



Reliable tools for confident growth

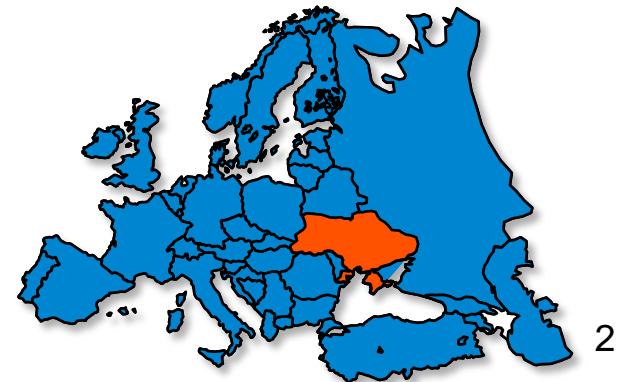
Medical Data Management

PromoTest™, Июль 2011

Мониторинг промоционной активности фармацевтических компаний среди врачей и фармацевтов
Мониторинг врачебных рекомендаций

МДМ ключевые факты

- ▶ МДМ входит в топ-10 лидирующих маркетинговых агентств Украины¹
- ▶ 12 лет опыта работа
- ▶ Более 300 сотрудников
- ▶ Более 1 500 пользователей синдикативной базы данных MDM DataBase™
- ▶ Партнер QlikTech Inc.



¹UAM, 2010, Data of UAM, www.uam.in.ua

Клиенты МДМ



Услуги

Технологии

Менеджмент баз данных
CRM системы
Бизнес аналитика
Разработка программного обеспечения



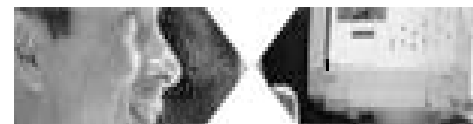
Маркетинговые исследования

Синдикативные исследования/мониторинги
Индивидуальные исследования



Проекты повышения эффективности внешней службы

Аудит работы и оценка знаний внешней службы
Обучающие системы



Продвижение

Интернет
Директ мейл
Мобильные маркетинг
Телемаркетинг
Контрактные представители



Общие сведения об исследовании PromoTest™

- Исследование PromoTest™ проводится с 2003 по оригинальной методологии, разработанной компанией MDM.
- PromoTest™ – уникальное решение на рынке Украины, которое позволяет отслеживать промоционную деятельность конкурентов, сравнивать с собственной активностью и оперативно корректировать свою стратегию и тактику продвижения.
- Ежегодно мы проводим 23 760 личных интервью с врачами 15-ти специальностей в 15-ти городах Украины и 8088 телефонных интервью с фармацевтами-первостольниками и экспертами центров закупок в 30 городах Украины

Аллергологи/пульмонологи
Анестезиологи
Кардиологи
Дерматологи
Эндокринологи
Гастроэнтерологи
Терапевты
Гинекологи

Неврологи
Отоларингологи
Ортопеды/травматологи
Педиатры
Психиатры
Хирурги
Урологи
Фармацевты
Менеджеры центров закупок (по запросу)

Уникальные преимущества исследования PromoTest™

- **Опрос** проводится **24 раза в год**, при этом **результаты** предоставляются на **ежемесячной** основе
- **Опрос врачей** проводится **методом личных интервью**, что позволяет избежать искажения информации при самозаполнении объемных анкет, а также гарантирует построение репрезентативной выборки вне зависимости от наличия у доктора телефона либо доступа к интернету
- **Мониторятся** только **спонтанные воспоминания**, что позволяет избежать подсказок со стороны интервьюера
- **Команда интервьюеров с медицинским образованием**
- **Опрашиваются специалисты всех типов лечебно-профилактических учреждений**: как стационаров, так и поликлиник.

Предмет мониторинга PromoTest™

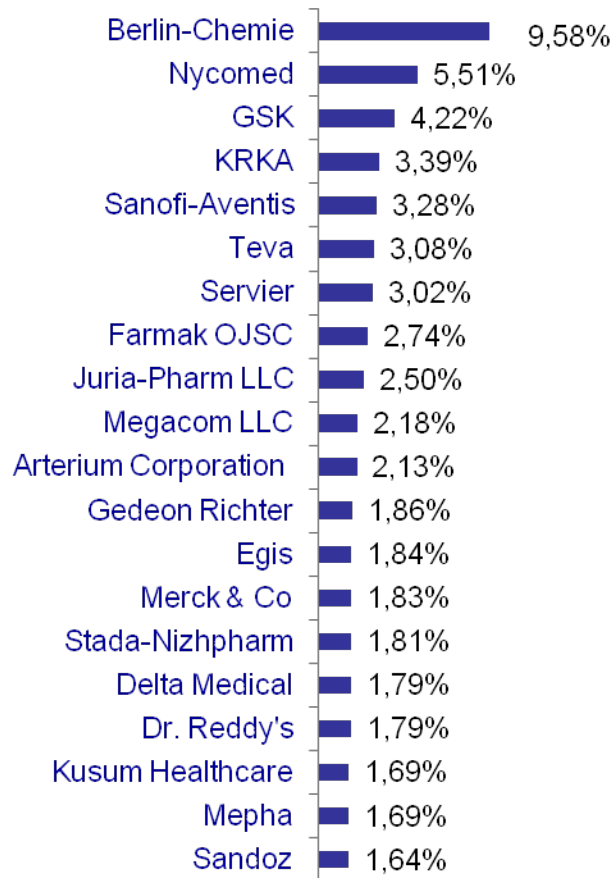
- Деятельность медицинских представителей
- Семплирование
- Реклама на ТВ
- Реклама в специализированных печатных изданиях
- Почтовые рассылки
- Постклинические, постмаркетинговые исследования
- Участие в симпозиумах и конференциях
- P.O.S. материалы (аптеки)
- Стимулирующие акции (аптеки)
- Назначения врачей/рекомендации фармацевтов
- Диагнозы/заболевания, при которых происходит назначение/рекомендация препарата

**Промоционная активность компаний среди
врачей 15 специальностей и фармацевтов.**

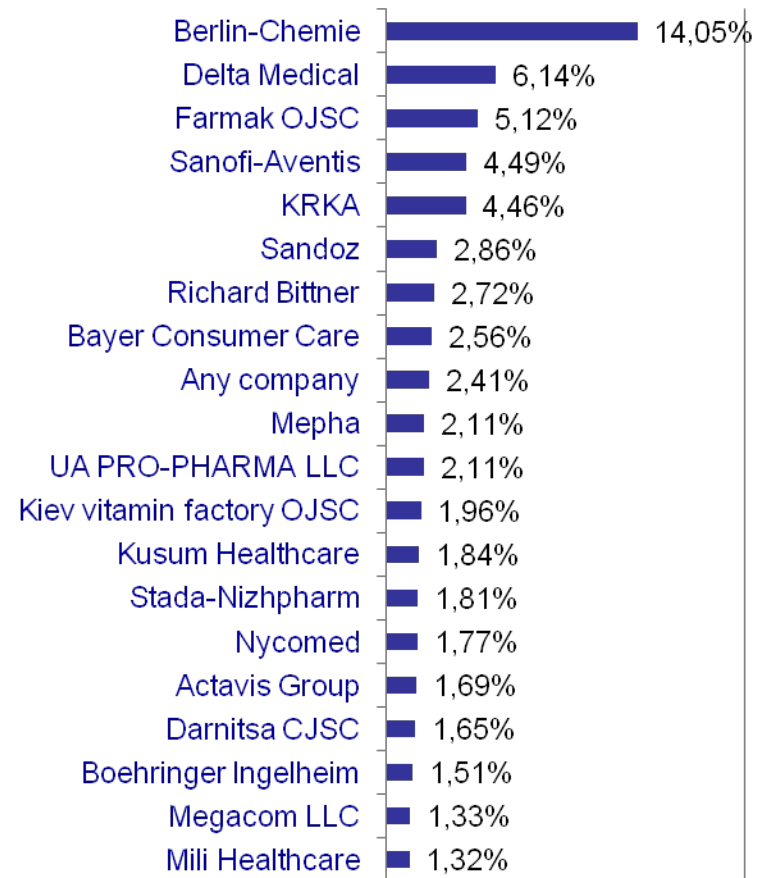
Июль 2011 г.

ТОП-20 компаний по доле воспоминаний о промоциях, июль 2011 г.

Доля воспоминаний о промоциях среди врачей
15 специальностей

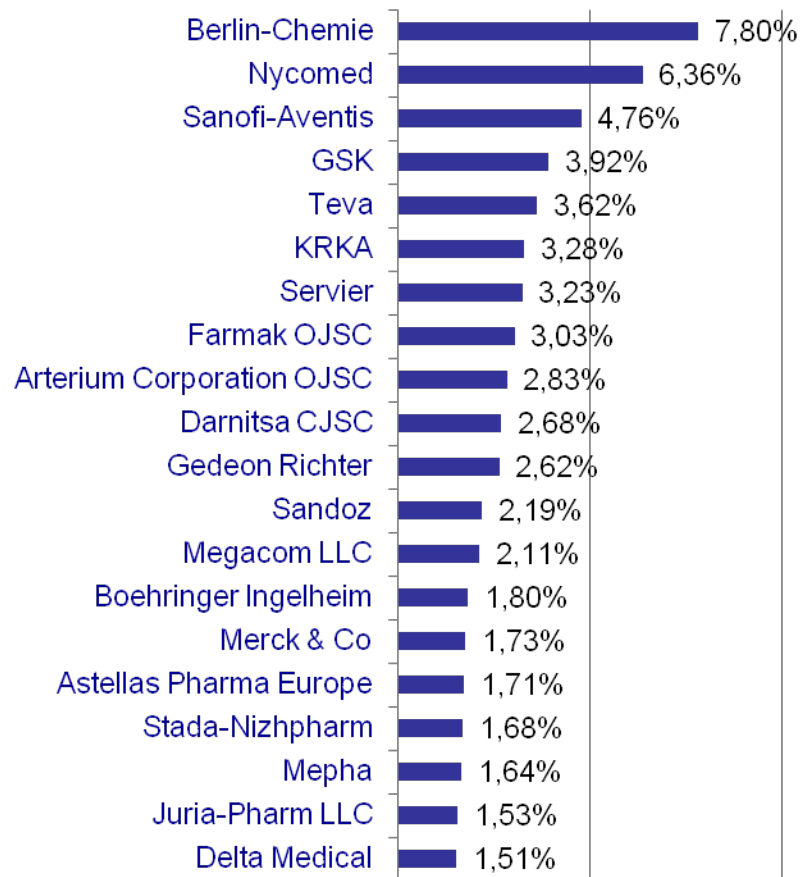


Доля воспоминаний о промоциях среди
фармацевтов

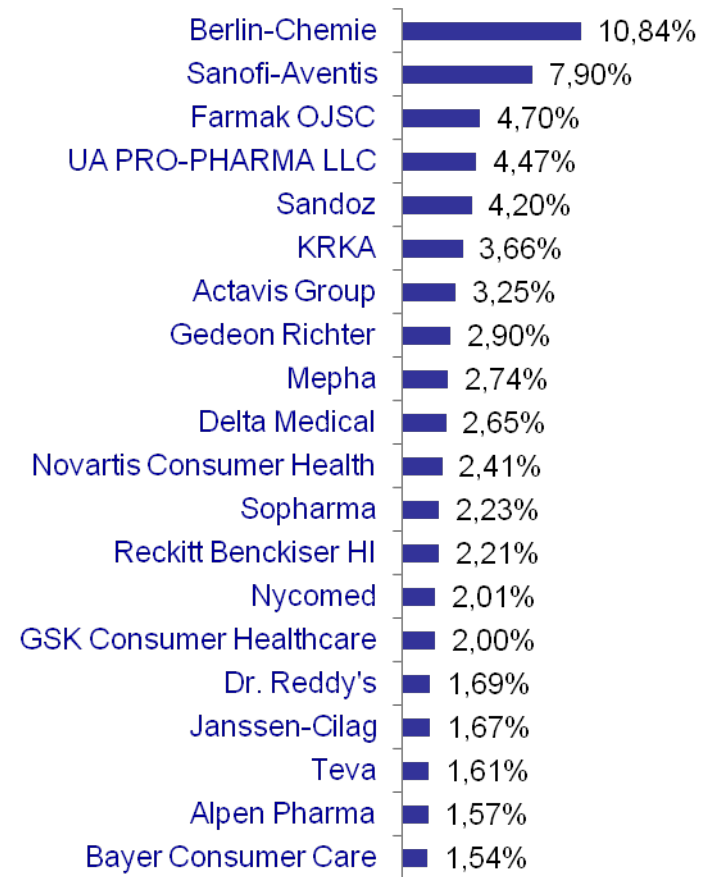


ТОП-20 компаний по доле воспоминаний о назначениях и рекомендациях, июль 2011 г.

Доля воспоминаний о назначениях среди врачей
15 специальностей

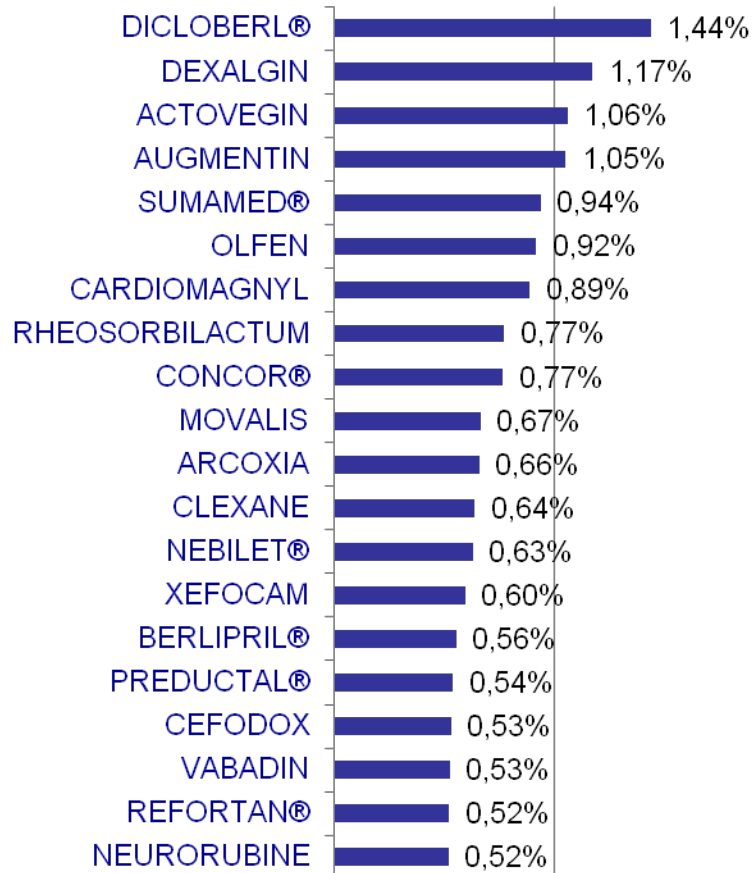


Доля воспоминаний о рекомендациях
среди фармацевтов

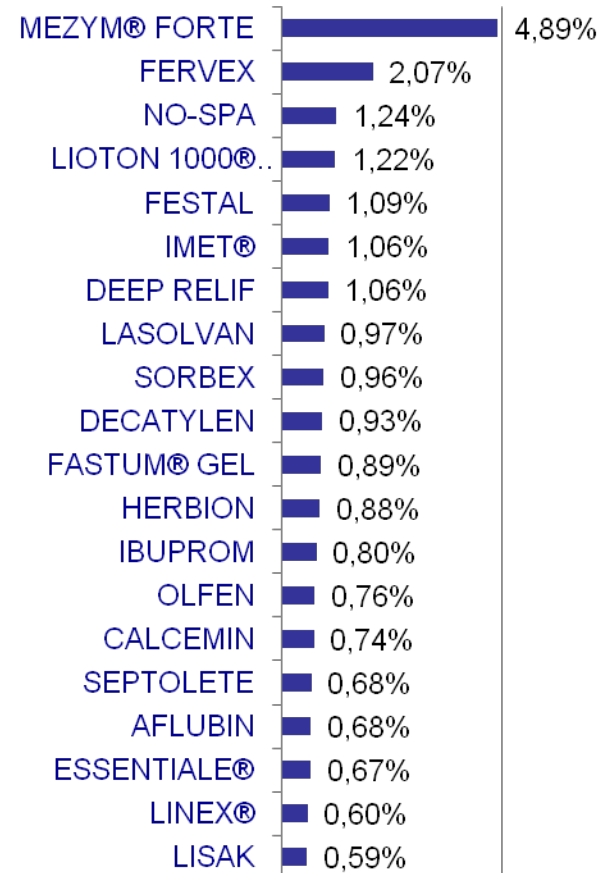


ТОП-20 препаратов по доле воспоминаний о промоциях, июль 2011 г.

Доля воспоминаний о промоциях среди врачей
15 специальностей

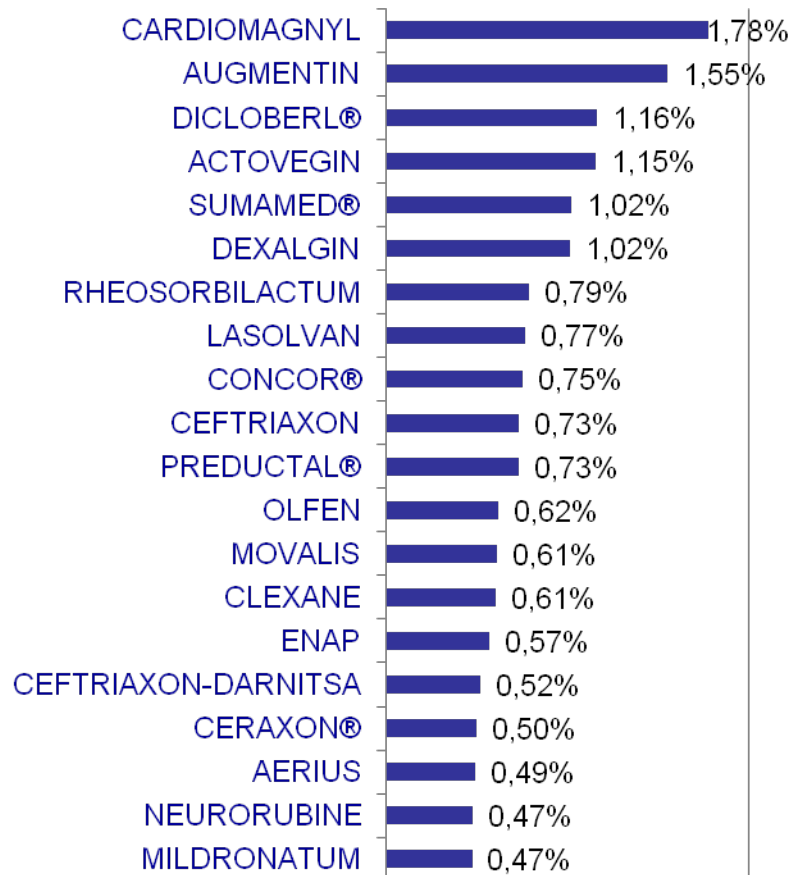


Доля воспоминаний о промоциях среди
фармацевтов

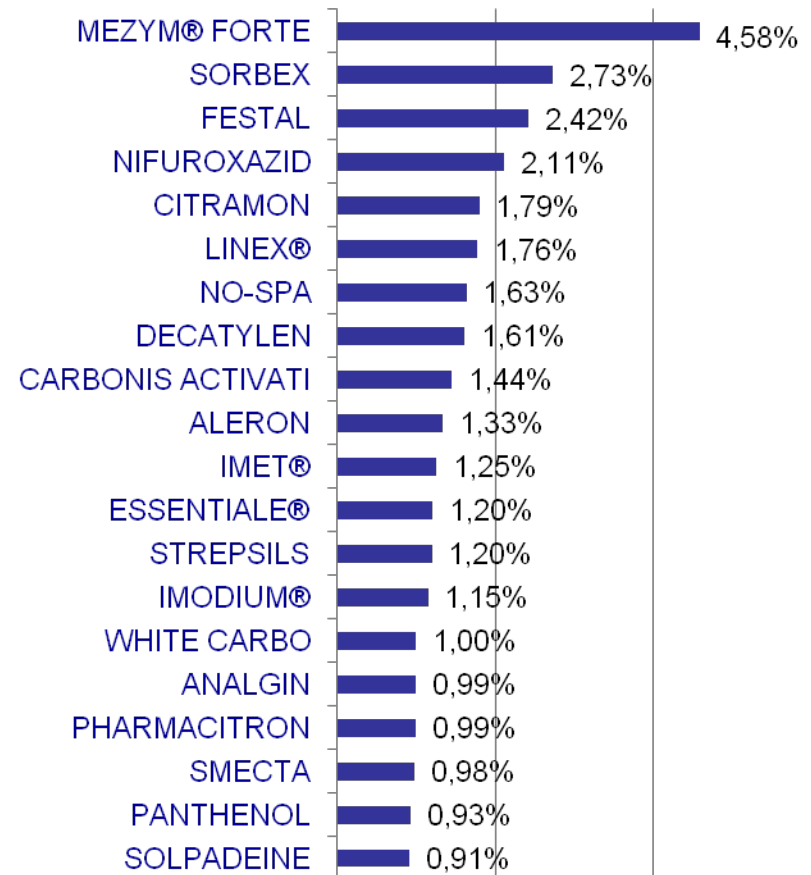


ТОП-20 препаратов по доле воспоминаний о назначениях и рекомендациях, июль 2011 г.

Доля воспоминаний о назначениях среди врачей 15 специальностей



Доля воспоминаний о рекомендациях среди фармацевтов

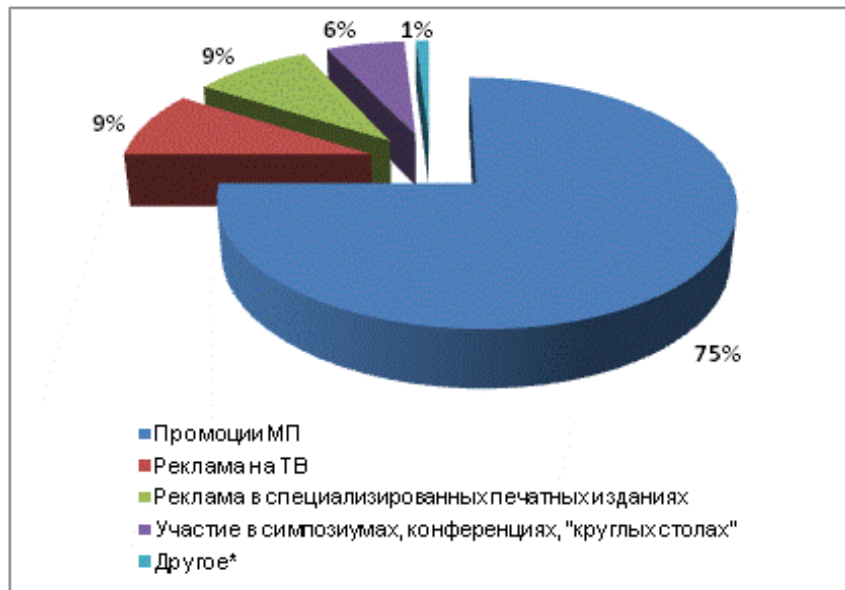


Каналы промоционной активности

Число визитов медицинских представителей к врачам 15 специальностей в июле 2011 г. по сравнению с июлем 2010 г. не изменилось и к фармацевтам в данном периоде сравнения уменьшилось на 9%.

Доля визитов на которых врачи и фармацевты вспоминают, что медицинские представители оставляли образцы продукции в июле составила по 7% соответственно.

Распределение промоционной активности по каналам промоции среди врачей 15 специальностей, июль 2011 г.



Распределение промоционной активности по каналам промоции среди фармацевтов, июль 2011 г.



Другое* - почтовая рассылка, воспоминания об участии в IV фазе клинических испытаний.

Medical Data Management
2 Solomenskaya sq, office 506
Kiev, 03035
Tel/fax: +38 044 4960430
www.mdmworld.com