

Покупатели лекарств и Интернет



Подготовлено TNS для
«I-Pharma Marketing
Conference 2013»



Октябрь 2013

©TNS 2013

Что мы знаем об украинцах?



Исследование MMI

- Население Украины
- 12-65 лет, в городах 50 тыс.+
- Выборочная совокупность: 5 000 респондентов в 1 волну исследования (20 000 респондентов в год)

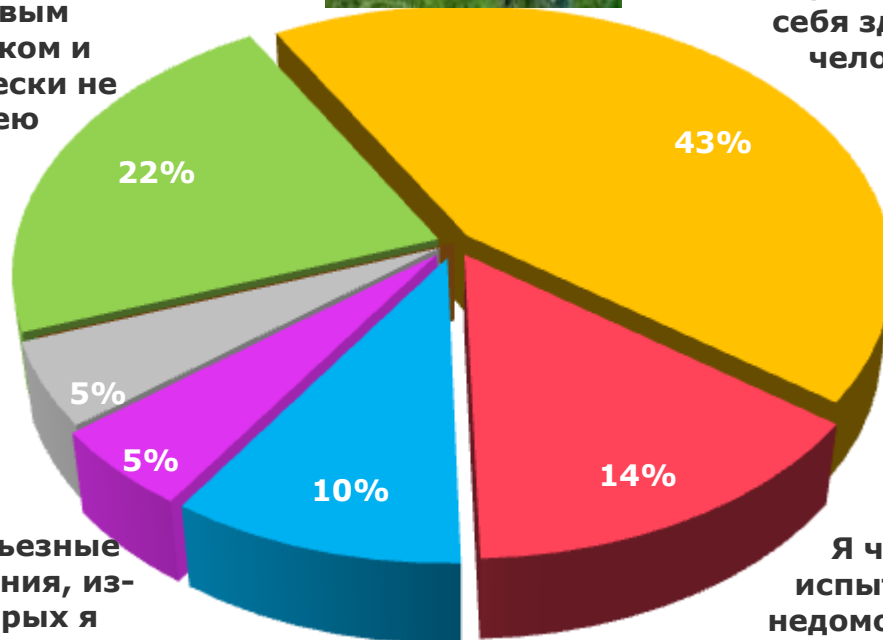
Только каждый пятый может похвастаться отменным здоровьем



Я чувствую себя
абсолютно
здоровым
человеком и
практически не
болею



Иногда я
испытываю
незначительные
недомогания, но
в целом считаю
себя здоровым
человеком



Столбец1; 0
N/A



Есть серьезные
заболевания, из-
за которых я
постоянно
испытываю
дискомфорт в
повседневной
жизни

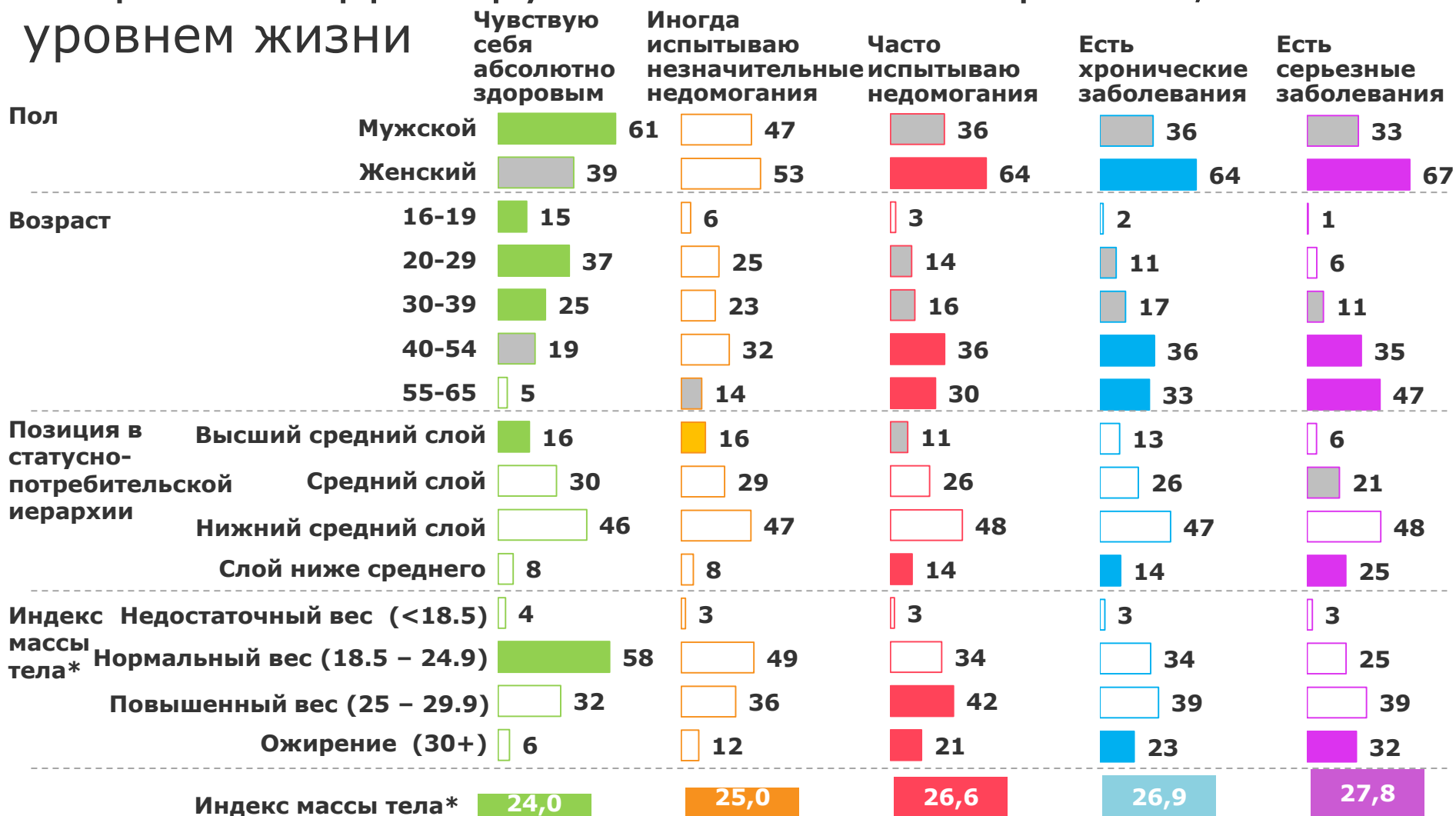
Есть хронические
заболевания, но
они не постоянно
беспокоят меня



Я часто
испытываю
недомогания и
не очень доволен
своим здоровьем



Здоровье коррелирует не только с возрастом, но и уровнем жизни



*Индекс массы тела – отношение веса респондента (в кг.) к квадрату роста респондента (в метрах). Значения Индекса: меньше 18,5 – пониженный вес; 18,5 – 24,9 – нормальный вес; 25,0 – 29,0 – повышенный вес; 30 и больше – ожирение. Данные за волну MMI Украина 2012/3

MMI Украина 2013/1+2

База: Чествуют себя абсолютно здоровыми, n=2117 / Иногда испытывают недомогания, n=4135 / часто испытывают недомогания, n=1373 / есть хронические заболевания, n=935 / есть серьезные заболевания, n=478 / База для сравнения: респонденты 16-65 лет, проживающие в городах Украины с населением 50000+, n=9526

 Affinity Index >= 110 и наполняемость больше 10%
 Affinity Index <= 90 и наполняемость больше 10%



Какие недомогания испытывают?



- Недомогания за последние 6 месяцев
- × Регулярные недомогания*

+3% - Значимые отличия 2013/1+2 от 2010/1+2 по недомоганиям за последние 6 месяцев (на уровне 95%)
-4%



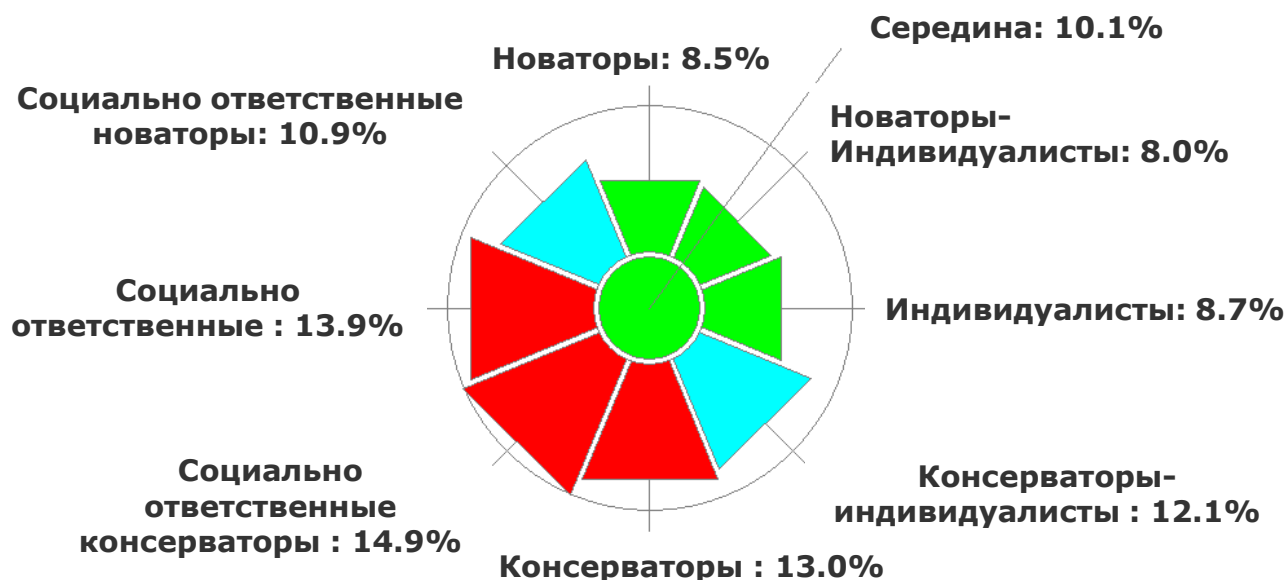
Какие виды лекарств покупают. ТОП 10



+3% - Значимые отличия 2013/1+2 от 2010/1+2 по покупке различных видов лекарств за последние 6 месяцев (на уровне 95%)
-4%

А кто же отвечает в семье за покупку лекарств?

- 70% покупателей - женщины 25-65 лет
- 37% покупателей - специалисты или служащие, 9% домохозяйки, 16% - пенсионеры, инвалиды
- 3 человека в семье в среднем (9% живут одни)
- средний доход 3183 грн. на одного члена семьи и тратят на лекарства 382 грн. в месяц
- 52% относятся к сегменту Растерянных (ИПН) и 19% - Пессимистов



А как ведет себя наша ЦА в Интернет?

■ 53% охват Интернет за месяц



% - в Интернет хотя бы раз в неделю...

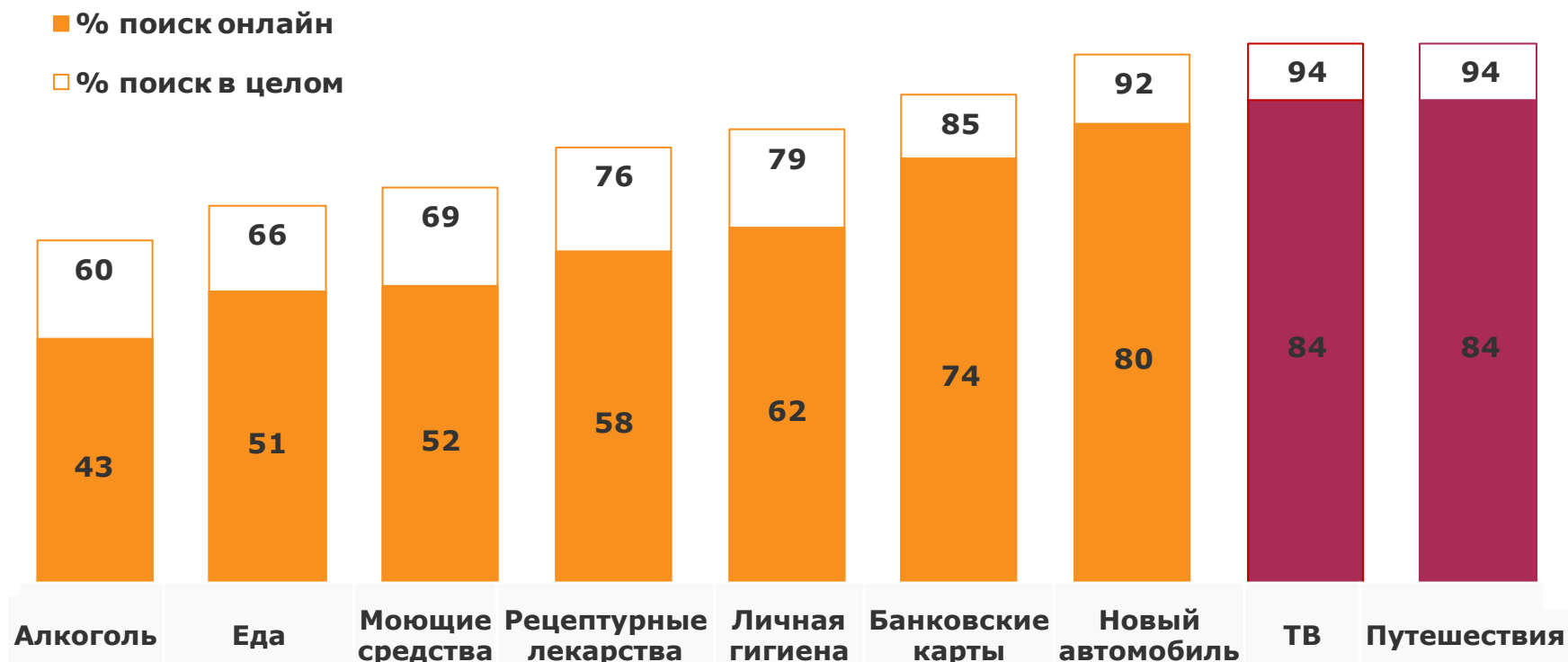
Пользуются поисковым сервисом	77
Отправляют / получают почту	58
Посещают странички социальных сетей, блоги	58
Новостные, спортивные, погодные сайты	49
Поиск справочной информации и образование	49
Слушают музыку	49
Смотрят видео	48
Посещение сайтов о Ваших хобби, увлечениях	45
Делюсь ссылками с друзьями	37
Ведут страничку в соцсетях / блог / дневник	37
Загружают музыку	37
Загружают видео	34
Видео/аудио звонки	31
Играют в онлайн игры	29
Поиск информации о товарах/услугах	29
Смотрят онлайн ТВ	28
Читают онлайн версии газет и журналов	27
Загружают программы / приложения / игры	26
Планирование и организация досуга, работы	25
Слушают радио онлайн	25
Выкладываю фото в Интернет	23
Банковские услуги	18
Пользуются сервисом мгновенных сообщений	17
Совершают покупки через Интернет	11

MMI Украина 2013/1+2

База: покупатели безрецептурных лекарственных препаратов, проживающие в городах Украины с населением 50000+, в возрасте 16-65 лет, пользователи Интернет (за неделю), n=2147

©TNS 2013

И чаще они ищут онлайн информацию о средствах косметики или ухода, чем о рецептурных лекарствах



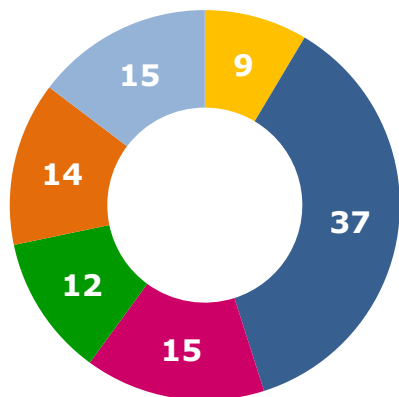
Digital Life 2011

Вопрос: Е9; Искали информацию о товарах онлайн или оффлайн;

База: Все покупатели (покупали изучаемые категории онлайн или оффлайн); 327,364,318,330,240, 333,146,390,526

И однородны ли они по использованию Интернет?

Типы Интернет-пользователей



- Функционалы
- Стремящиеся
- Искатели знаний
- Коммуникаторы
- Влияющие
- Сетевики

Affinity Index ≥ 110 и наполняемость $\geq 10\%$



- Функционалы
- Стремящиеся
- Искатели знаний
- Коммуникаторы
- Влияющие
- Сетевики

MMI Украина 2013/1+2

База: покупатели безрецептурных лекарственных препаратов, проживающие в городах Украины с населением 50000+, в возрасте 16-65 лет, которые пользуются Интернет чаще, чем раз в неделю, n=2123

Профиль покупателей лекарств-функционалов



Кто...

77% женщины 25-65 лет
45% с доходом 2000-4000 грн. и 23% 4000-7000 грн. на чел. в месяц на чел. в месяц
37% среднего слоя и 23% высшего среднего



Fu

Мало используют соц. сети. Онлайн их можно достичь на сайтах для сравнение цен, с обзорами экспертов и пользователей, сайтах производителей. Важна информация оффлайн.

Расходы на лекарства...

Личные расходы на лекарства за 3 месяца 516 грн.
Экономят на медицинских услугах и препаратах - 8% (при этом 34% никогда не будут экономить на этом)



Интернет...

- **Место использования:**
95% дома и 45% на работе или учебе
- **Устройства для выхода в Интернет дома*:**
стационарный компьютер 63%, ноутбук 42%, моб. телефон/смартфон 20%
- **Цели использования:**
Поисковый сервис 84%
Электронная почта 70%
Новостные, спортивные или погодные сайты 65%
Поиск справочной информации и образование 60%
Соц. сети, блоги/форумы 43%
Просмотр видео 43 %



Какие лекарства потребляют...

Средства от головной боли и др. обезболивающие 69%;
Препараты от боли в горле 59%;
Средства от насморка 56%;
Средства от кашля 55%;
Успокоительные препараты 29%
ТОП-Бренды (affinity index >110)
Цитрамон 37%; Strepsils 23%; Мезим 23%



Проводят время на сайтах...

Тратят на Интернет 11.6 часов в неделю

Рейтинг аудитории сайтов за средние сутки

32% Google.com



20% Mail.ru



18% Vkontakte



18% Odnoklassniki



18% Yandex.ru / Yandex.ua



Профиль покупателей лекарств-стремящихся



Кто...

41% женщины 25-44 лет, 22% мужчины 25-65 лет
49% с доходом 2000-4000 грн. на чел. в месяц
48% нижнего среднего слоя
53% растерянных



Конкурсы и промо – приложения для новичков, преимущественно в социальных сетях.

Расходы на лекарства...

Личные расходы на лекарства за 3 месяца 375 грн.
Экономят на медицинских услугах и препаратах - 13% (при этом 27% никогда не будут экономить на этом)



Какие лекарства потребляют ...

Лекарства от болезней сердца 23%
ТОП-Бренды
Аспирин 19%; Септефрил 18%; Фестал 17%



Интернет...

- **Место использования:**
95% дома и 26% на работе или учебе
- **Устройства для выхода в Интернет дома*:**
стационарный компьютер 73%, ноутбук 27%, моб. телефон/смартфон 14%
- **Цели использования:**
Поисковый сервис 69%
Соц. сети, блоги/форумы 48%
Электронная почта 46%
Слушают музыку 41%
Поиск справочной информации и образование 40%
Новостные, спортивные или погодные сайты 40%



Проводят время на сайтах...

Тратят на Интернет 7.5 часов в неделю
Рейтинг аудитории сайтов за средние сутки
21% Google.com
19% Odnoklassniki
18% Vkontakte
13% Mail.ru
12% Yandex.ru / Yandex.ua



Профиль покупателей лекарств-искатели знаний



Кто...

38% женщины, 22% мужчины в возрасте 25-44 лет
45% с доходом 2000-4000 грн. и 23% 4000-7000 грн. на чел. в месяц
56% слой средний и выше среднего
31% оптимистов



Регулярно обновляйте информацию - в ответ на их тягу «узнавать» - наиболее важна информация для изучения товара и выбора места покупки.

Расходы на лекарства...

Личные расходы на лекарства за 3 месяца 367 грн.
Экономят на медицинских услугах и препаратах - 11% (при этом 33% никогда не будут экономить на этом)



Интернет...

- **Место использования:**
98% дома и 38% на работе или учебе
- **Устройства для выхода в Интернет дома*:**
стационарный компьютер 67%, ноутбук 40%, моб. телефон/смартфон 22%
- **Цели использования:**
Поисковый сервис 83%
Электронная почта 65%
Слушают музыку 54%
Поиск справочной информации и образование 53%
Сайты о хобби, увлечениях 52%
Просмотр видео 51%



Какие лекарства потребляют ...

Препараты от боли в горле 54%;
Средства от мышечной, суставной боли, ревматизма 24%
ТОП-Бренды (affinity index >110)
No-spa 34%

Проводят время на сайтах...

Тратят на Интернет 12.5 часов в неделю

Рейтинг аудитории сайтов за средние сутки

29% Google.com



22% Vkontakte



22% Mail.ru



19% Odnoklassniki



16% Yandex.ru / Yandex.ua



ММІ Україна 2013/1+2

База: покупатели безрецептурных лекарственных препаратов в возрасте 16-65 лет, пользуются Интернет раз в неделю и чаще, Искатели знаний, n=317

*Данные по волне 2013/2. База: покупатели безрецептурных лекарственных препаратов в возрасте 16-65 лет, пользуются Интернет раз в неделю и чаще, Искатели знаний, n=154

Профиль покупателей лекарств-коммуникаторы



Кто...

46% женщины 25-44 лет и 19% женщины 45-65 лет
42% с доходом 2000-4000 грн. и 23% 4000-7000 грн. на чел. в месяц
76% средний и ниже среднего слой
53% растерянные



Им нужны эксклюзивные материалы, чтобы делиться с «друзьями». Активная фан-страничка бренда – обсуждения, приложения и конкурсы. Важно, чтобы были доступны мобильные сервисы Вашего бренда.

Расходы на лекарства...

Личные расходы на лекарства за 3 месяца 434 грн.
Экономят на медицинских услугах и препаратах - 9% (при этом 33% никогда не будут экономить на этом)



Интернет...

• Место использования:

96% дома; 35% на работе или учебе, у знакомых/родственников 21%

• Устройства для выхода в Интернет дома*:

74% стац. комп., ноутб. 33%, моб. тел./смартфон 18%

• Цели использования:

Поисковый сервис 79%

Соц. сети, блоги/форумы 72%

Просмотр видео 62%

Электронная почта 56%

Новостные, спортивные или погодные сайты 55%

Слушают музыку 55%



Какие лекарства потребляют ...

Успокоительные препараты 28%;
Средства для лечения желудочно-кишечных заболеваний 25%;
Противоаллергические препараты 24%
ТОП-Бренды (affinity index >110)
Цитрамон 35%; Strepsils 22%;

Проводят время на сайтах...

Тратят на Интернет 14.8 часов в неделю

Рейтинг аудитории сайтов за средние сутки

30% Google.com

27% Odnoklassniki

27% Vkontakte

19% Mail.ru

17% Yandex.ru / Yandex.ua



ММІ Україна 2013/1+2

База: покупатели безрецептурных лекарственных препаратов в возрасте 16-65 лет, пользуются Интернет раз в неделю и чаще, Коммуникаторы, n=248

*Данные по волне 2013/2. База: покупатели безрецептурных лекарственных препаратов в возрасте 16-65 лет, пользуются Интернет раз в неделю и чаще, Коммуникаторы, n=100

Профиль покупателей лекарств-влиятельных



Кто...

43% женщины 25-44 лет и 16% мужчины 25-44 лет
39% с доходом 2000-4000 грн. и 20% 4000-7000 грн. на чел. в месяц
57% средний и высший средний слой
50% растерянные



Они и есть «early adopters» - предложите им интересные, «новые» темы, о которых они могут поговорить, и у Вас получится взаимовыгодное сотрудничество.

Расходы на лекарства...

Личные расходы на лекарства за 3 месяца 437 грн.
Экономят на медицинских услугах и препаратах - 14% (при этом 27% никогда не будут экономить на этом)



Интернет...

- **Место использования:**
97% дома; 40% на работе или учебе, у знакомых/родственников 20%
- **Устройства для выхода в Интернет дома*:**
74% стац. комп., ноутб. 36%, моб. тел./смартфон 27%
- **Цели использования (affinity index >110):**
Соц. сети, блоги/форумы 80%
Поисковый сервис 79%
Просмотр видео 69%
Слушают музыку 68%
Электронная почта 66%
Новостные, спортивные или погодные сайты 63%



Какие лекарства потребляют ...

Витамины 36%;
Противоаллергические препараты 24%;
Ранозаживляющие препараты 21%
ТОП-Бренды (affinity index >110)
Анальгин 31%; Nurofen 24%



Проводят время на сайтах...

Тратят на Интернет 14.4 часов в неделю

Рейтинг аудитории сайтов за средние сутки

34% Vkontakte
28% Google.com
28% Odnoklassniki
23% Mail.ru
20% Yandex.ru / Yandex.ua



Профиль покупателей лекарств-сетевики



Кто...

48% женщины 25-44 лет и 21% женщины 45-65 лет 43% с доходом 2000-4000 грн. и 25% 4000-7000 грн. на чел. в месяц
66% средний и высший средний слой
40% растерянные; 39% оптимисты



Материальные выгоды, промо и специальные предложения, чтобы занять место среди их «друзей» и «друзей их друзей».

Расходы на лекарства...

Личные расходы на лекарства за 3 месяца 428 грн.
Экономят на медицинских услугах и препаратах - 5% (при этом 38% никогда не будут экономить на этом)



Интернет...

• Место использования:

98% дома; 45% на работе или учебе, в общественных местах, где есть Wi-Fi 20%

• Устройства для выхода в Интернет дома*:

57% стац. комп., ноутб. 48%, моб. тел./смартфон 23%

• Цели использования (affinity index >110):

Поисковый сервис 88%

Электронная почта 76%

Соц. сети, блоги/форумы 76%

Новостные, спортивные или погодные сайты 58%

Просмотр видео 57%

Слушают музыку 57%



Какие лекарства потребляют ...

От головной боли и др. обезболивающие 66%;
От боли в горле 55%,
От насморка 51%;
Ср-ва для лечения желудочно-кишечных заболеваний 25%;
Ранозажив. препараты 20%
ТОП-Бренды (affinity index >110)
Цитрамон 38%; Nurofen 24%; Strepsils 23%; Но-шпа 20%

Проводят время на сайтах...

Тратят на Интернет 15.8 часов в неделю

Рейтинг аудитории сайтов за средние сутки

37% Google.com



33% Vkontakte



30% Odnoklassniki



23% Mail.ru



20% Yandex.ru / Yandex.ua



Рассмотрим узкую ЦА – Пример 1. Молодые мамы

Молодые мамы с детьми до 3 лет
(ЦА 16-65 лет)



«Меня заботит, могу ли я лично что-то сделать для окружающие среды» (76%)

«Иногда я немного сплетничаю» (73%)

«Я стараюсь использовать рекламные купоны, дающие скидку» (64%)

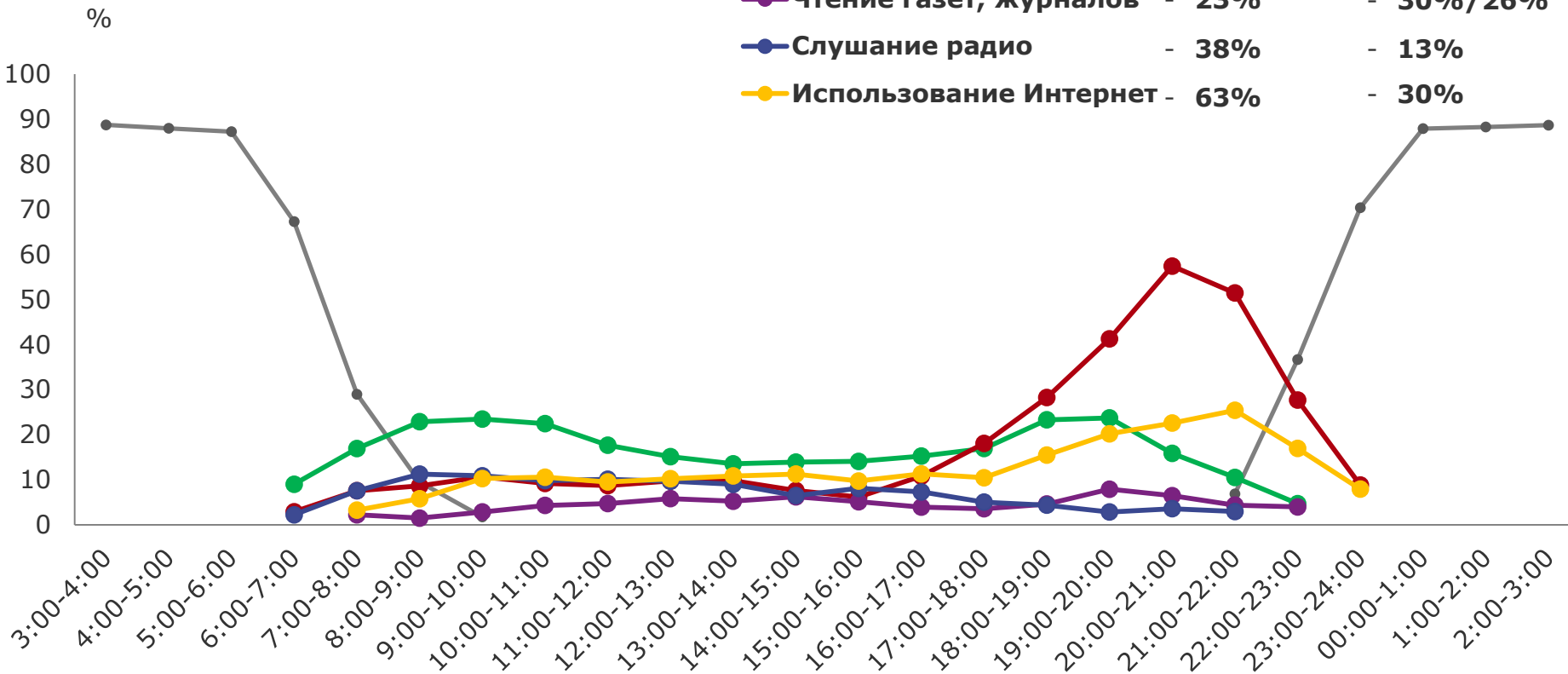
«Не боюсь покупать новинки техники, даже если мои знакомые их не пробовали» (64%)

«Религия дает мне самые лучшие ответы на мои вопросы» (59%)

Планируем коммуникацию с ЦА...

**Молодые мамы с детьми до 3 лет
...Обычный будний день**

	Охват за неделю	Внимание к рекламе
Сон	- 88%	- 65%
Работа по дому	- 23%	- 30%/26%
Просмотр ТВ	- 38%	- 13%
Чтение газет, журналов	- 63%	- 30%
Слушание радио		
Использование Интернет		



Значения активностей менее 1% не показаны на слайде



MMI Украина 2013/1

База: население 16-65 лет, молодые мамы (дети до 3 лет): 277

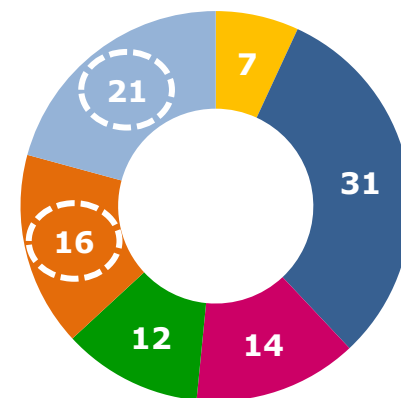
©TNS 2013

...В ТОМ ЧИСЛЕ В ОНЛАЙН

Хотя бы раз в неделю и чаще в Интернет...
(% от ЦА 16-65 лет – Интернет-пользователи,
молодые мамы с детьми до 3 лет)

- 66% посещают странички соц.сетей
- 54% - странички о хобби и интересах
- 36% ищут информацию о товарах, услугах перед покупкой
- 27% выкладывают фото в Интернет
- 20% используют Интернет для банковских операций

- При этом проводят в онлайн
около 11 ч в неделю

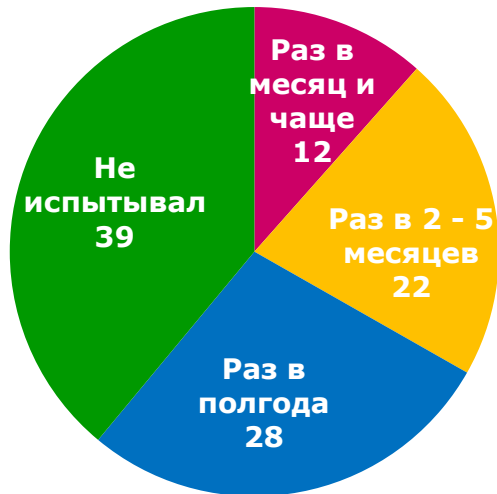


- Функционалы
- Стремящиеся
- Искатели знаний
- Коммуникаторы
- Влиятельные
- Сетевики



Рассмотрим узкую ЦА – Пример 2. Болеющие простудой

**Болеют простудой...
(% От ЦА 16-65 лет)**



- **69%** использовали болеутоляющие и жаропонижающие средства
- **74%** - средства от насморка
- **64%** - препараты от кашля
- **66%** - препараты от боли в горле

- **63%** - женщины 16-65 лет
- **71%** - с доходом ниже 4000 грн. в месяц (на одного члена семьи) и тратят в среднем 497 грн. в месяц на лекарства
- **60%** никогда не станут или же в самых крайних случаях готовы экономить на покупке мед. препаратов

- **43%** - социально-ответственный тип (психографика)

За средние сутки можно охватить:

- **85%** с помощью телеканалов
- **54%** - Интернет
- **41%** - радиостанции
- **30%** - газеты
- **18%** - журналы

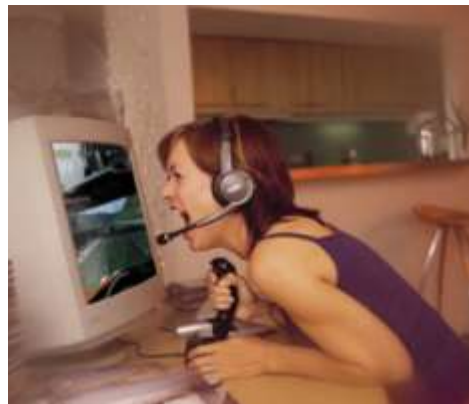
...они активно живут оффлайн

**Несколько раз в неделю и чаще...
(% от ЦА 16-65 лет, раз в месяц и чаще болеют простудой)**

- 75% занимаются приготовлением пищи
- 73% - работой по дому
- 47% занимаются с детьми
- 41% выходят на прогулки по городу
- 39% читают книги
- 26% играют в компьютерные игры
- 19% увлекаются рукоделием, шитьем, вязанием

**Несколько раз в месяц и чаще...
(% от ЦА 16-65 лет, раз в месяц и чаще болеют простудой)**

- 26% ходят по магазинам, продажам (не учитывая продуктовые закупки)
- 26% работают на приусадебном участке
- 24% посещают кафе, рестораны
- 21% ходят в церковь, на богослужения
- 18% ездят отдохнуть за город
- 10% ходят в кинотеатры



MMI Украина 2013/1

База: население 16-65 лет, болеют простудой раз в месяц и чаще, 550

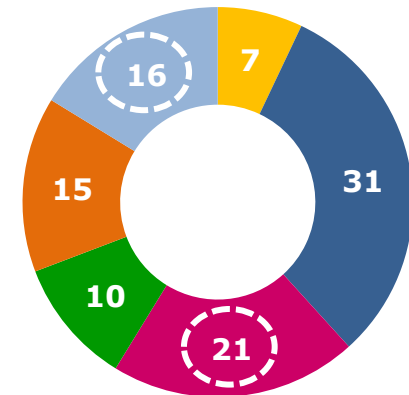
...так же как и онлайн

Хотя бы раз в неделю и чаще в Интернет...
(% от ЦА 16-65 лет – интернет-пользователи,
раз в месяц и чаще болеют простудой)

- 60% смотрят видео в Интернет
- 50% загружают музыку
- 47% обмениваются контентом, ссылками с друзьями
- 36% ищут информацию о товарах, услугах перед покупкой
- 34% смотрят онлайн ТВ
- 28% выкладывают фото в Интернет



- При этом проводят в онлайн
около 13-14ч в неделю



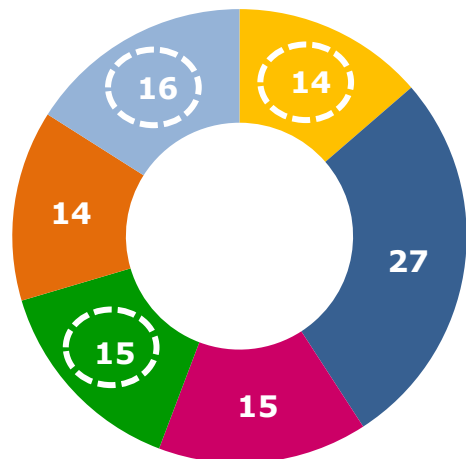
- Функционалы
- Стремящиеся
- Искатели знаний
- Коммуникаторы
- Влиятельные
- Сетевики

MMI Украина 2013/1

База: население 16-65 лет, болеют простудой раз в месяц и чаще,
хотя бы раз в неделю используют Интернет, 346

Возможно Вам придется считаться с несколькими сегментами ...

Потребители, предпочитающие «доктор мом» от кашля (ЦА 16-65 лет, интернет-пользователи)



- Функционалы
- Стремящиеся
- Искатели знаний
- Коммуникаторы
- Влиятельные
- Сетевики

ИСКАТЕЛИ ЗНАНИЙ



ВЛИЯТЕЛЬНЫЕ



КОММУНИКАТОРЫ



СЕТЕВИКИ



ФУНКЦИОНАЛЫ



СТРЕМЯЩИЕСЯ



MMI Украина 2013/1

База: население 16-65 лет, хотя бы раз в неделю используют Интернет, отдадут предпочтение Доктор МОМ: 103

...выбирайте стратегию «дружбы» с потребителями онлайн

ИСКАТЕЛИ ЗНАНИЙ



Регулярно обновляйте информацию - в ответ на их тягу «узнавать» - наиболее важна информация для изучения товара и выбора места покупки.



ВЛИЯТЕЛЬНЫЕ



Они и есть «early adopters» - предложите им интересные, «новые» темы, о которых они могут поговорить, и у Вас получится взаимовыгодное сотрудничество.



КОММУНИКАТОРЫ



Им нужны эксклюзивные материалы, чтобы делиться с «друзьями». Активная фан-страничка бренда – обсуждения, приложения и конкурсы. Важно, чтобы были доступны мобильные сервисы Вашего бренда.



СЕТЕВИКИ



Материальные выгоды, промо и специальные предложения, чтобы занять место среди их «друзей» и «друзей их друзей».



ФУНКЦИОНАЛЫ



Мало используют соц. сети. Онлайн их можно достичь на сайтах для сравнение цен, с обзорами экспертов и пользователей, сайтах производителей. Важна информация оффлайн.



СТРЕМЯЩИЕСЯ



Конкурсы и промо – приложения для новичков, преимущественно в социальных сетях.



...вопросы?
...обсуждение...



Контактное лицо:

Марина Костромина | Ведущий менеджер по работе с клиентами
Департамент постоянных и медиа исследований

TNS

т: +38 (044) 201 1073 | ф: +38 (044) 201 1015

ул. Гайдара, 54А | Киев, 01033 | Украина

e: maryna.kostromina@tns-ua.com | w: www.tns-ua.com

