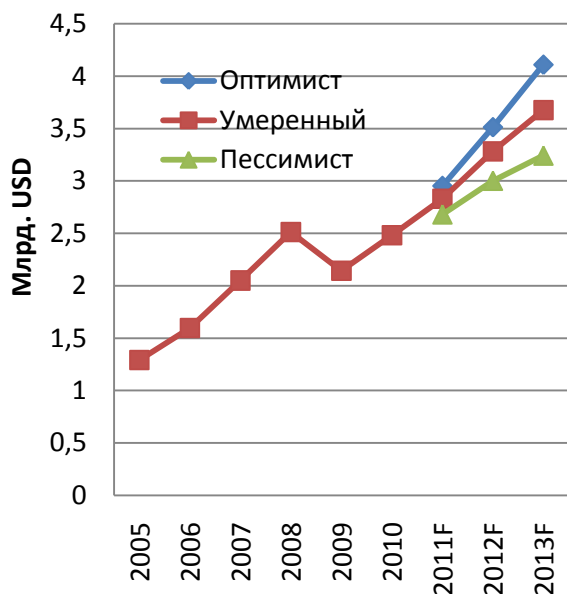


Просто и не просто промотируем и продаем

Сергей Ищенко
директор «Proxima Research»

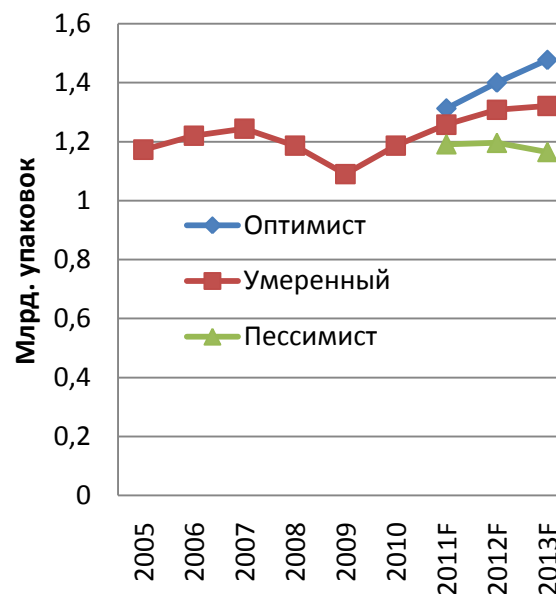
Прогноз развития фармацевтического рынка аптечных продаж Лекарственных средств на ближайшие три года обещает значимое увеличение в денежном выражении при незначительном росте потребления упаковок

Денежное выражение



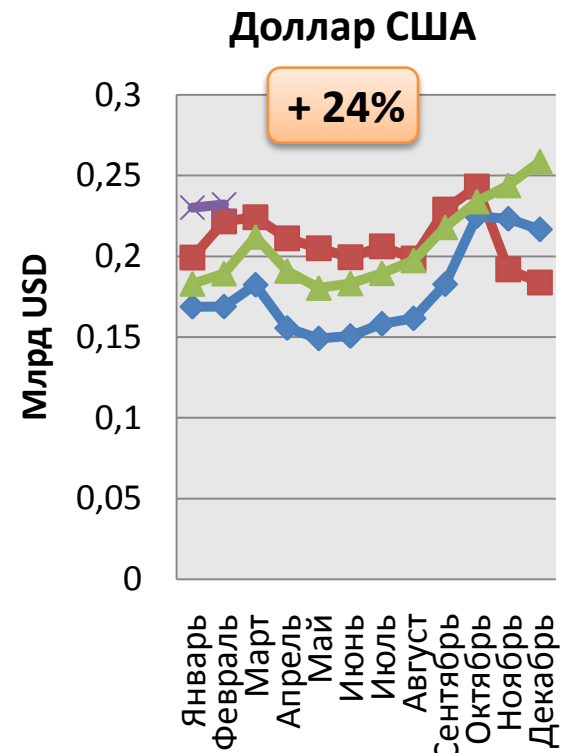
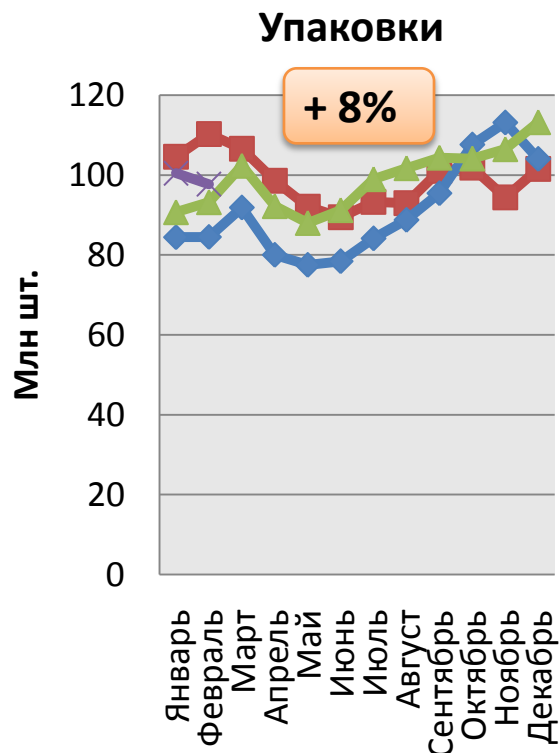
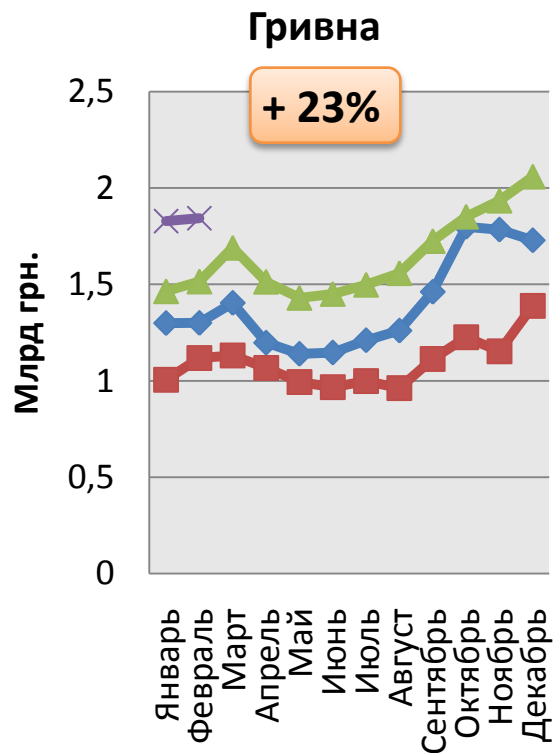
Прирост, %	2010	2011F	2012F	2013F
Оптимист		19	19	17
Умеренный	16	14	16	12
Пессимист		8	12	8

Натуральное выражение



Прирост, %	2010	2011F	2012F	2013F
Оптимист		11	7	6
Умеренный	9	6	4	1
Пессимист		0	0	-3

Потенциальное опережение роста рынка розничной реализации ЛС в деньгах над ростом в упаковках диктует условия рынку промоционных усилий производителей



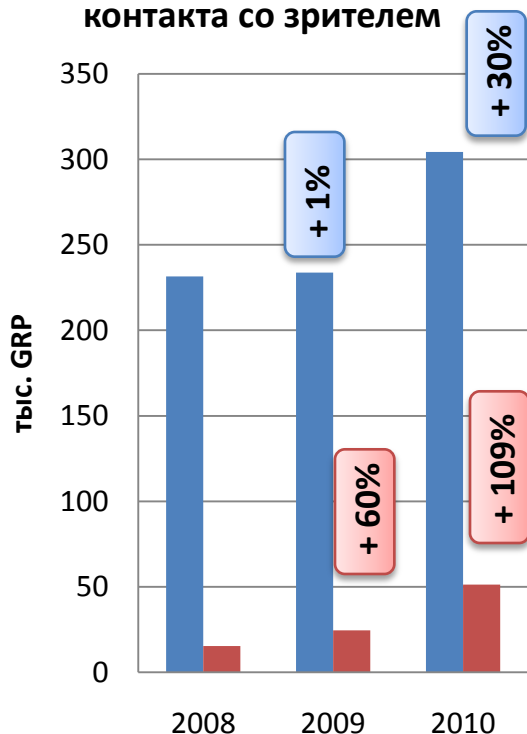
■ 2008 ◆ 2009
▲ 2010 × 2011

■ 2008 ◆ 2009
▲ 2010 × 2011

■ 2008 ◆ 2009
▲ 2010 × 2011

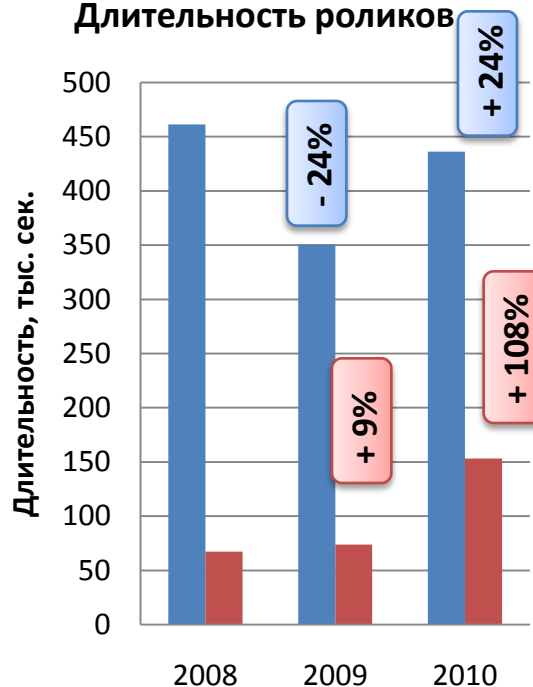
Неизменным драйвером рынка выступает промоционная активность производителей...

ТВ реклама. Уровень контакта со зрителем

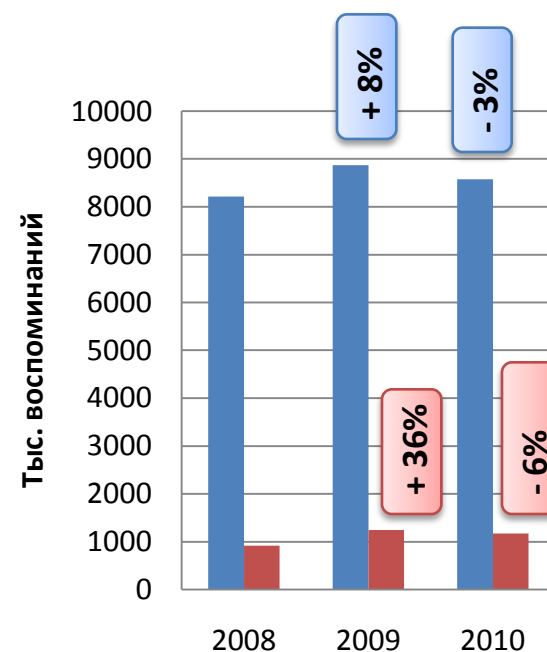


Радио реклама.

Длительность роликов



Воспоминания врачей и фармацевтов о визитах медпредставителей



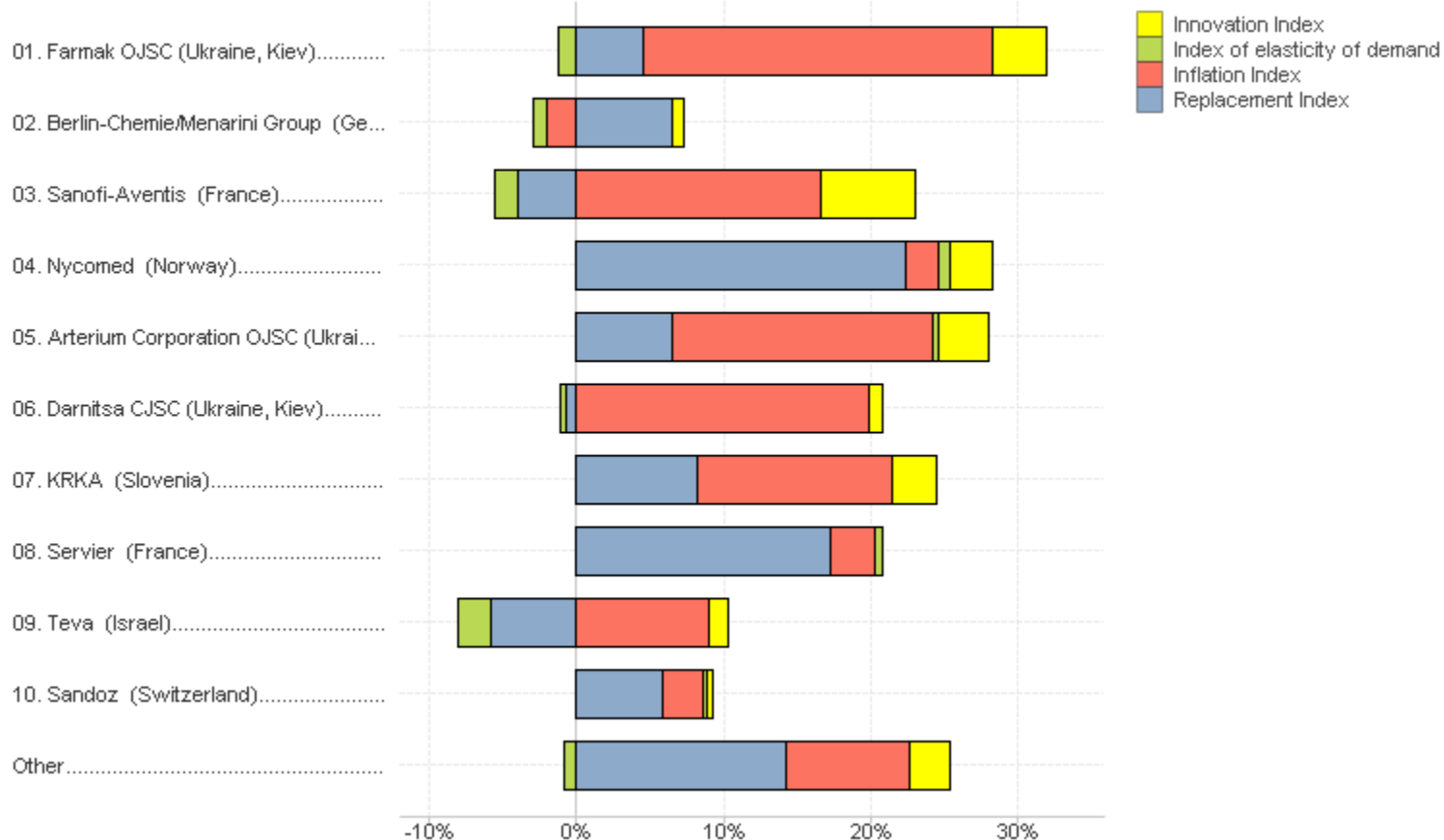
■ Импортный ■ Отечественный

■ Импортный ■ Отечественный

■ Импортный ■ Отечественный

...а залогом успеха – управление ценой!

Market Indices, Month: 2011 02_feb



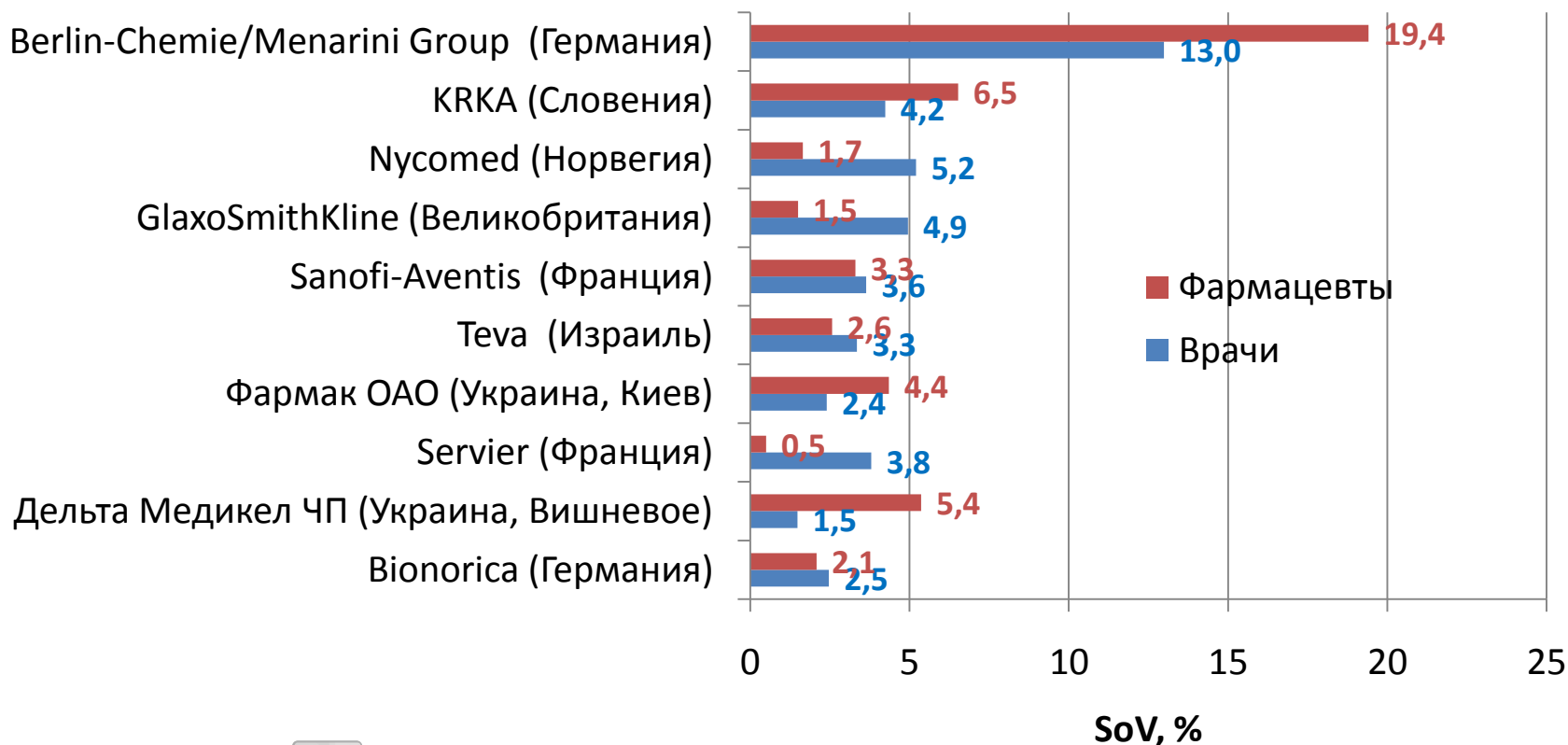
Если возможности для «управления» ценой исчерпаны, приходится работать над повышением SFE

MAT, Month: 2010 12_dec; Country: Ukraine; Retail sales, kUAH; Promotion activities, promo type: Promotions through Reps visits; Spec type: Doctors/Experts of PCPharmacists; TV advertising, MAT, Universe GRP (%); Price policy, Price(UAH)

Market Org	Sales, kUAH	Sales, MS %	Sales, EI	Sales, PPG	Promo, Rec kCnt	Promo, PPG	Adv., Univer...	Adv., PPG	Price (UAH)	Price, PPG
Total	19 690 293	100,00%	100	18%		-6%		38%	16,60	8%
01. Berlin-Chemie/Menari...	893 069	4,54%	91	7%		17%		11%	31,76	-2%
02. Farmak OJSC (Ukraine, Kiev)	853 195	4,33%	120	41%		-2%		69%	9,78	32%
03. Sanofi-Aventis (France)	686 659	3,49%	100	18%		5%		25%	42,05	0%
04. Nycomed (Norway)	619 529	3,15%	111	31%		-9%		92%	68,53	-7%
05. Darnitsa CJSC (Ukraine, Kiev)	576 828	2,93%	100	18%		-11%	1 474 %		3,93	24%
06. Arterium Corporation OJ...	557 383	2,83%	110	29%		-15%		55%	9,25	10%
07. Teva (Israel)	500 131	2,54%	90	6%		-2%		62%	43,49	5%
08. KRKA (Slovenia)	475 531	2,42%	96	13%		-8%		-35%	34,16	-7%
09. Servier (France)	468 953	2,38%	106	25%		12%		-	82,78	-1%
10. Sandoz (Switzerland)	467 857	2,38%	88	3%		-17%		38%	33,95	-6%
Other	13 591 157	69,02%	100	17%		-11%		38%	17,12	6%

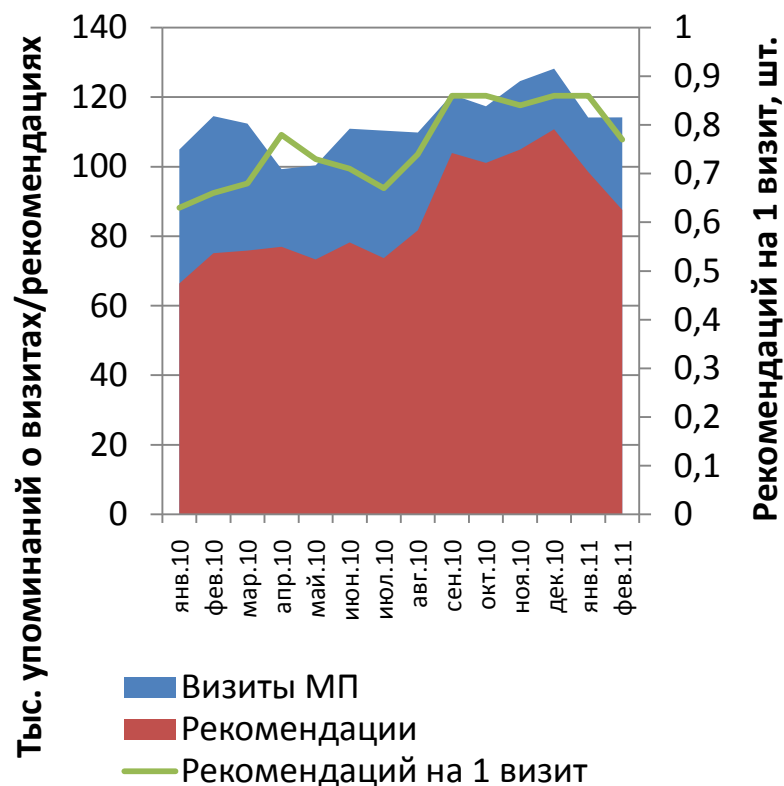
Топ-10 лидеров в промоционных усилиях

Доля по упоминаниям врачей и фармацевтов о визитах медицинских представителей в 2010 году

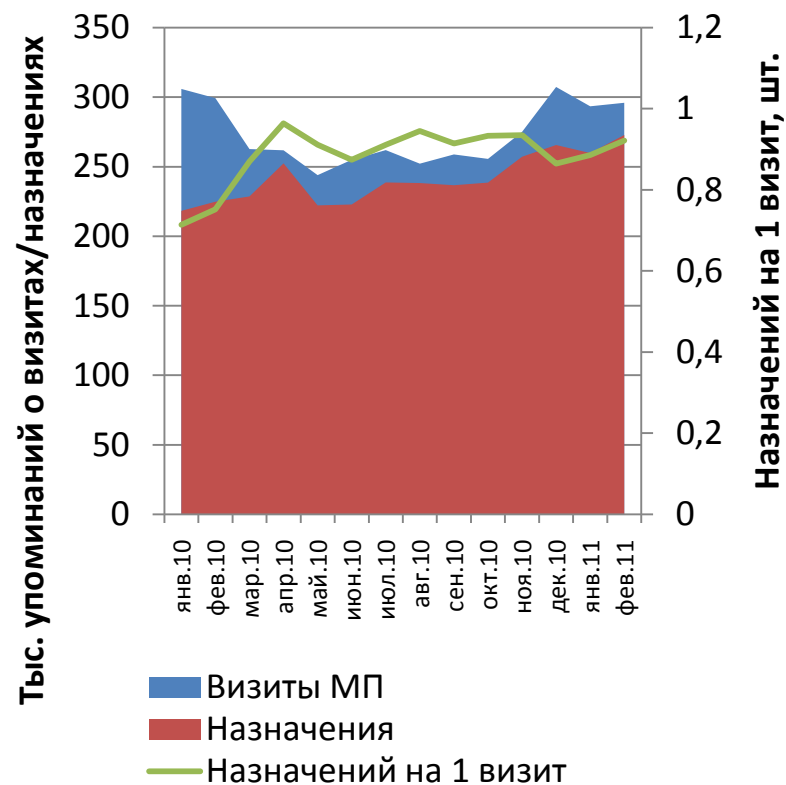


Курс конвертации визитов в назначения у врачей более выгодный...

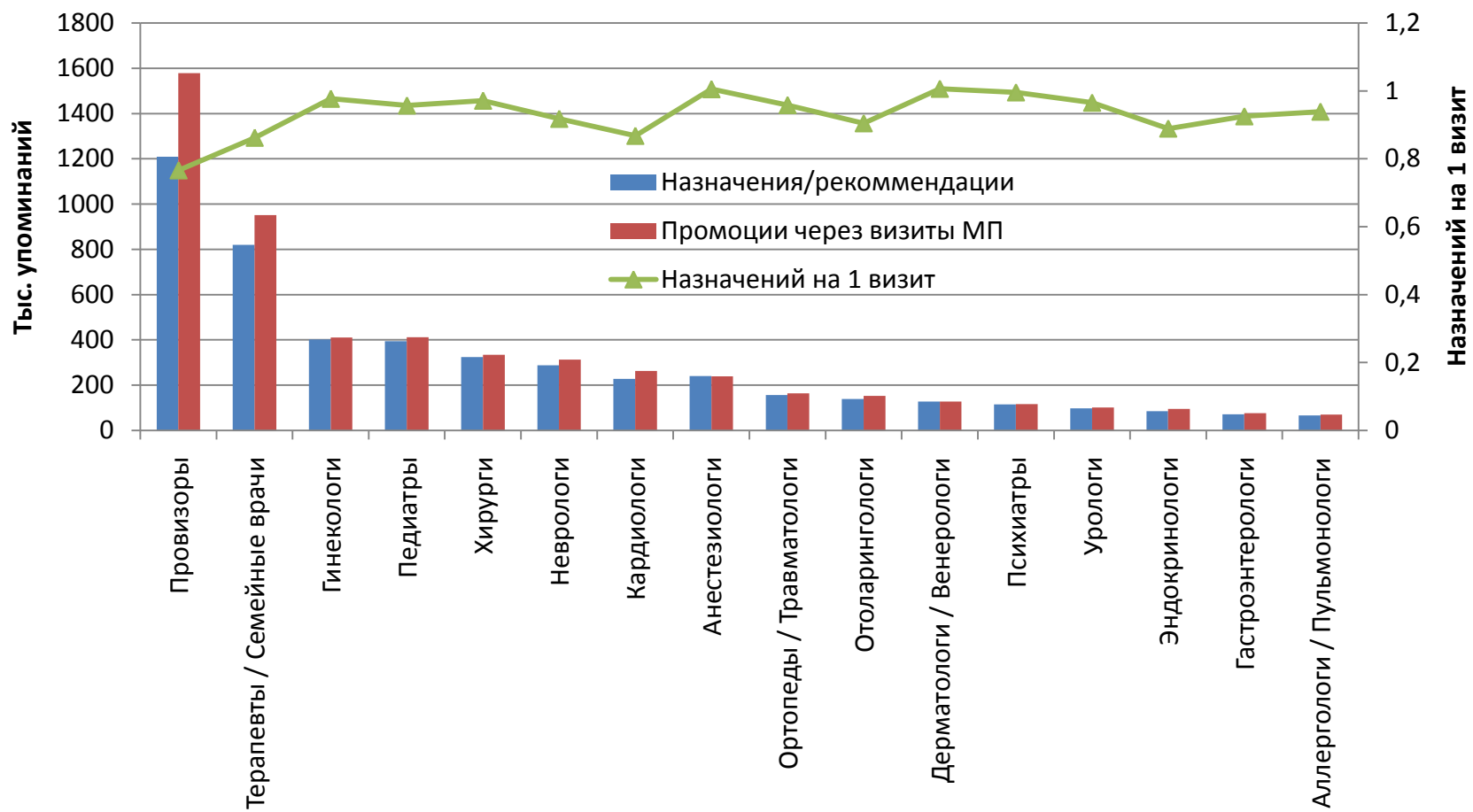
ОТС. Визиты МП и рекомендации по упоминаниям фармацевтов



Рх. Визиты МП и назначения по упоминаниям врачей

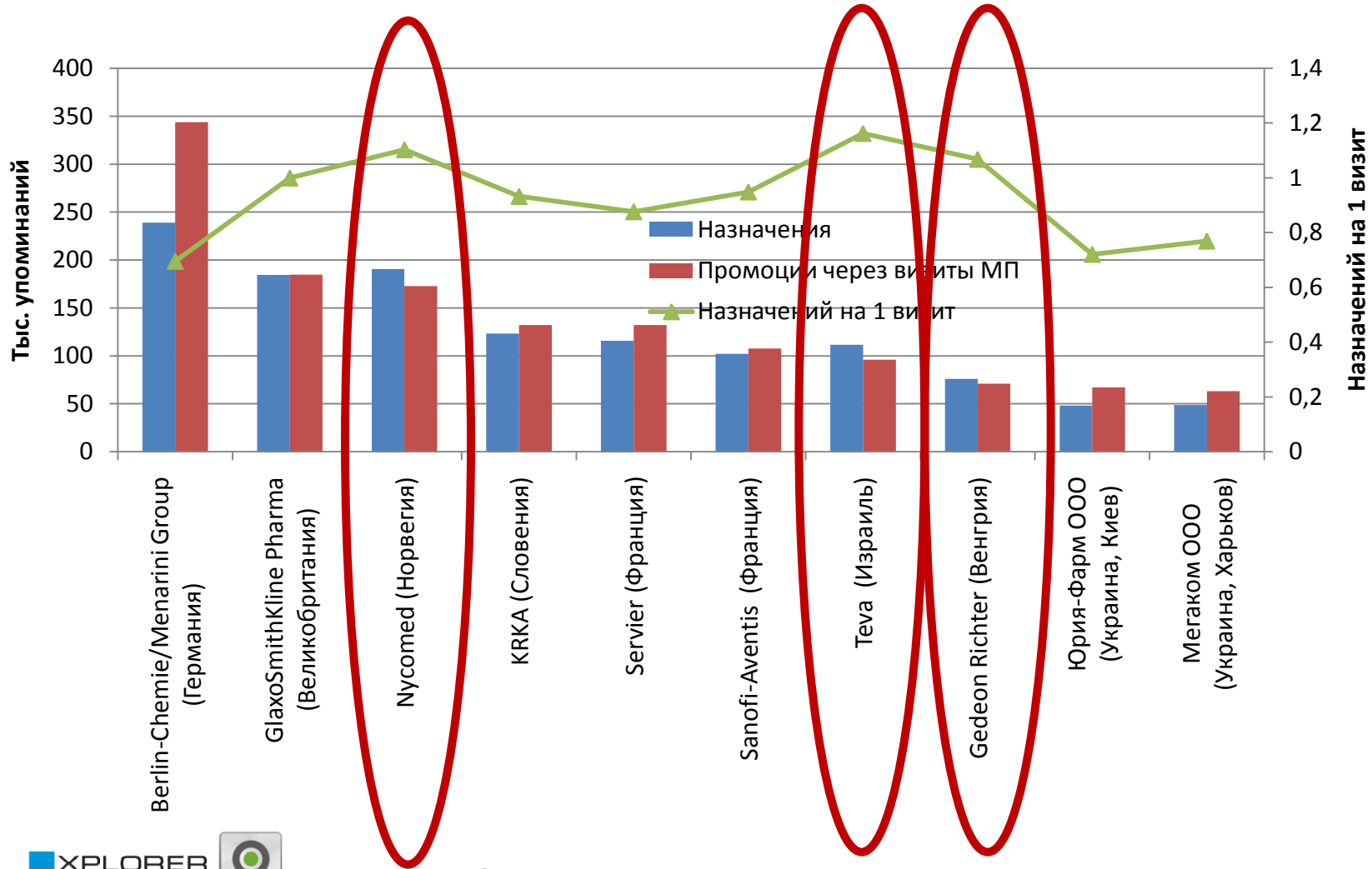


Но провизоров много и они дают оборот...



Rx.

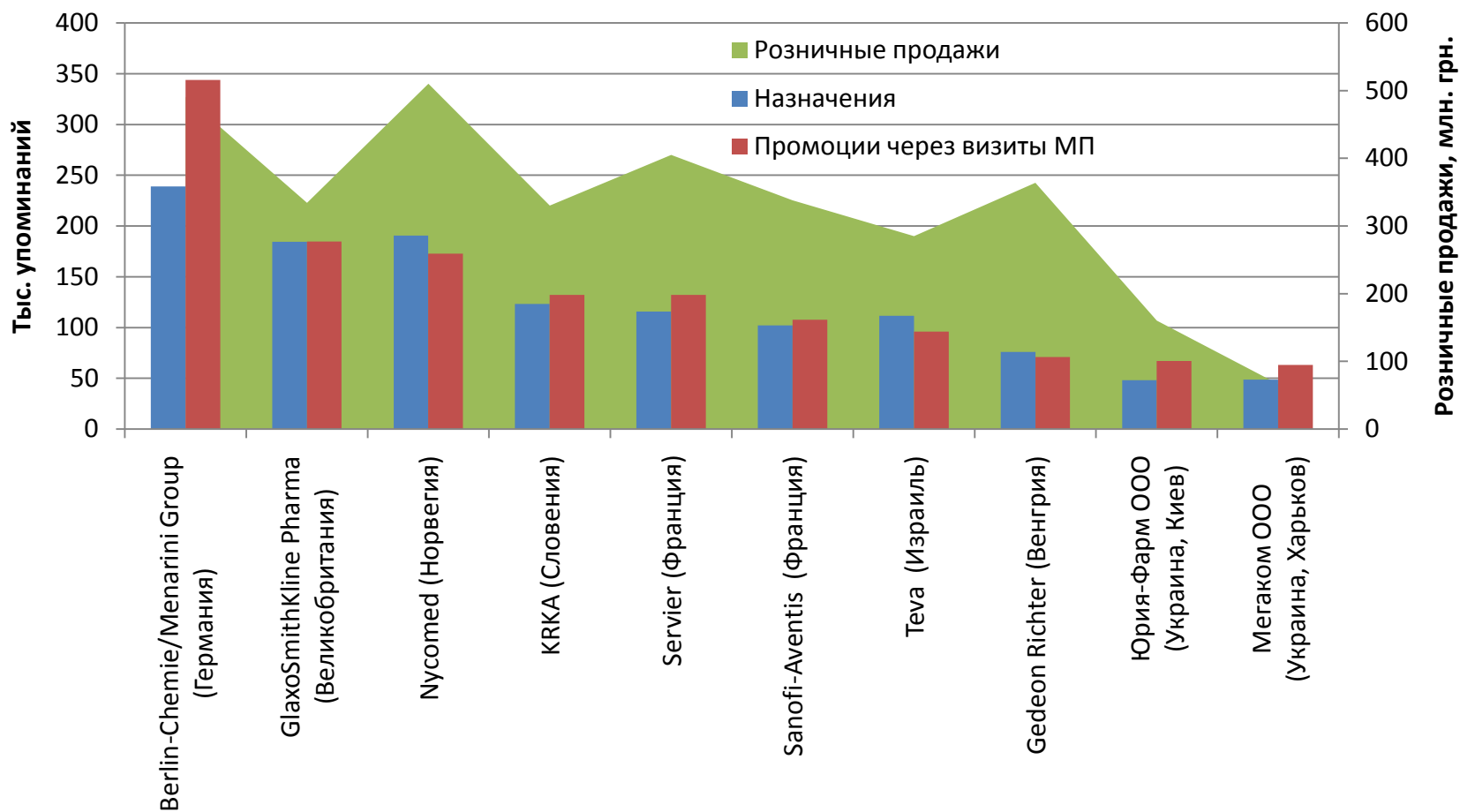
Обменные курсы производителей у врачей



Система исследования рынка
"Фармстандарт", "PharmXplorer", © Proxima Research

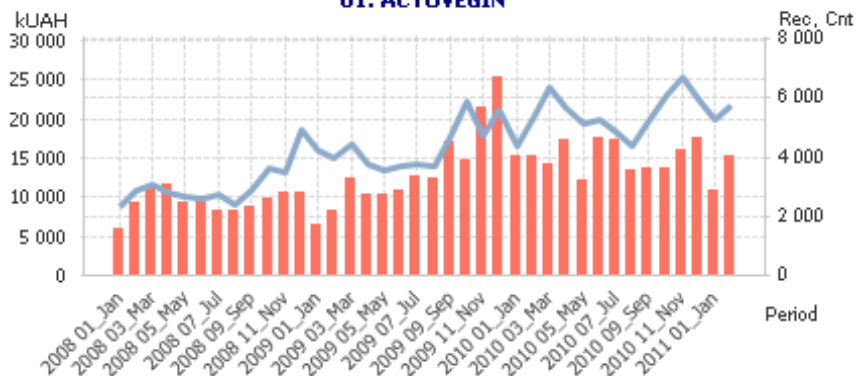
Rx.

Результаты «конвертационных» усилий

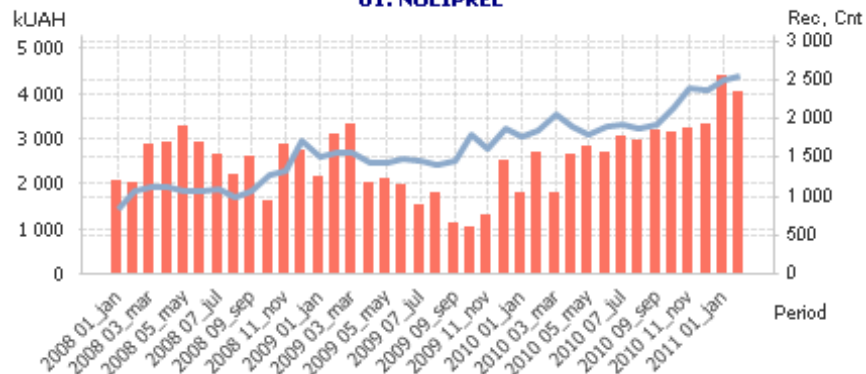


Рх. Реальный «обменный курс» устанавливается для бренда

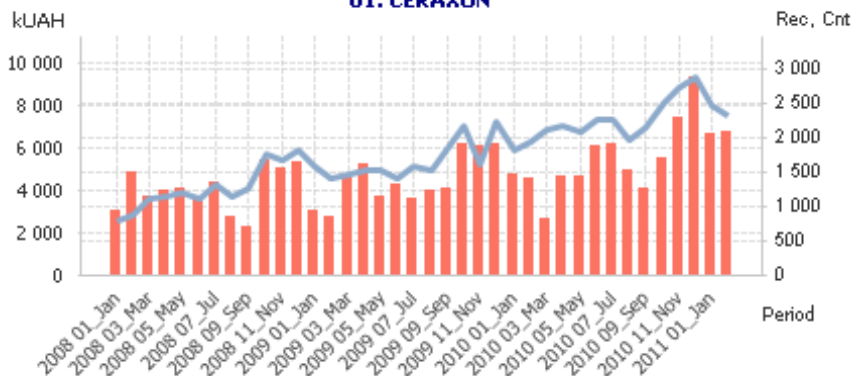
01. ACTOUEGIN



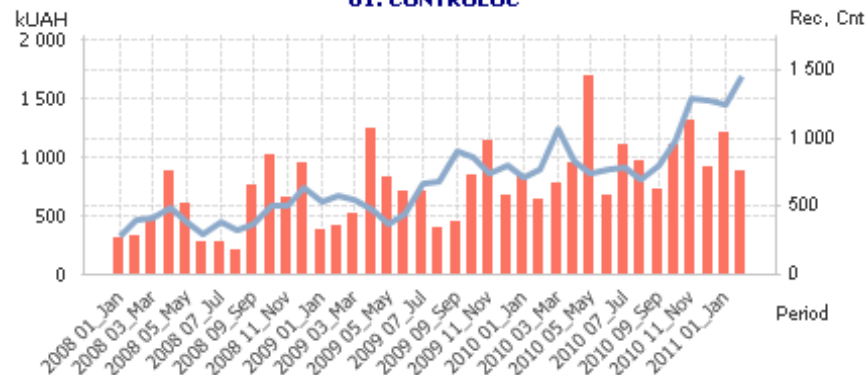
01. NOLIPREL



01. CERAXON

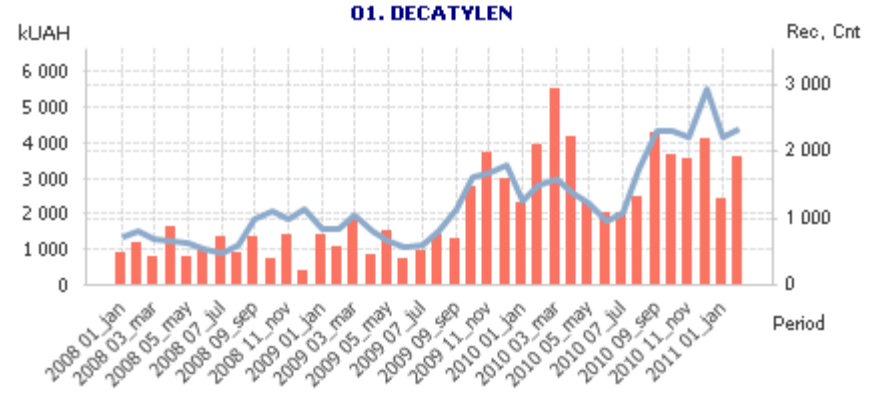
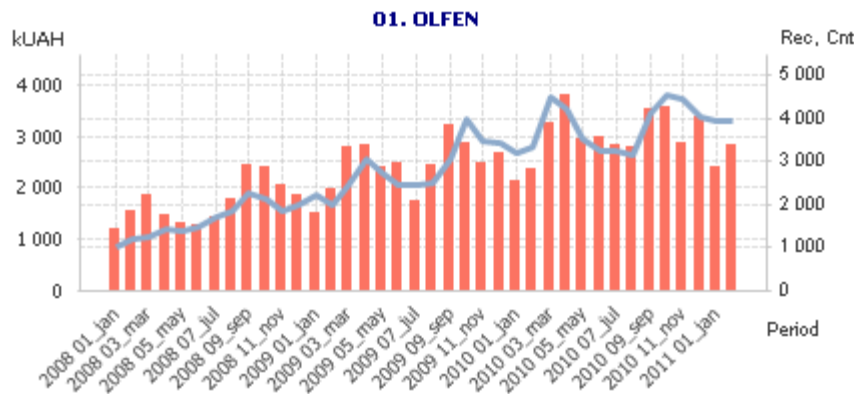
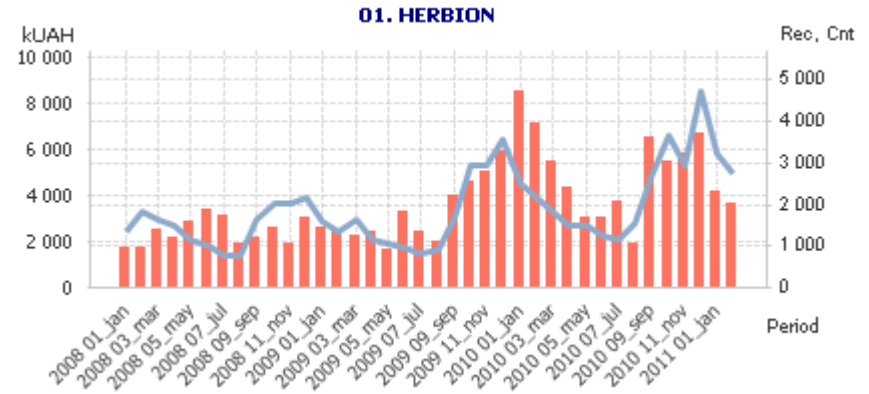
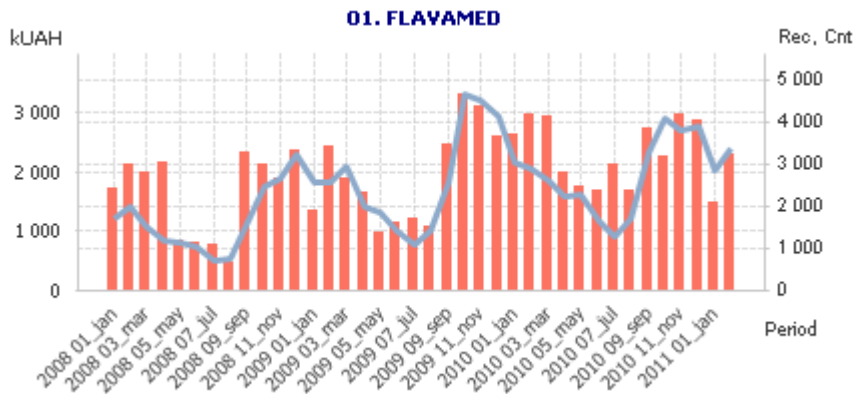


01. CONTROLLOC



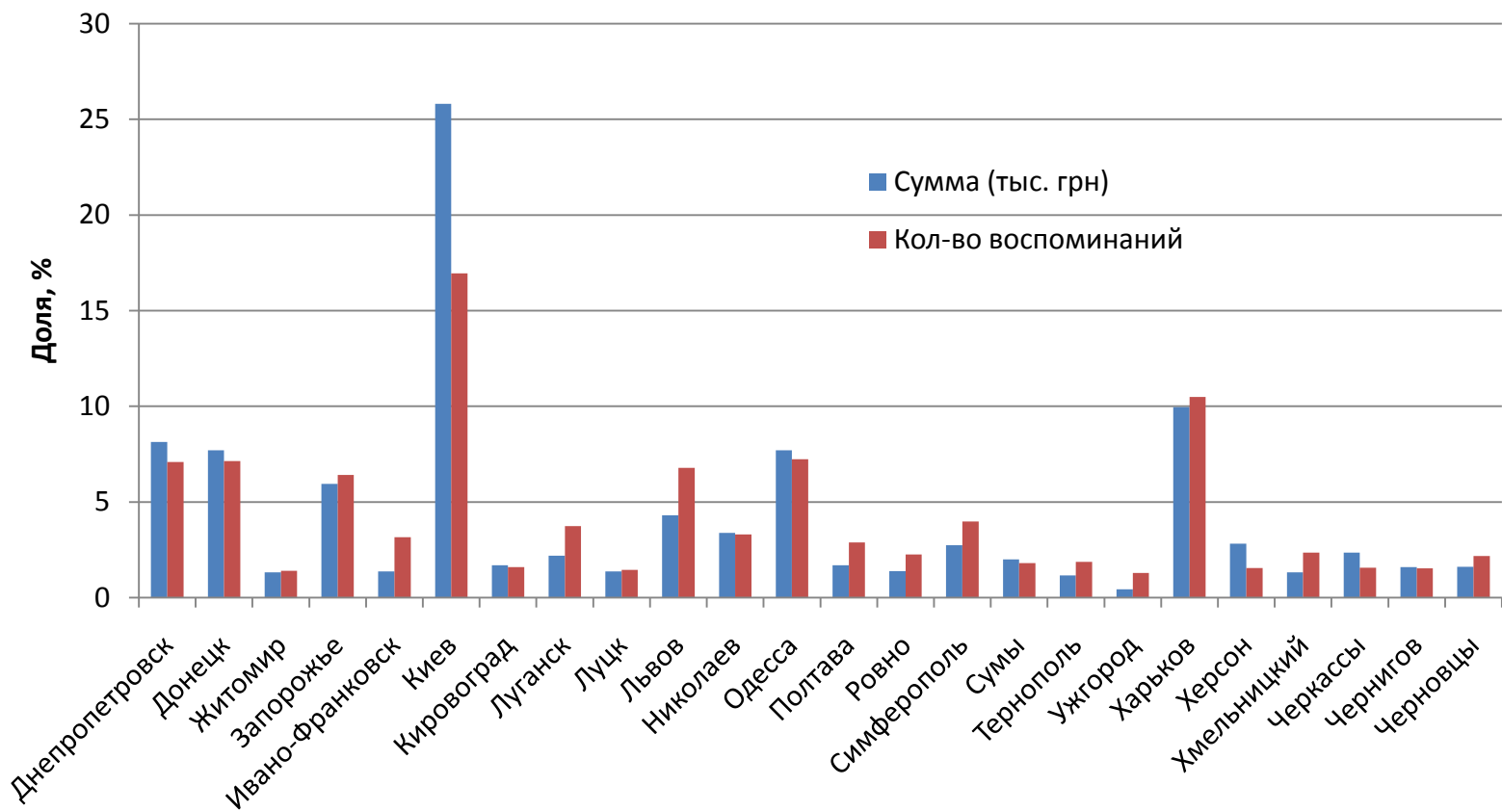
- - розничная реализация, тыс. грн
- - Упоминания о визитах МП, шт.

ОТС. Реальный «обменный курс» устанавливается для бренда

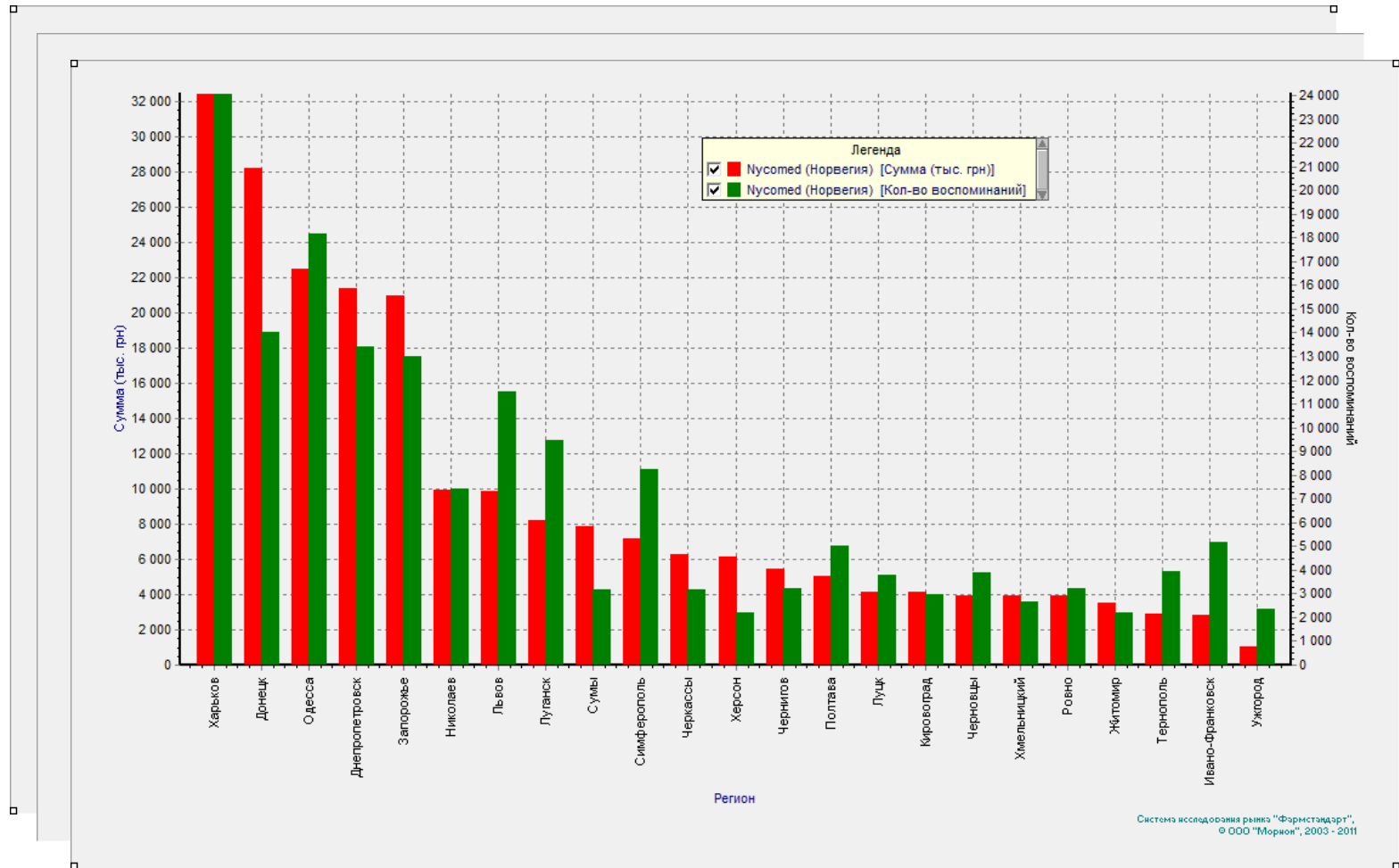


- - розничная реализация, тыс. грн
- - упоминания о визитах МП, шт.

Региональные колебания «обменных курсов»

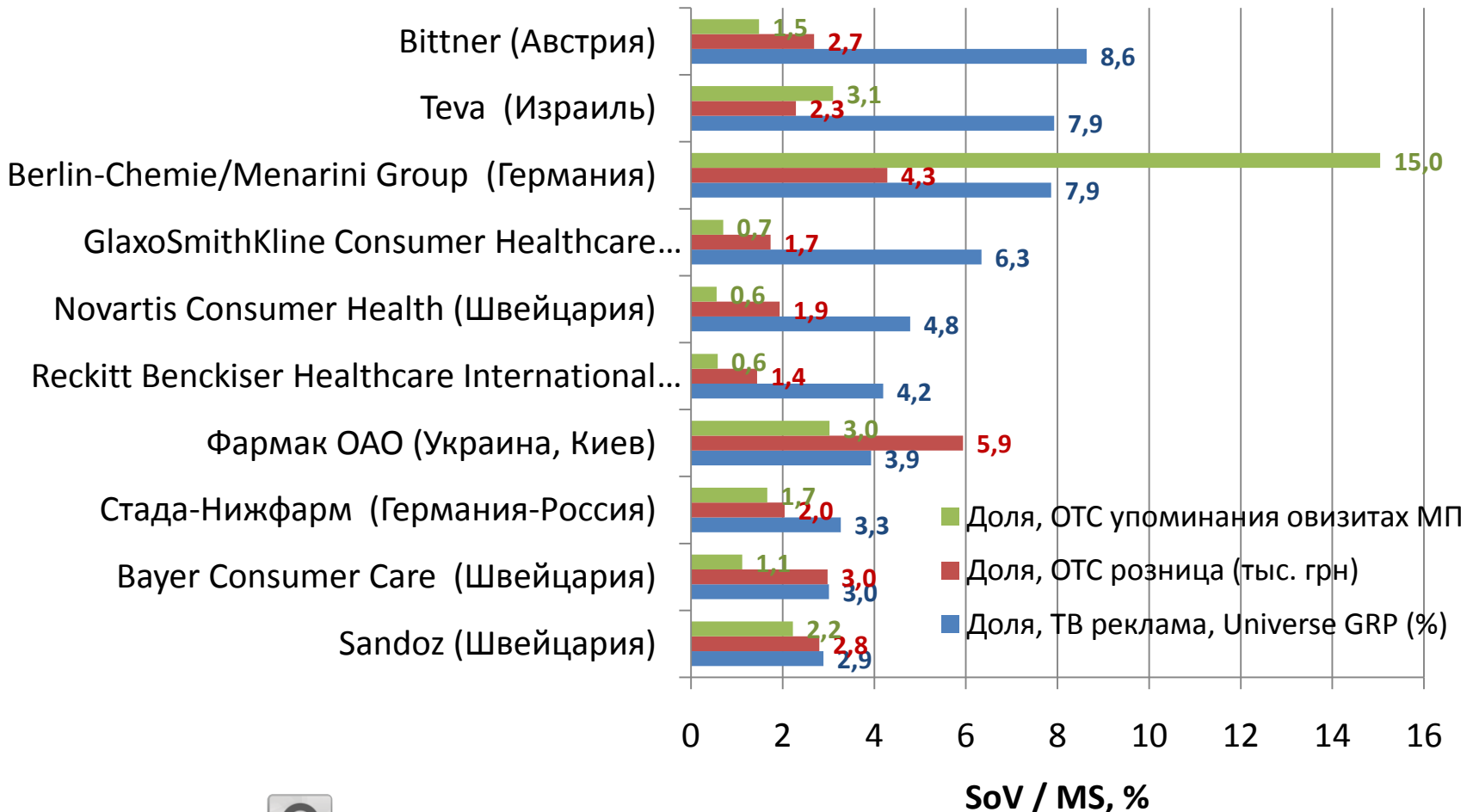


Эффективность инвестиций в Sales Force может быть измерена на региональном уровне

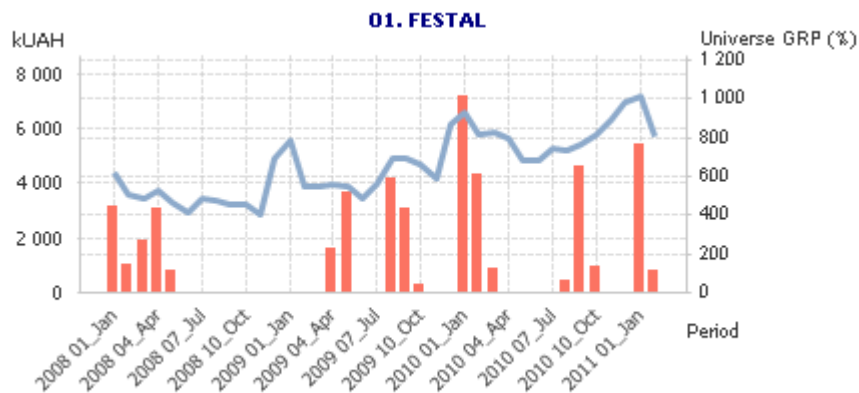
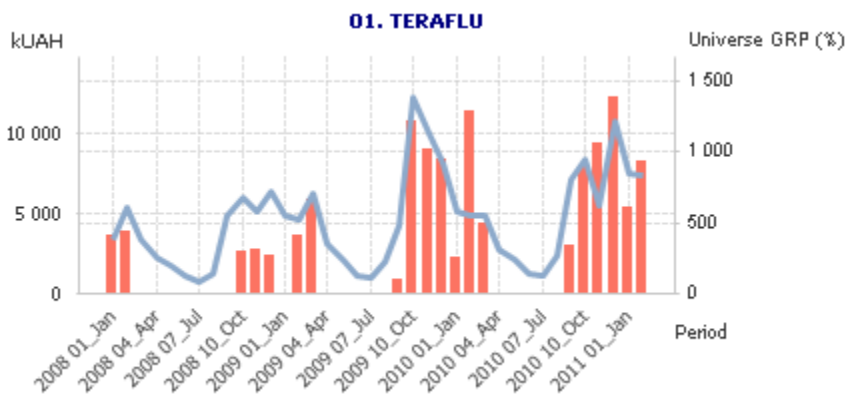
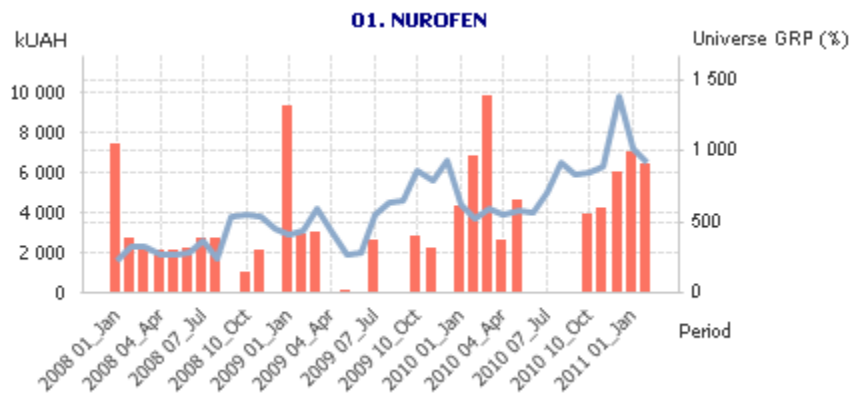
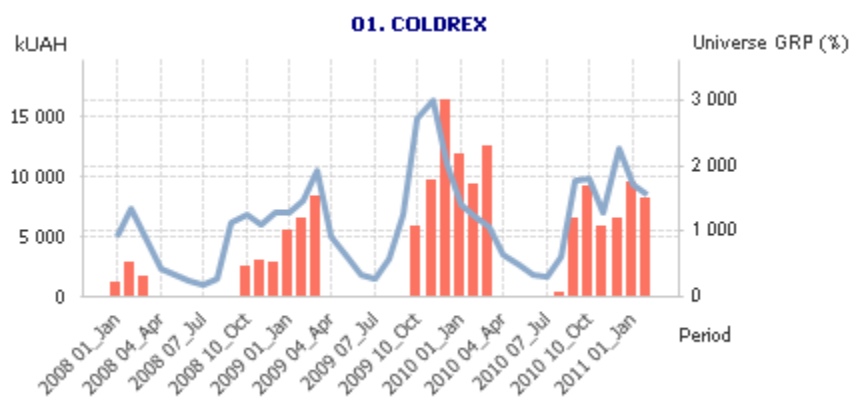


Каждый выбирает для себя уровень поддержки ОТС

Топ-10 маркетинговых компаний по доле участия в ТВ рекламе «Universe GRP», % в 2010 г.

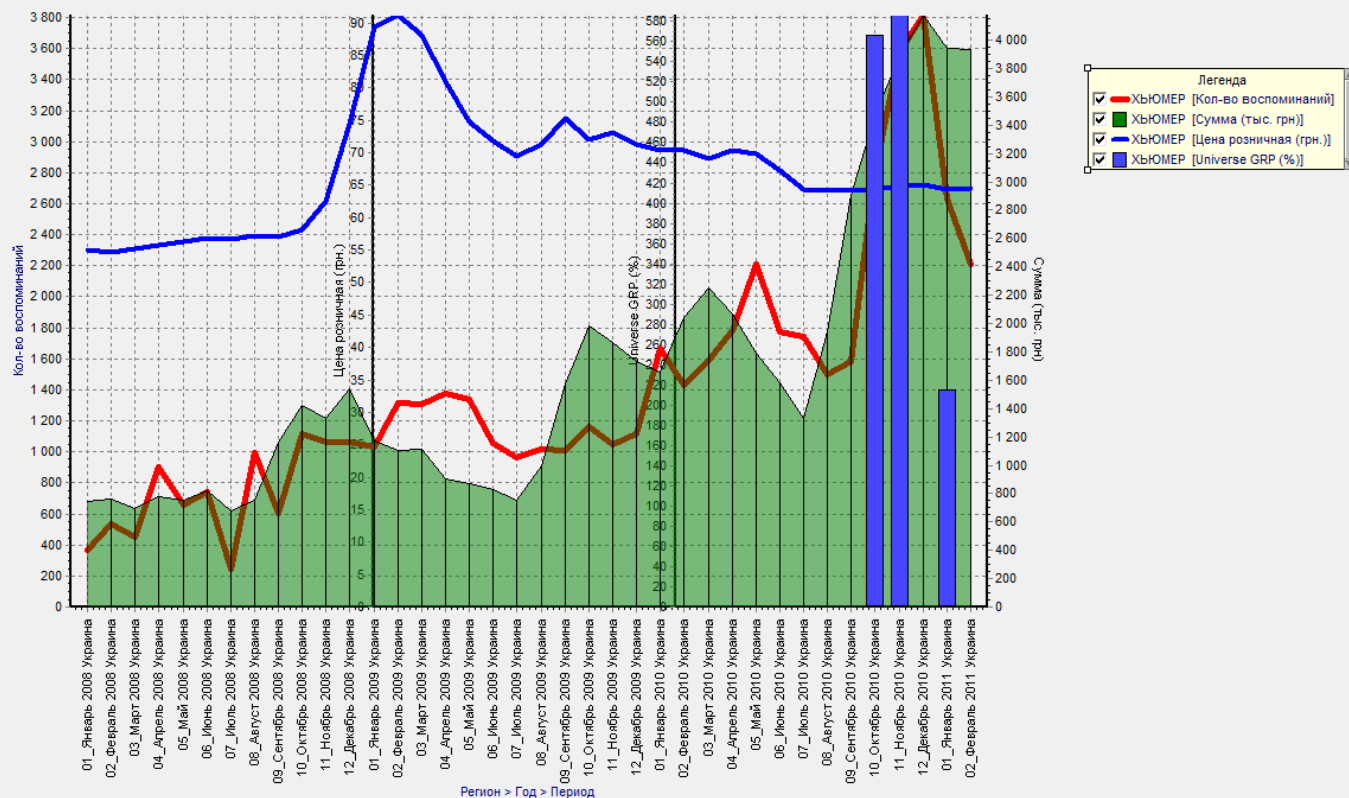


ТВ промоция значимо поддерживает эффективность Sales Force



— розничная реализация, тыс. грн
 ■ ТВ промоция, Universe GRP (%)

Механизмы модификации эффективности Sales Force: правильная цена / в нужное время / при адекватной медиа поддержке



Система исследования рынка "Фармстандарт",
© ООО "Морко", 2003 - 2011

Благодарю за внимание!