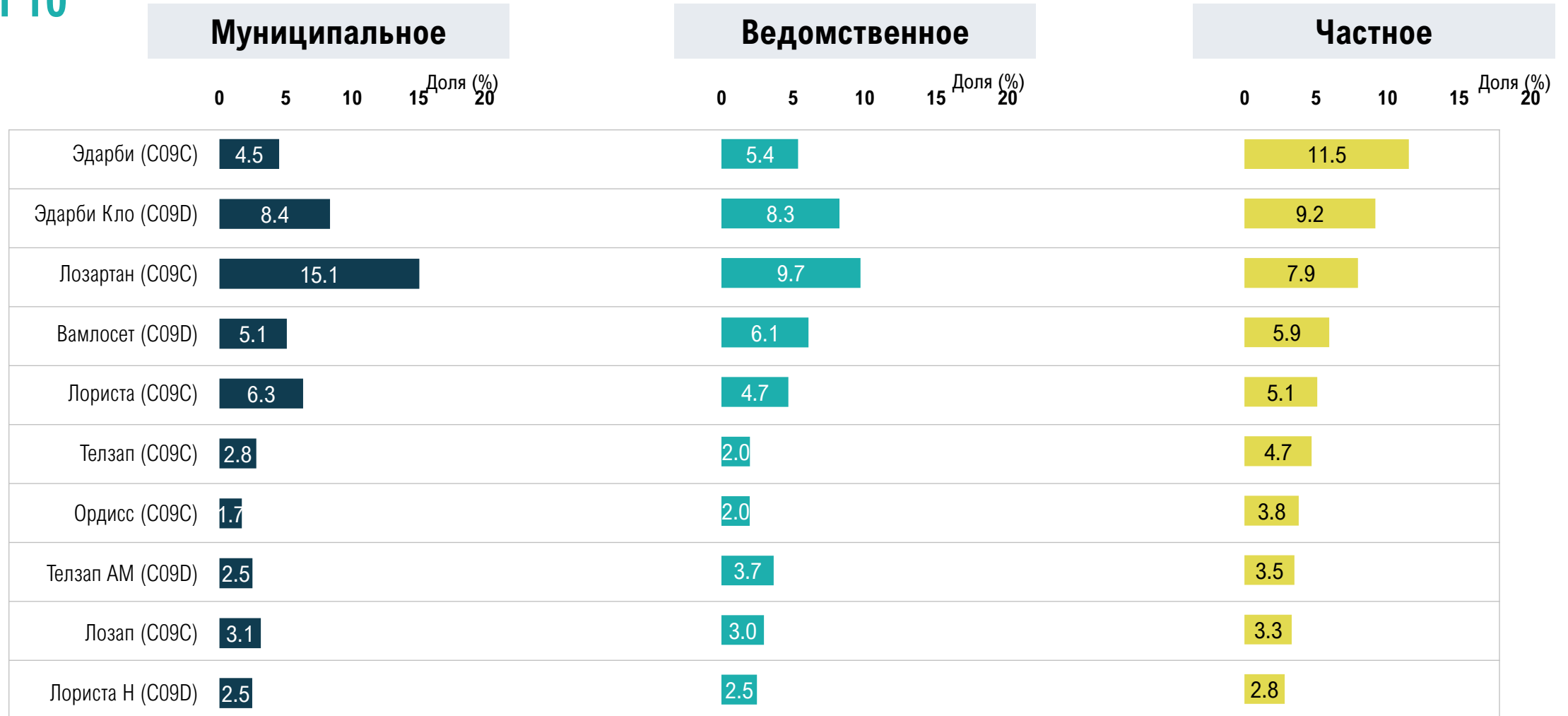
| Original | Generics |
|---|---|
| Эбботт Лаботориз Санофи АстраЗенека Байер Сервье и другие | Нижфарм (ранее Штада) Доктор Редди`с Гедеон Рихтер Сандоз КРКА и другие |
| Local | Niche |
| Валента Солофарм Отисифарм Акрихин Фармасофт и другие | Бионорика Инфамед Русфик Ядран Босналек и другие |



Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»

Рейтинг коммерческих назначений антагонистов Ангиотензина II и его комбинаций с другими препаратами с учетом типов ЛПУ в 1 кв. 2024 г.

ТОП 10

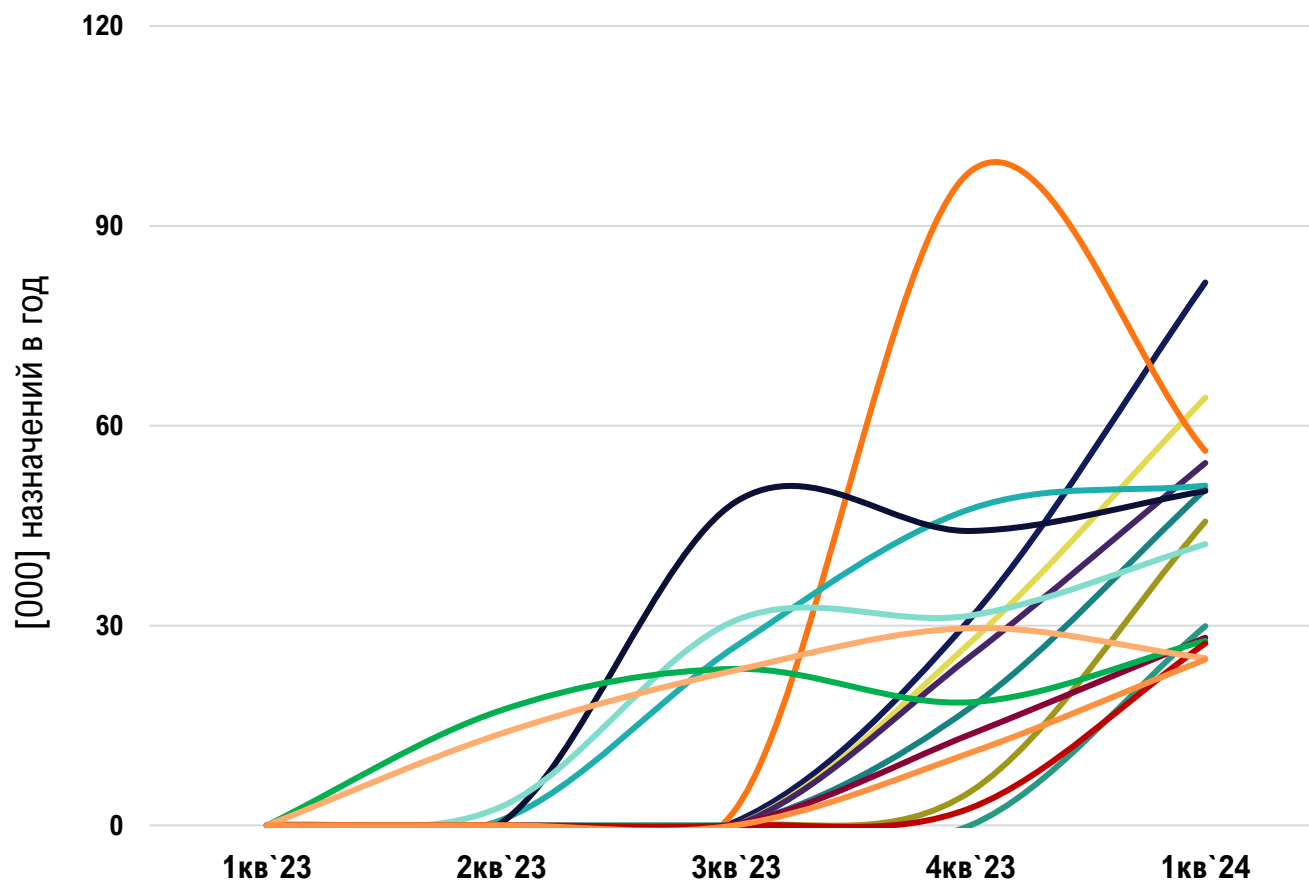


Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»

ЛОНЧИ И ПОРТФЕЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ

Лончи Q1'24 МАТ

ТОП 15



- Ксефомиелин (БАД) - Нижфарм
- Ринобакт (R01AX08) - Биннофарм
- Аскорил ЛС (R05C) - Гленмарк
- Диспевикт (A03FA10) - Д-р Редди`с
- Дорзопрост (S01EC03) - Ромфарм
- Хондрогард трио (БАД) - Сотекс
- Гипосарт Н (C09DA06) - Акрихин
- Аципол форте (БАД) - Отисифарм
- Торвазин Плюс (C10BA05) - Эгис
- Семавик (A10BJ06) - Герофарм
- Респифорб (R03AK07) - ПСК Фарма
- Себолепт (АТС не определен) - ИнтелБИО
- Нурофаст (M01AE01) - Биннофарм
- Аллергостин (R06AX22) - Полисан
- Клиндовит комбо (D10AF51) - Акрихин

Новый функционал DataFriend по “обнаружению” лончей

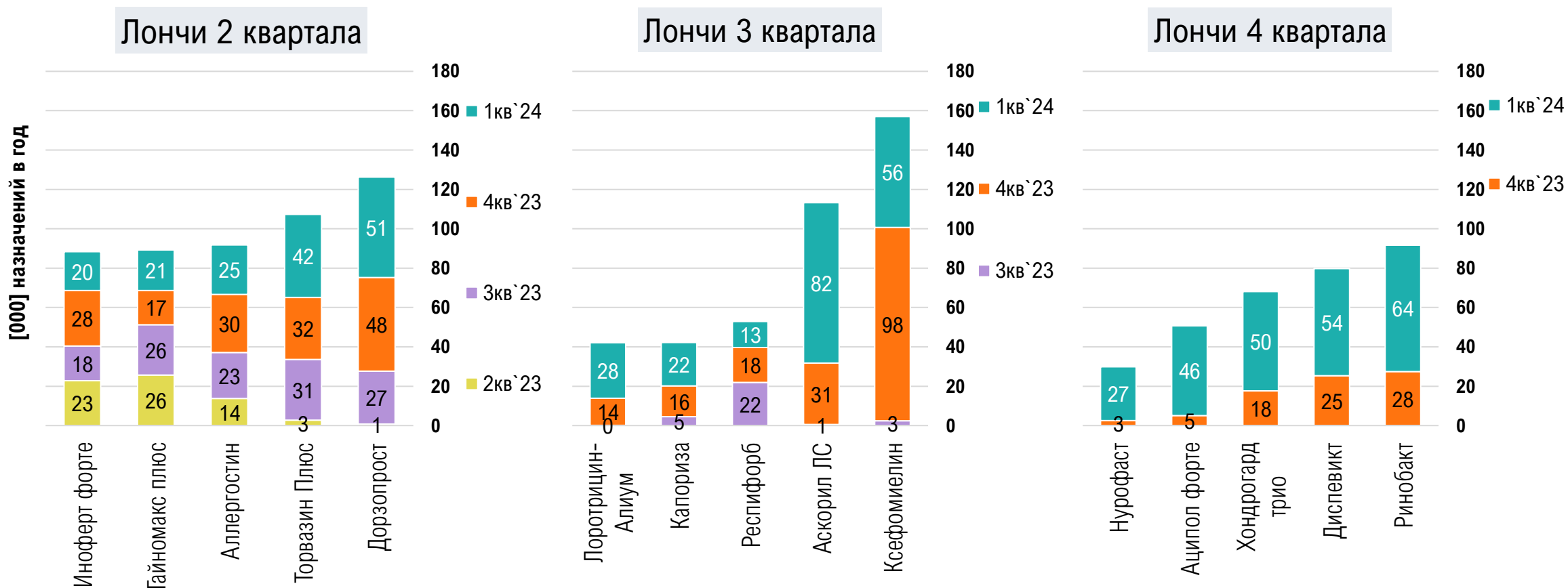
The screenshot shows the PrIndex software interface. On the left is a navigation tree with categories like 'Врачи', 'Пациенты', 'Назначения', and 'Препараты'. The 'Препараты' category is expanded, showing sub-items like 'Препараты', 'Назначение с рекомендацией', and 'АТС/Лекарственная форма'. The main area displays a list of prescriptions with columns for drug name, ID, and counts for each month of Q1 2024. A teal arrow points to the 'Pr1 кв `24' header of the table.

| | | Pr1 кв `24 | | |
|------------------|----|-------------|--------------|-----------|
| | | 2024 январь | 2024 февраля | 2024 март |
| | | Sample | Sample | Sample |
| Семавик (A10BJ0 | 1 | 117 | | |
| Одекромон (A05A | 2 | 87 | | |
| Квинсента (A10B. | 3 | 60 | | |
| Агарта (A10BH02 | 4 | 53 | | |
| Тромбостен (B01 | 5 | 30 | | |
| Девилам (A11CC0 | 6 | 28 | | |
| Питавастор (C10. | 7 | 25 | | |
| Витажиналь мама | 8 | 22 | | |
| Окутиарз Гидро+ | 9 | 22 | | |
| Пасивалем 5-НТ | 10 | 9 | | |

Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»

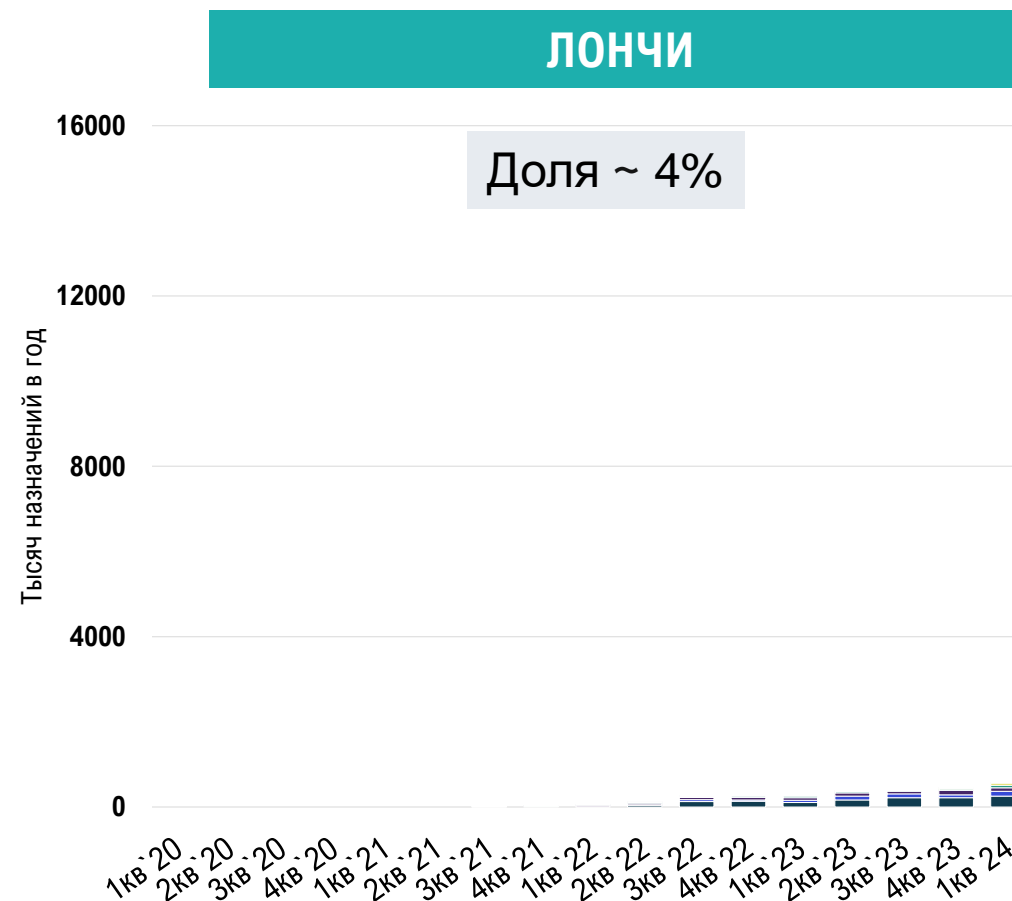
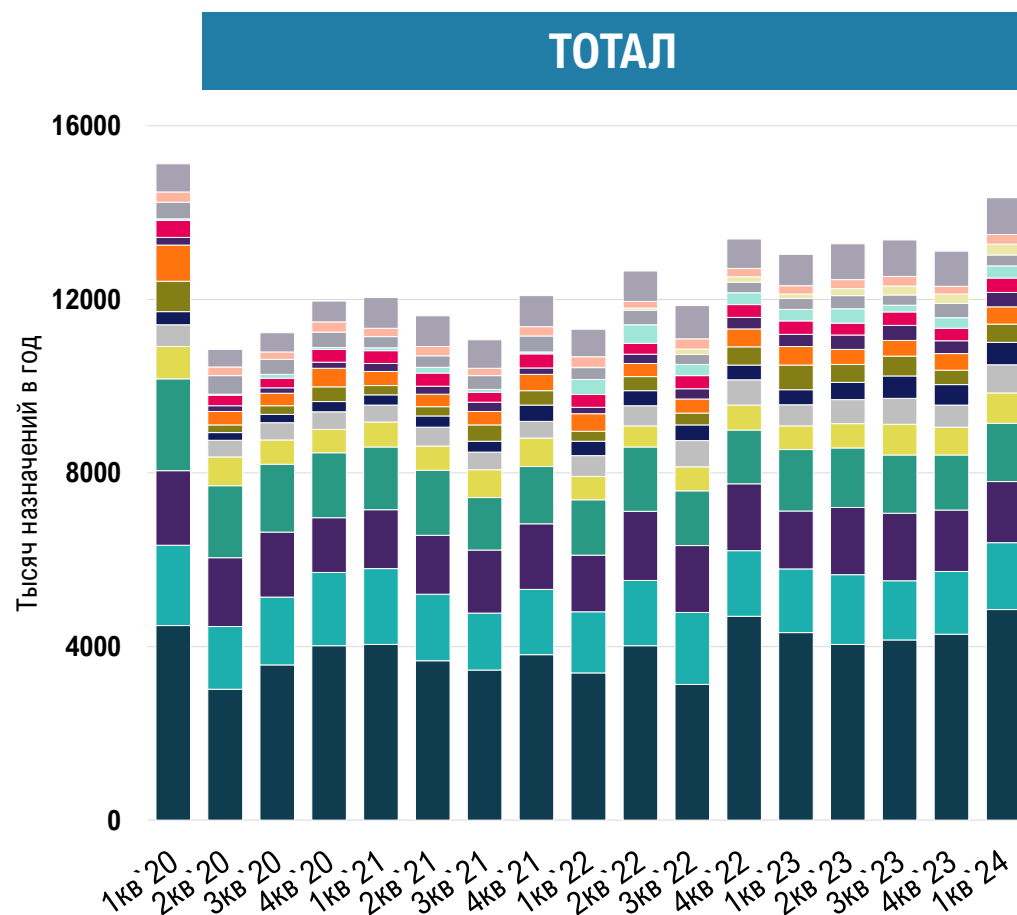
Накопительный объем назначений лончей 2-4 кв. 2023 г.

ТОП 5



Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»

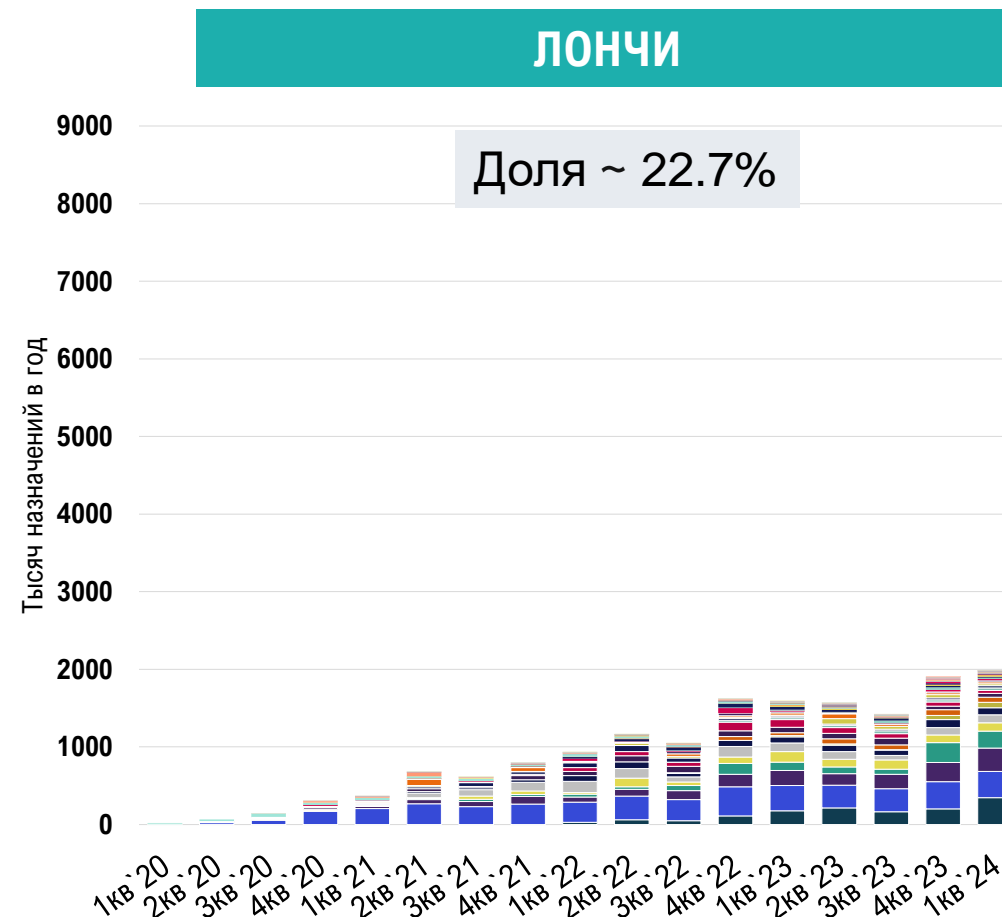
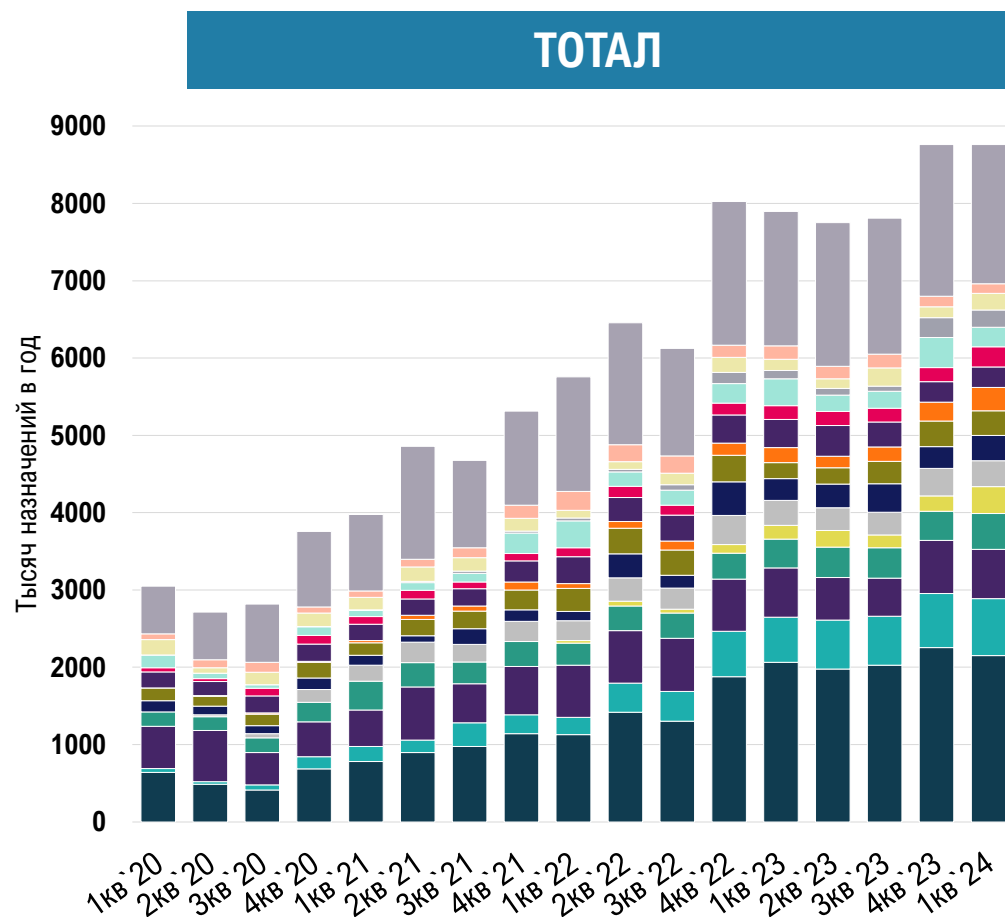
Динамика развития портфеля компании



Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»



Динамика развития портфеля компании

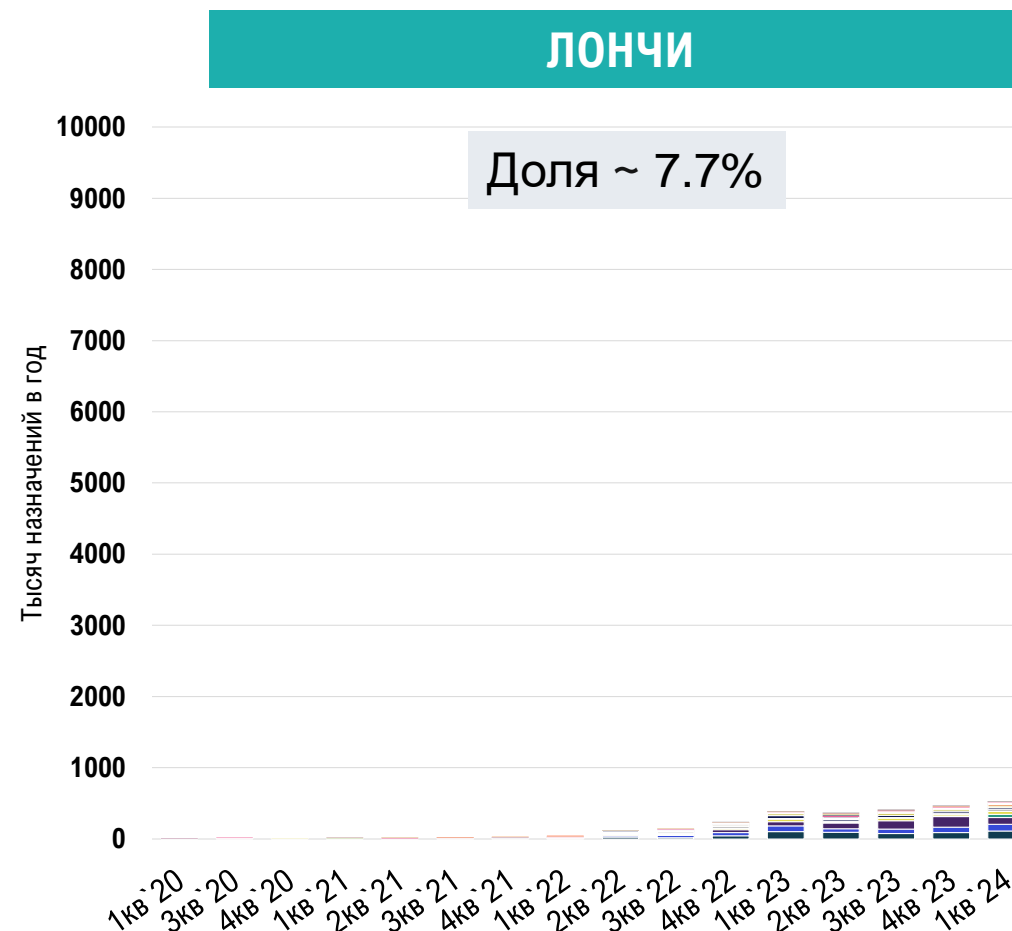
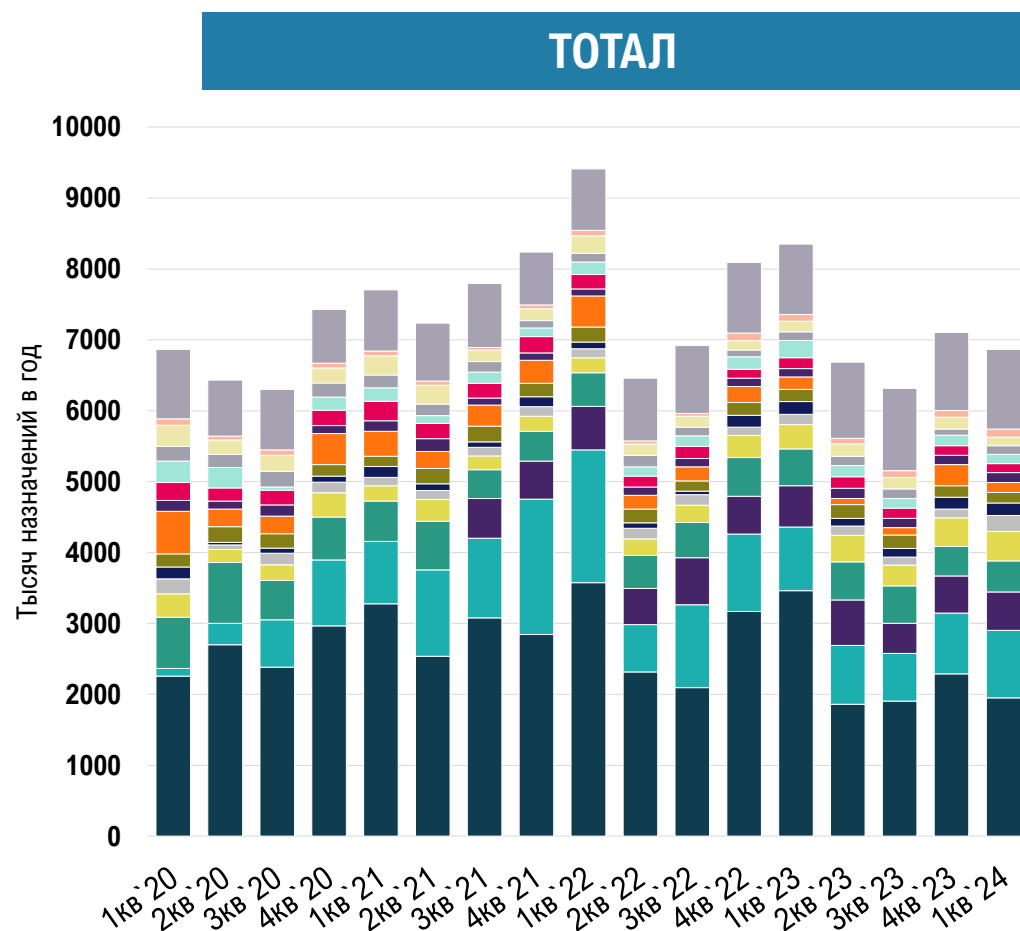


Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»

© Ipsos | Итоги первого квартала 2024 года по данным Ipsos | May 2024



Динамика развития портфеля компании



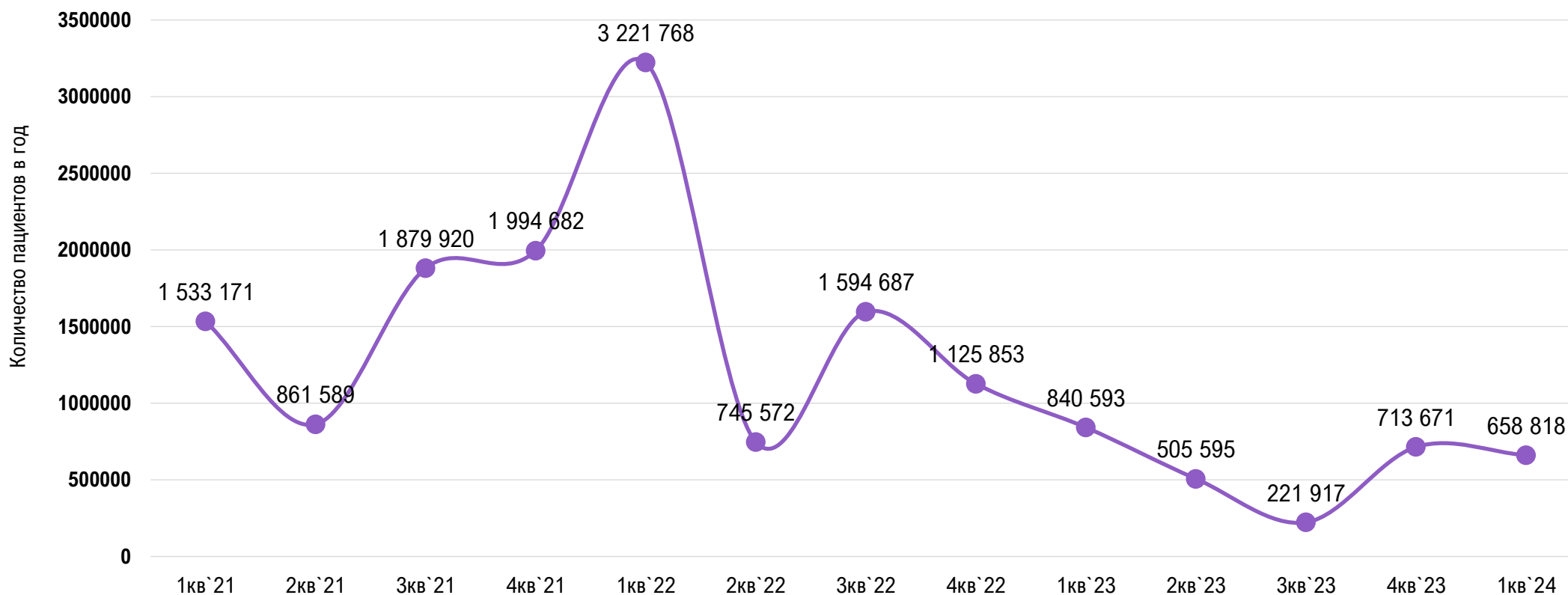
Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»



АНАЛИЗ НАЗНАЧЕНИЙ ПАЦИЕНТАМ, ПЕРЕНЕСШИМ COVID-19

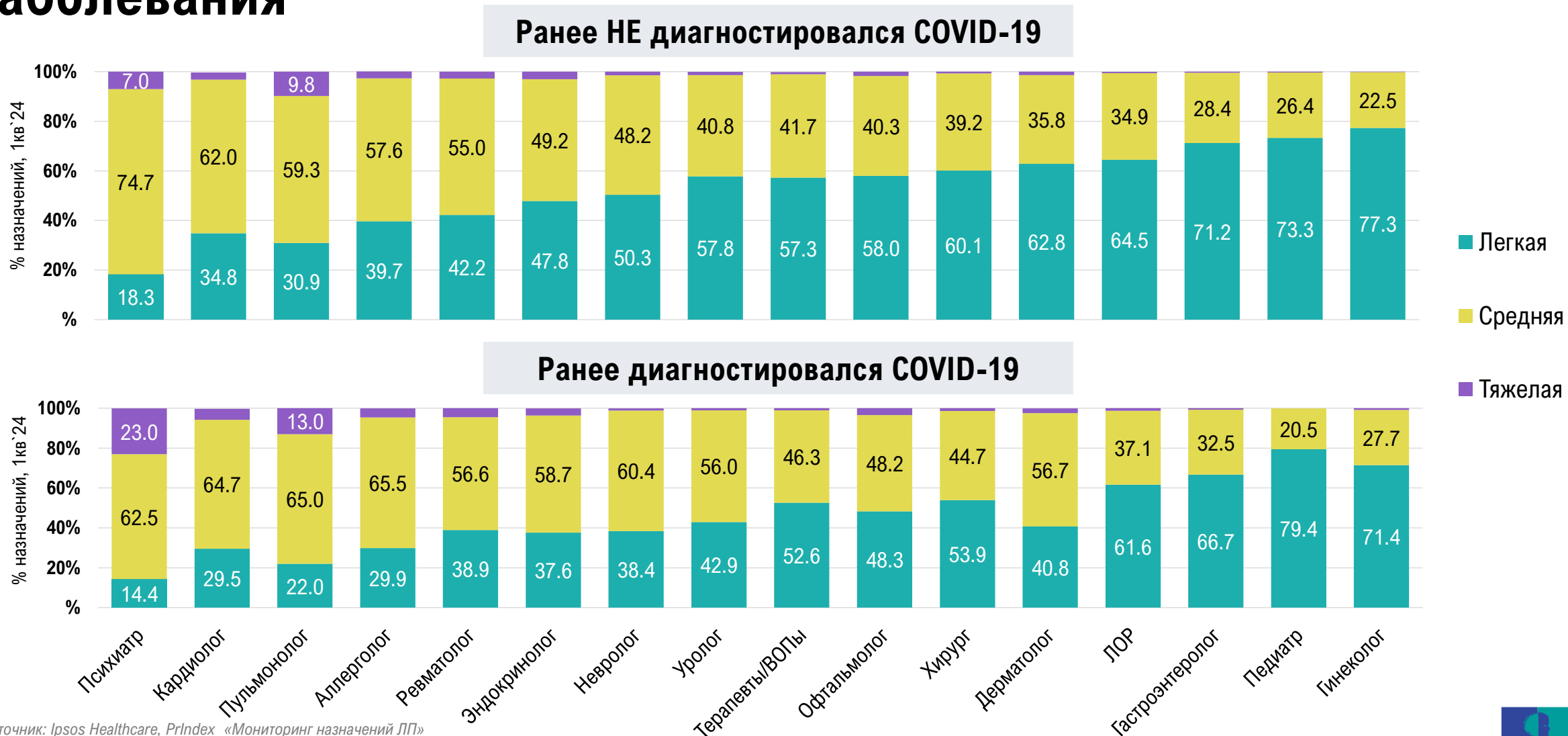
Динамика количества пациентов с диагностированным COVID-19 продолжает сокращаться

COVID-19 (U07.1 - U07.2)



Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛПП»

Влияние перенесенного COVID-19 на диагностируемую степень заболевания

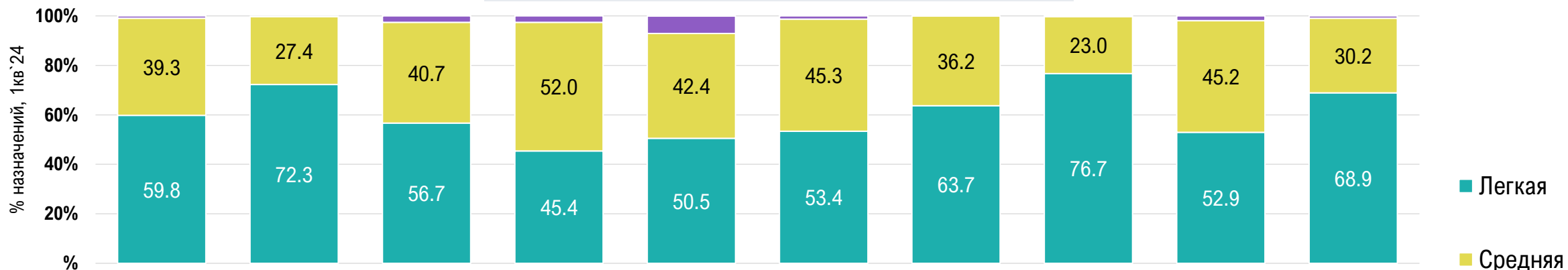


Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»

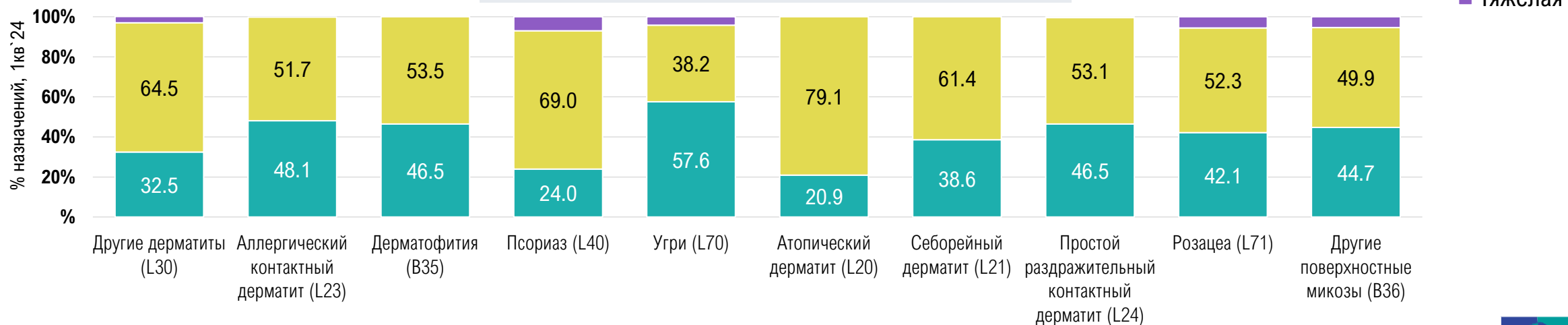


Влияние перенесенного COVID-19 на диагностируемую степень заболевания ДЕРМАТОЛОГАМИ

Ранее НЕ диагностировался COVID-19



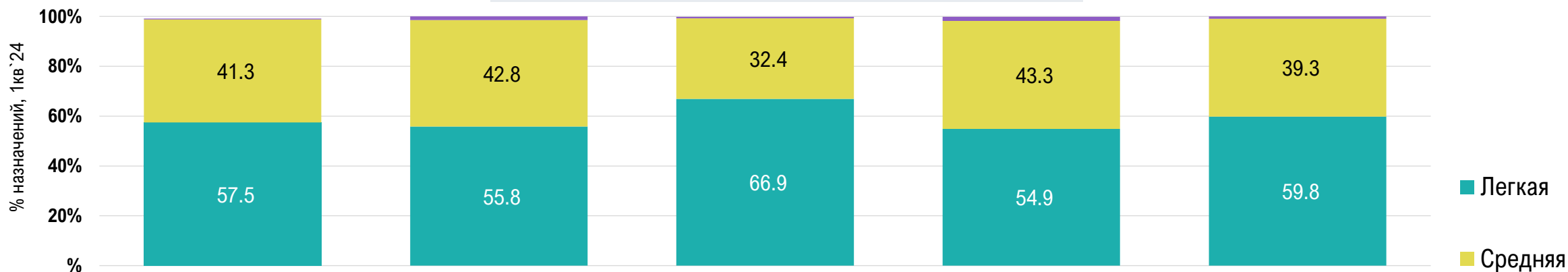
Ранее диагностировался COVID-19



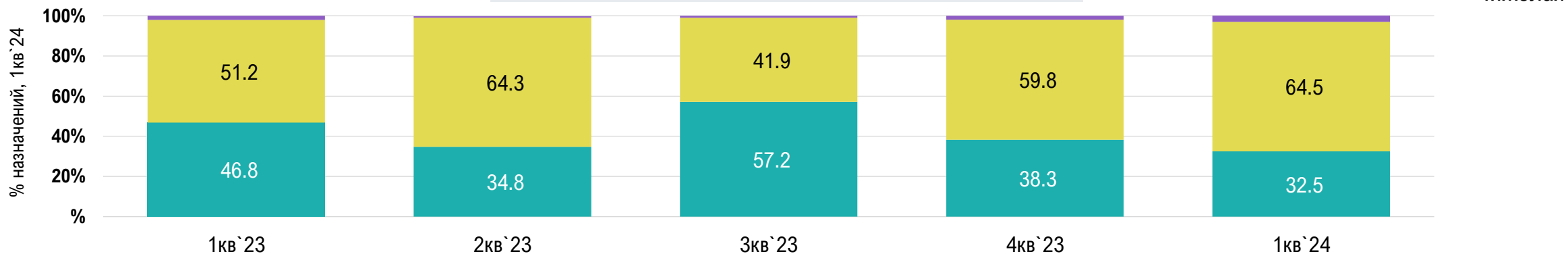
Источник: Ipsos Healthcare, PrIndex «Мониторинг назначений ЛП»

Динамика влияния перенесенного COVID-19 на диагностируемую степень заболевания **ДЕРМАТОЛОГАМИ** – Другие дерматиты (L30)

Ранее НЕ диагностировался COVID-19



Ранее диагностировался COVID-19



НОВЫЕ ПРОЕКТЫ

WEBINAR INDEX. МОНИТОРИНГ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ОНЛАЙН МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ ВРАЧЕЙ

Webindex. Мониторинг специализированных мероприятий для врачей

ОСНОВНОЙ ФОКУС ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ активностей компаний в онлайн-мероприятиях для врачей

Получение **качественных** и **количественных** характеристик онлайн-мероприятий, проводимых фармкомпаниями, на основе мониторинга интернет-сайтов.



Какие задачи решает

Основная цель проекта WebIndex: оценка активности компаний по участию в онлайн-мероприятиях на основе мониторинга интернет-сайтов

1

Анализ активности компании/бренда по онлайн-мероприятиям

- Анализ активности компании/бренда : по типам/форматам мероприятий, по профилю сайтов, по периодичности выхода

2

Анализ вовлеченности лидеров мнения (спикеров мероприятий)

- Профиль KOLs по компаниям: вовлеченность в продвижение компании/бренда Vs конкуренты
- Профиль KOLs по сайтам-площадкам: разбивка по сайтам/профилю сайтов

3

Контент-анализ

- Анализ докладов на мероприятиях: тематики мероприятий, ключевые сообщения
- Анализ сайтов-площадок: электронные рекламные материалы компаний; интерфейс и контент сайтов-площадок

Анализ количественных характеристик
(quant)

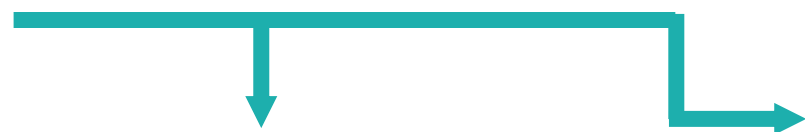
Анализ качественных характеристик
(qual)

Получаемые ключевые показатели (KPI's) исследования WebIndex

- Количество мероприятий и докладов компании в канале «Онлайн-мероприятия»
- SoV бренда/компании в канале «Онлайн-мероприятия»
- SoV очные/гибрид
- Доля размещений компании/бренда по профилю/направлению сайтов и сайтам
- Доля спонсорских размещений
- Структура размещения бренда/компании по нозологиям / тематикам
- KOLs – активность лектора по нозологии/ категории/ компании/ бренду
- Вовлеченность лектора (с каким количеством компаний сотрудничает)

WebIndex. Алгоритм анализа активности компаний в канале онлайн-мероприятий для врачей

I. Характеристики канала онлайн-мероприятий для врачей



Количество мероприятий и докладов

Типы и форматы мероприятий

Активность по профилям/
направлениям сайтов и сайтам

Доклады с продвижением и доклады
по проблематике нозологий

Нозологии и тематики внутри них

II. Анализ активности компаний и их продуктов в канале онлайн-мероприятий



Доля активности компаний по сегментам
(Original, Generic, Domestic)

Количество докладов

Типы и форматы докладов

Активность по профилям/
направлениям сайтов и сайтам

Доля спонсорских докладов

Тематики по бренду и конкурентам

Ключевые сообщения по бренду
и конкурентам

III. Анализ активности экспертов (KOLs)



Рейтинг KOLs по активности

Профиль по сегментам
компаний и по компаниям

Терапевтические направления

Синдикативные (выходят регулярно 4 раза/год)

- Кардиология

по нозологиям: артериальная гипертензия, ИБС, ХСН, фибрилляция предсердий, инфаркт миокарда

Ad Hoc (по запросу)

Реализованы:

- Неврология (ишемический инсульт, профилактика и острая фаза)
- Эндокринология (сахарный диабет 2-го типа)
- Онкология (рак молочной железы)
- Орфанные заболевания (онкология, CAR-T)

Возможен запуск по запросу (Ad Hoc)

- Любая категория бренда и конкурентов в выбранных терапевтических направлениях

График выхода данных WebIndex по направлению «Кардиология» в 2024 году

Релизы базы данных выходят на регулярной, ежеквартальной основе

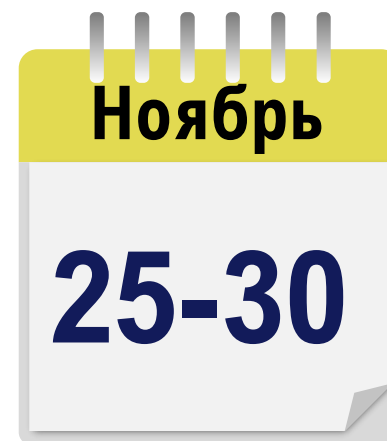
1-й квартал 2024



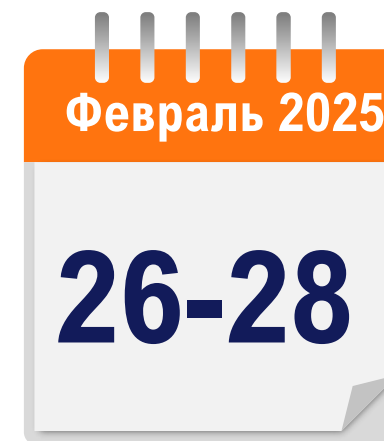
2-й квартал 2024



3-й квартал 2024



4-й квартал 2024



IPSOS КОММУНИКАЦИИ С РЫНКОМ

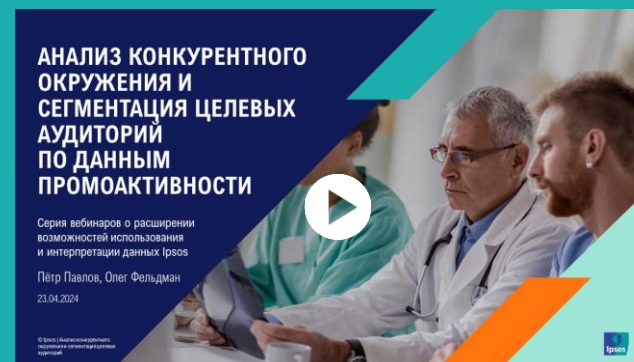
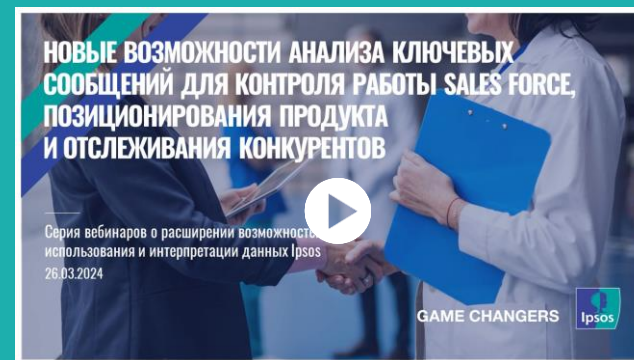
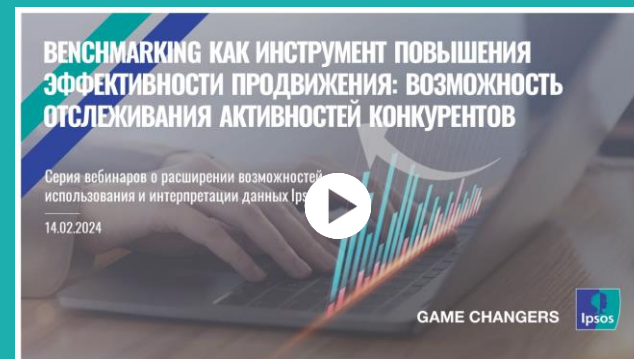
План мероприятий Ipsos на 2024 год

1. Мероприятия, приуроченные к выходу данных наших синдикативных исследований:

| | | |
|----------------|--|--|
| 1 КВАРТАЛ 2024 | Итоги 2HY 2023 MEDI-Q, Pharma-Q 16.01.2024 | Итоги Q4 2023 года PrIndex, Promo, HI 28.02.2024 |
| 2 КВАРТАЛ 2024 | Итоги Q1 2024 года PrIndex, Promo, HI 28.05.2024 | |
| 3 КВАРТАЛ 2024 | Итоги 1HY 2024 MEDI-Q, Pharma-Q | Итоги Q2 2024 года PrIndex, Promo, HI |
| 4 КВАРТАЛ 2024 | Итоги Q3 2024 года PrIndex, Promo, HI | Итоги 1HY 2024 MEDI-Q, Pharma-Q |

2. Образовательные мероприятия по использованию наших данных

3. Серия вебинаров, посвященная решению бизнес-задач на основе данных Ipsos



Новый формат регулярных коммуникаций

IPSOS ФАРМАНАЛИТИКА WHAT'S NEW

Периодическая рассылка дайджестов участникам фармацевтического рынка

Знакомим с результатами наших исследований, отражающих современное состояние российского фармацевтического рынка и перспективы его развития.

20

ВЫПУСКОВ

Уже доступно на данный момент

Пример выпуска:

1 Изменения в структуре сопроводительной терапии онкологии

2 Возможности синдикативных исследований Ipsos для анализа SFE

3 В отношении эффективности оригинальных и генерических препаратов

Все выпуски:

БИБЛИОТЕКА ВЫПУСКОВ

IPSOS ФАРМАНАЛИТИКА
WHAT'S NEW

КОНТАКТЫ

**Олег
Фельдман**



Сопредседатель
подразделения
Healthcare

Oleg.Feldman@ipsos.com

**Виталий
Чиряпкин**



Руководитель
проектов PrIndex,
Medi-Q

Vitaly.Chiryapkin@ipsos.com

**Наталья
Романцева**



Директор по работе
с клиентами
Руководитель
проектов
Pharma-Q,
HealthIndex

Natalya.Romantseva@ipsos.com

**Дарья
Фомина**



Руководитель
проекта Promo

Darya.Fomina@ipsos.com

**Ольга
Фатеенкова**



Менеджер
по маркетингу

Olga.Fateenkova@ipsos.com

THANK YOU

