

Marketing One

Тамара Мирзоян

"Продажи и продвижение: что приносит рост сегодня"

The economic crisis has a major impact on the business

Market trends	Business implications
Ruble devaluation by 60 % (Euro) / 69 % (US Dollar) (Sept.2016 vs Sept.2014)	<ul style="list-style-type: none"> • 2017 Inflation rate is expected in the range of 8,6-10,6% • Downtiering to inexpensive local products and branded generics • Declining share of expensive products
Increasing of financing costs (factoring / interest rates)	<ul style="list-style-type: none"> • Pressure on P&L • Worsening of payment capacity at distributors and retail • Factoring limits introduced
No serious anti-crisis plan of action to date Increasing unemployment 3-4% per year	<ul style="list-style-type: none"> • No long-term plans of partnership • High unpredictability • Low confidence in the future
Decrease of purchasing power and activity	<ul style="list-style-type: none"> • Highest ever in last 5Y unemployment rate (up to 6%)
Worsening of Russia investment index to speculative grade (Moody's rating agency)	<ul style="list-style-type: none"> • Limitation in investment projects • Increasing of finance cost

Economical instability in Russia is driven by low oil price, weakening ruble, sanctions

Source:

*Finmarket Sept.2014y 1 rub.- 38,72 USD & 49,33 euro; Sept. 2016y 1 rub. – 65,67 USD & 73,13 euro

*DSM, IMS, Comcon

Russia entered a period of economic turmoil with high inflation rate due to ruble devaluation

\$

€



14 Nov 15 Jan Mar May June Aug Oct

14 Nov 15 Jan Mar May June Aug Sep

\$



2015

02.03

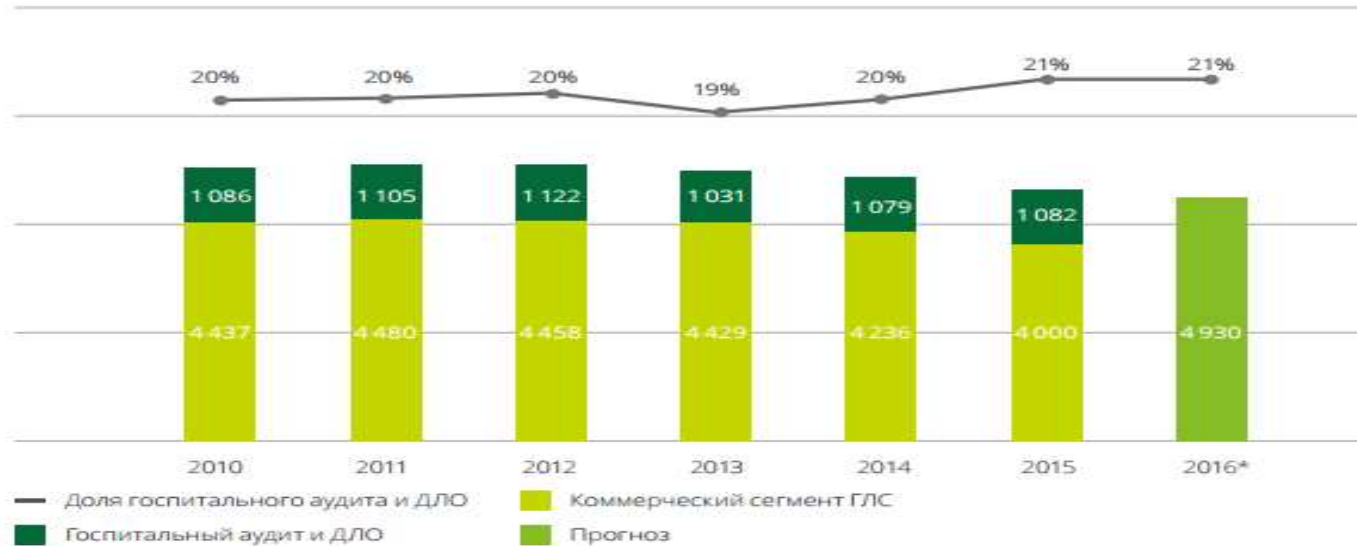
04.05

06.07

07.09

Pharma market volume in TU is significantly down, especially commercial sector

Динамика рынка в натуральном выражении за 2010 – 2016 годы (в упаковках):

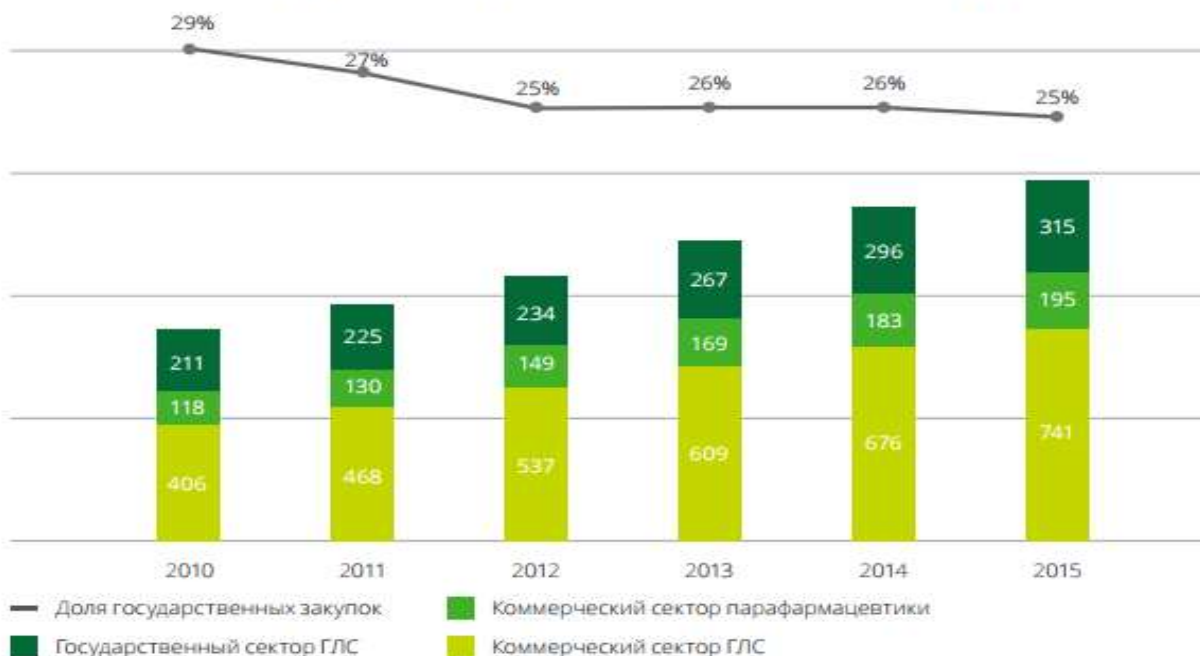


Источник: данные DSM Group

- Рынок лекарств в натуральном выражении сократился на 4,4%.
- Коммерческий сегмент в упаковках уменьшился на 5,6%.
- Госпитальный сегмент вырос на 0,3% в физическом выражении.
- Объем ДЛО сократился на 8,7% в физическом выражении.

Retail Pharma market decline highest ever in last 5Y, RUR

Динамика рынка в денежном выражении за 2010 – 2015 годы (в млрд руб.)



Источник: данные DSM Group

- Рублевый прирост коммерческого сегмента составил 9,4% (самый низкий за последние пять лет).
- Доля импорта в коммерческом сегменте практически не изменилась – в денежном выражении она составляет 74% (в 2014 году – 76%).
- Государственный сегмент (госпитальный аудит и ДЛО) вырос на 6,4%.
- Объем ДЛО вырос на 11,4% в рублях.
- По данным розничного аудита DSM Group, объем коммерческого рынка лекарственных препаратов в марте 2016 года составил 47,6 млрд руб. (с учетом НДС). По сравнению с февралем объем рынка увеличился на 2,8%.
- Сокращение коммерческого рынка лекарств за три месяца 2016 года относительно аналогичного периода 2015 года в рублевом эквиваленте составило 10,2%.

*Прогноз на 2016 год представлен по всему рынку

Pharma market grows mainly behind extra RUR pricing pressure on consumers with inflation as main driver of growth, 2015-2016

Инфляция за 2010 – 2015 годы (в %)



■ 2015 ■ 2014
Источник: данные DSM Group

- Инфляция – основная причина роста фармацевтического рынка в денежном выражении в 2016 году.
- В марте 2016 года цены в рублях на лекарства выросли на 0,1%.
- В долларовом выражении индекс цен за март вырос на 6,8%.
- Всего же с января по июнь 2016 года инфляция на лекарства в аптеках страны составила +5,5% в рублевом выражении и +8,6% в долларах США.
- Средняя стоимость упаковки лекарственного препарата в марте 2016 года выросла на 0,7% по сравнению с февралем, составив 147,3 руб.
- По данным Росстата, в среднем за январь-декабрь 2015 года медикаменты подорожали на 22,8%; к декабрю инфляция замедлилась до 19,6%.

Source: DSM,
<http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/life-sciences-health-care/russian/russian-pharmaceutical-2016.pdf>



- Объем коммерческого рынка ЛП в ценах закупки аптек (sell-out) уменьшился на 7,6% (YTD Jul 2016) и составил 44,3 млрд.руб.
- Наиболее высокий спрос зафиксирован на препараты со средней ценой упаковки 145,6 руб (YTD июль 2016)
- Лекарства ценой от 500 руб. за упаковку занимают долю 32,6% коммерческого рынка, что лишь на 0,5% меньше, чем в 2015 г.
- Рецептурные препараты занимают 51% коммерческого рынка (в упаковках), 49% представлено безрецептурными лекарствами
- Отечественные препараты составляют 57% рынка в уп. («Фарма 2020» 90%)



Promotion during crisis – Creating trustful and exclusive relationships B2B and B2C

Market trends	Business implications
Growing importance of alliances of Distributor + Retail	Focus on retail activities and trade-marketing DTC Exclusive contracts between distributors and producers
Consumers are still ready to spend money on food and medicine, but down-tier to cheap domestic brands Share of Top-advertisers tend to decrease	More room for TV and digital communication from small and local companies (and this is pre-crisis trend)
Growing efficacy of digital and direct-to-consumer communication which strengthens medical communication (from KOLs, doctors, endorsers)	Create and reinforce personal relationships with Brand (SMM, several versions of Brand i-media, i-video targeted at each segment) Big data usage, predictive marketing
Medical press, conferences, group events lower influence on doctors vs. F2F due to clutter and higher information pressure on both B2B and consumers	Anticrisis budget optimization through digital communication as alternative to expensive F2F visits Strengthen F2F communication in short-term period where required because costly Message for Doctors “crisp and clear”

Building competitive advantage through better analysis and prediction

- Разнообразные SMM стратегии (поиск по числу пользователей, скорости роста, по отношению дневной посещаемости к числу пользователей, по отношению количества лайков к количеству пользователей, по отношению числа комментариев к числу пользователей, по отношению записей в обсуждениях к числу пользователей)
- Предиктивный маркетинг (предиктивная аналитика, подразумевающая работу с выборками данных в целях определения паттернов, и инструменты, позволяющие быстро внедрять модификации, планировать и запускать кампании, основанные на полученных прогнозах).
- Instagram аналитика, фильтрация
- Парсинг целевой аудитории из соцсетей

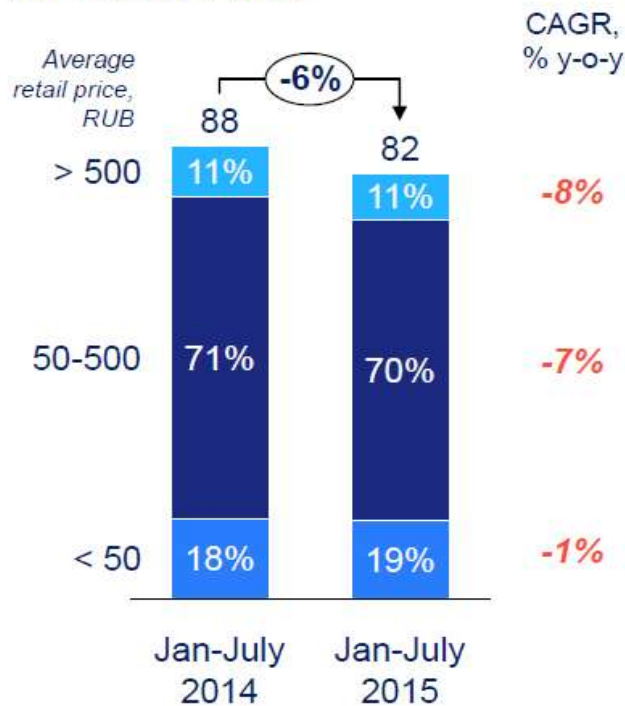


Consumers tend to switch to less expensive products creating extra pressure on margins

1

Switch to less expensive products

Market volume by price categories
Bln Standard Units



Pharmacists view



Segment of premium price pharma products (both OTC and Rx) dropped down by 8% TU*, while OTC has lost 15% in TU

Content creators are taking consumer relationship with the brand to the next level



70%

подписчиков-подростков признаются, что **авторы видео YouTube** более интересны им, чем "обычные" знаменитости¹

1 Ipsos Connect по заказу Google, The YouTube Generation Study ("Исследование поколения YouTube"), США, ноябрь 2015 г. (подростки-подписчики YouTube, считающие, что "авторы видеоконтента больше похожи на обычных людей", n=433).

2 Ipsos Connect по заказу Google, The YouTube Generation Study ("Исследование поколения YouTube"), США, ноябрь 2015 г. (подписчики авторских каналов YouTube в возрасте 18–34 лет, n=268).



4 из 10

подписчиков-миллениалов утверждают, что **создатели их любимых видеороликов** понимают их лучше, чем друзья²