



# BREFFFI

bright effective findings

---

Helping Pharma Win the Digital Revolution

Спикер: Евгений Гордеев, CEO Brefffi

# Трансформация маркетинга и фармацевтических брендов

21 ноября 2018 года

# Евгений Гордеев

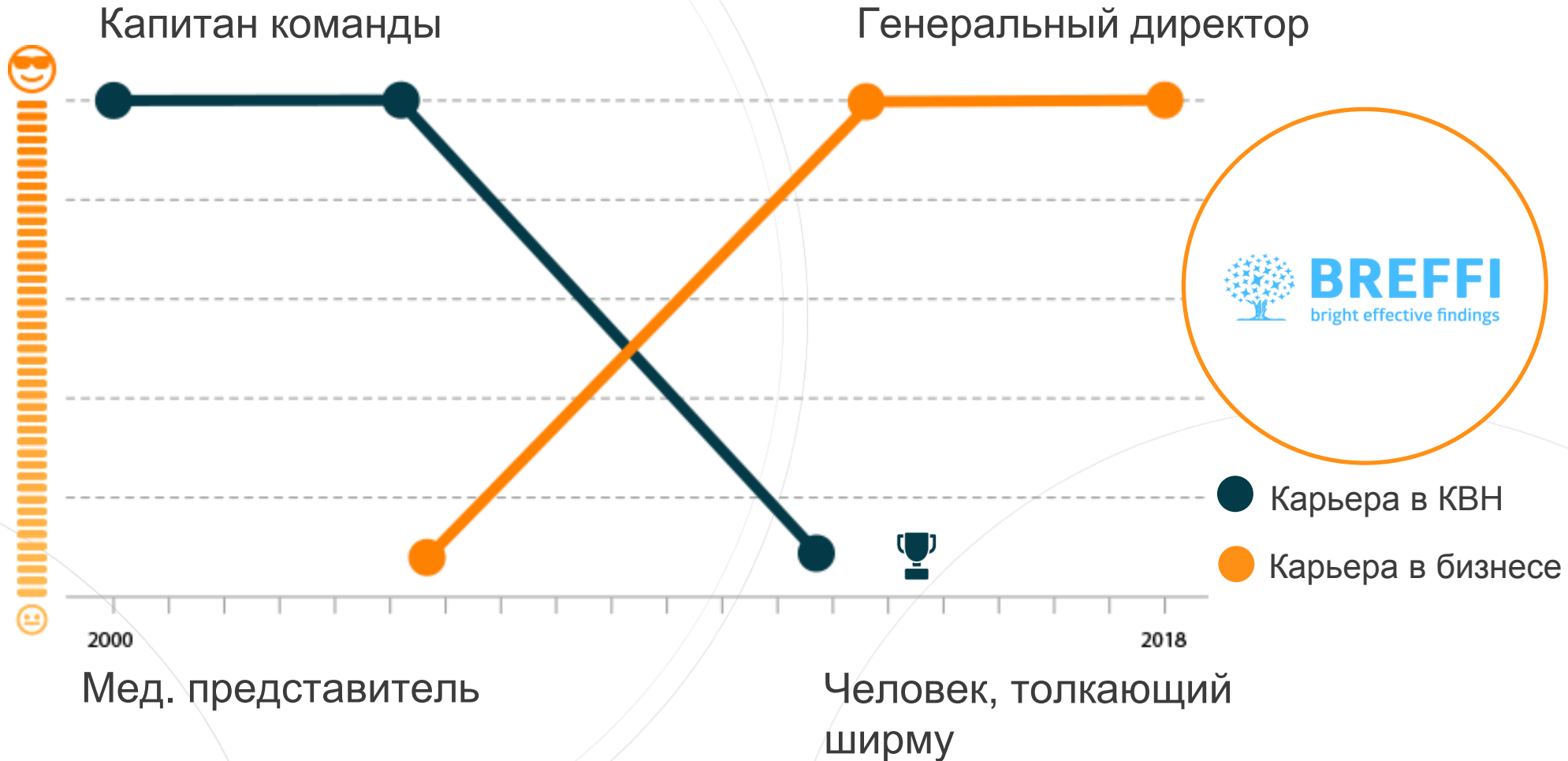
Бизнес резко изменил направление моей карьеры в КВН



Сборная  
Пятигорска



субъективная шкала оценки понтов



# Группа компаний Breffi

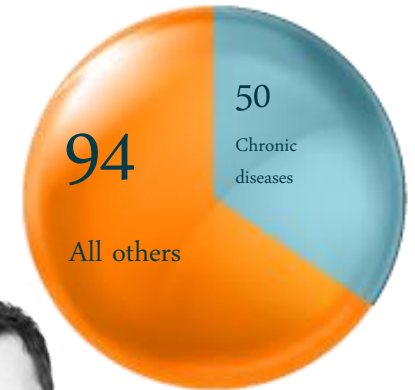
Оmnikanальное продвижение брендов



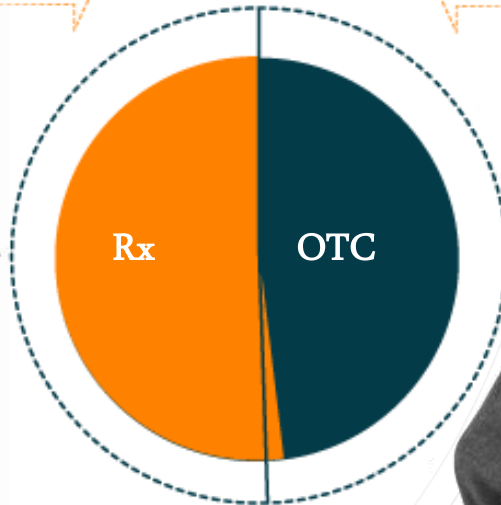
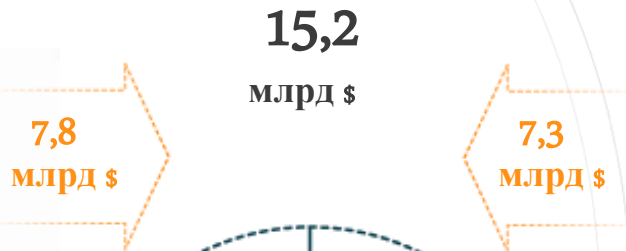
# Фармацевтический рынок – два сегмента OTC и Rx



нСр, тыс.



Пользователи, млн.



# Медицинские представители и медиа продвижение — два основных канала продвижения

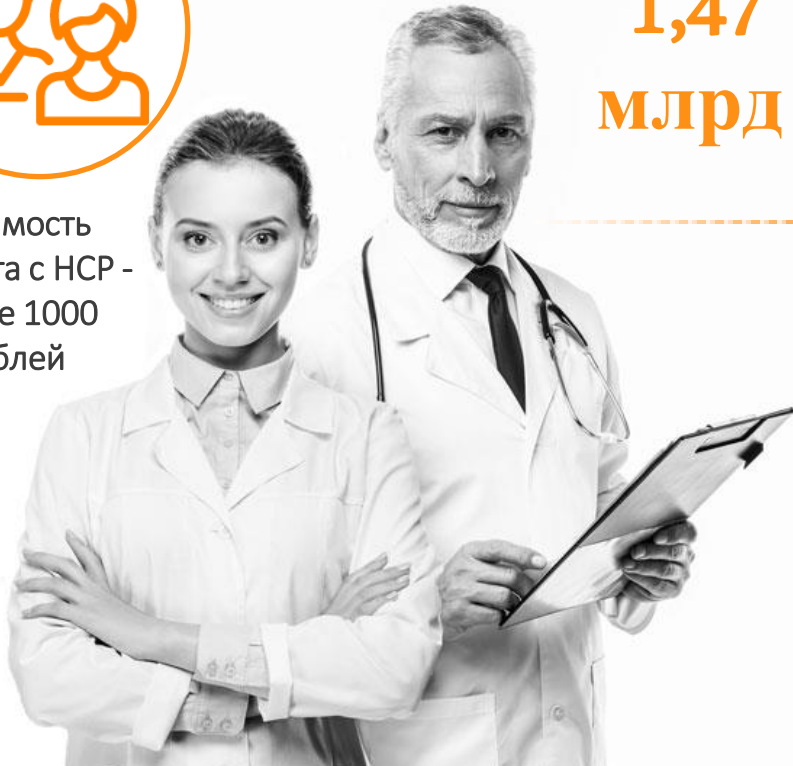
Контакт - не оцифрован!

1,47  
млрд \$

15,2  
млрд \$

0,83  
млрд \$

Стоимость  
контакта с НСР -  
более 1000  
рублей



# Наверное нужно немного подождать?

*Ожидание*

*Реальность*

**Омни канальность**

**Artificial  
Intelligence**

**Big Data**

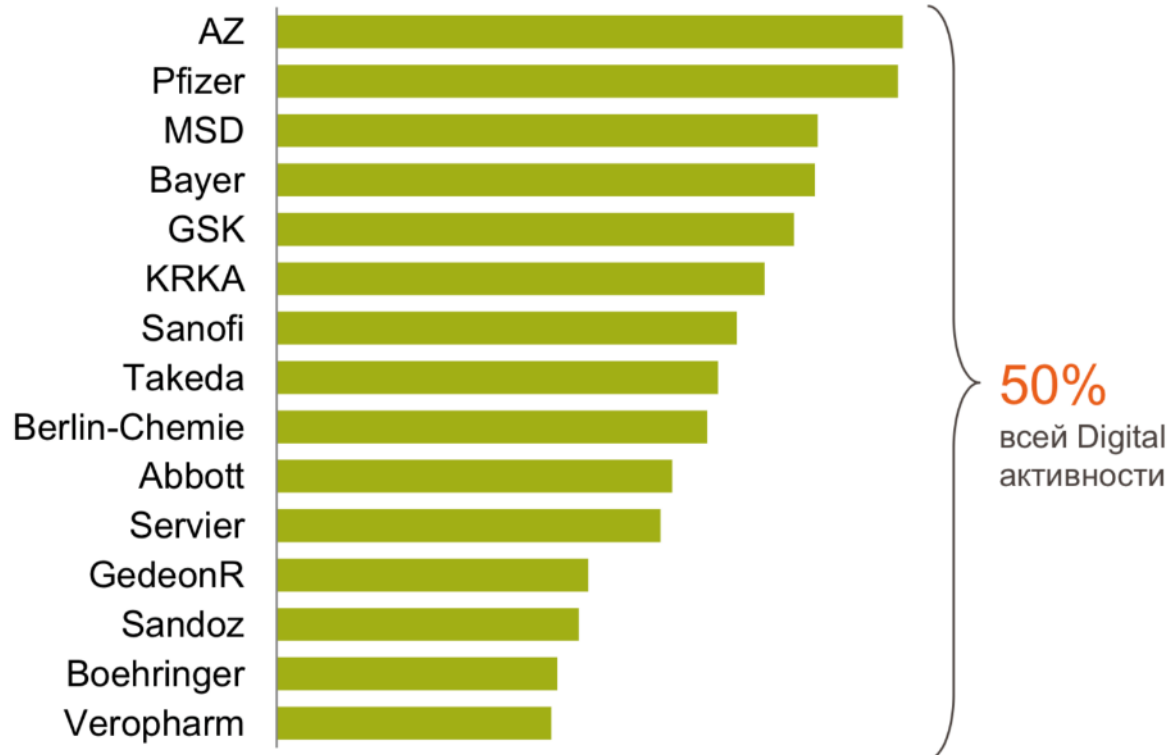
Контакт - не оцифрован!  
Контакт - дорогой!

Наш препарат на 34% сильнее снижает ЛПНП, вам собрать подборочку статей?



# Digital продвижение на постоянной основе используют около 15% компаний

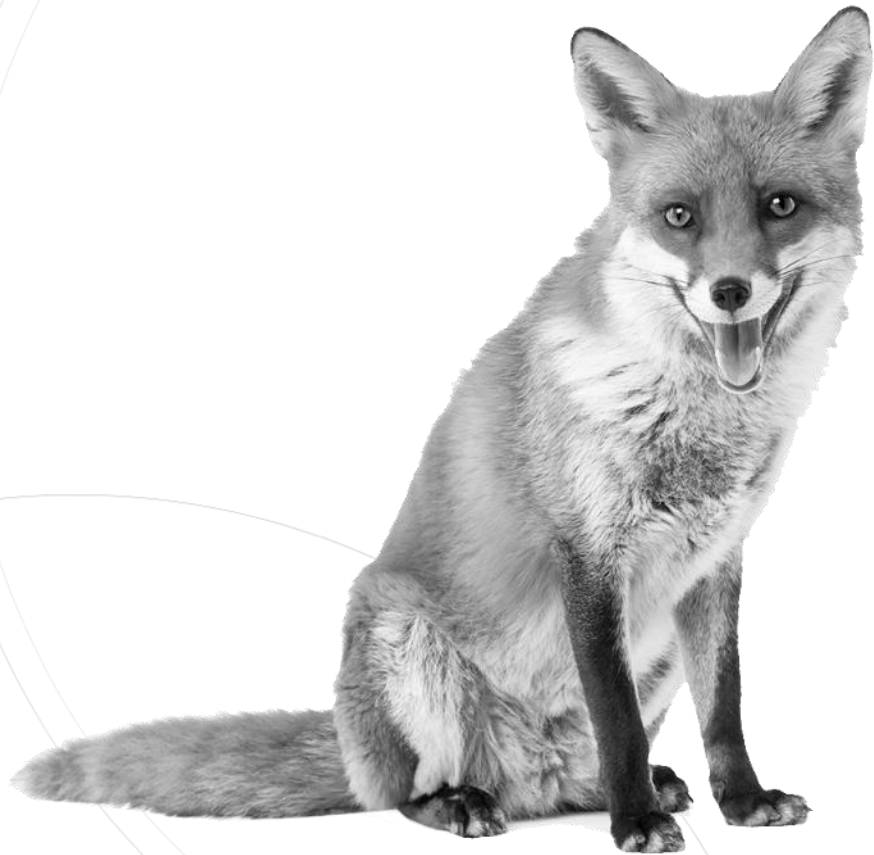
КОЛИЧЕСТВО КОНТАКТОВ ВРАЧЕЙ С DIGITAL\* АКТИВНОСТЯМИ КОМПАНИЙ 2017, АБС



50%

всей Digital  
активности

**Еж тоже не идет в Digital, не учит приемы карате и гипноза. Его стратегия до сих пор успешно работает**



**&**





# Что мы понимаем под цифровой революцией в Rx сегменте?

Оmnиканальное продвижение брендов



Удобные каналы и интересный контент для ЦА

Постоянный мониторинг ROI

Постоянный поиск оптимального микса

Автоматизация через триггеры

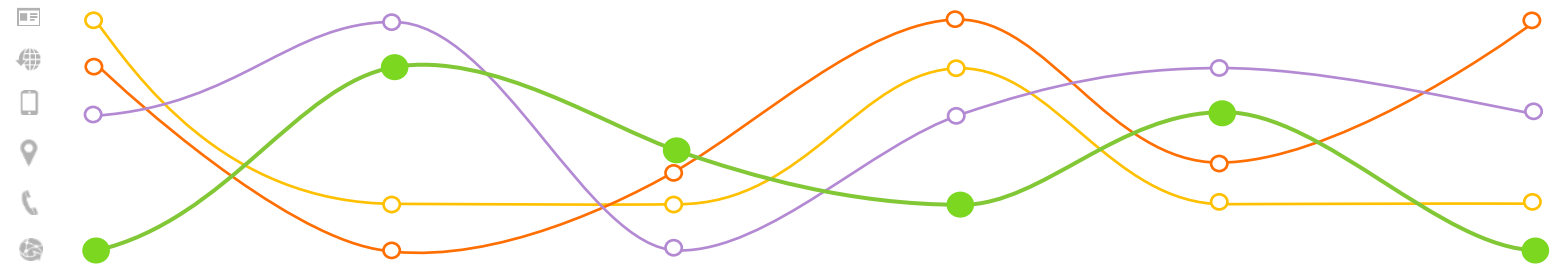
**Контакт оцифрован количественно и качественно**

# Система омниканального маркетинга —

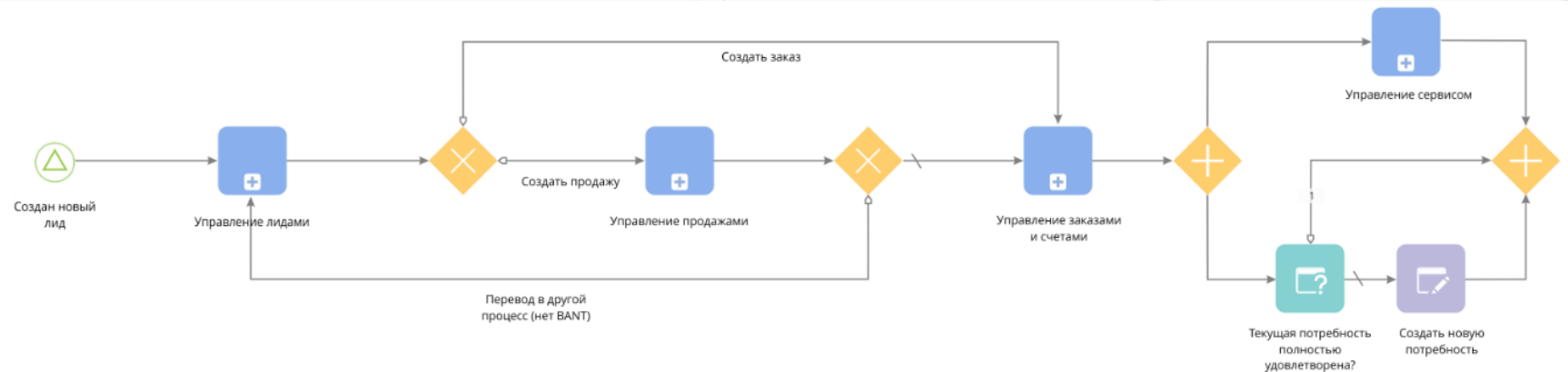
комфортное движение врача через точки  
контакта к целевому действию

Meet -----> Learn -----> Compare ---> Decide -----> Buy idea -----> Service

Как видит путь врач



Как видит путь  
КОМПАНИЯ



# Основные барьеры на пути цифровой революции



**«Капитан  
Неочевидность»**

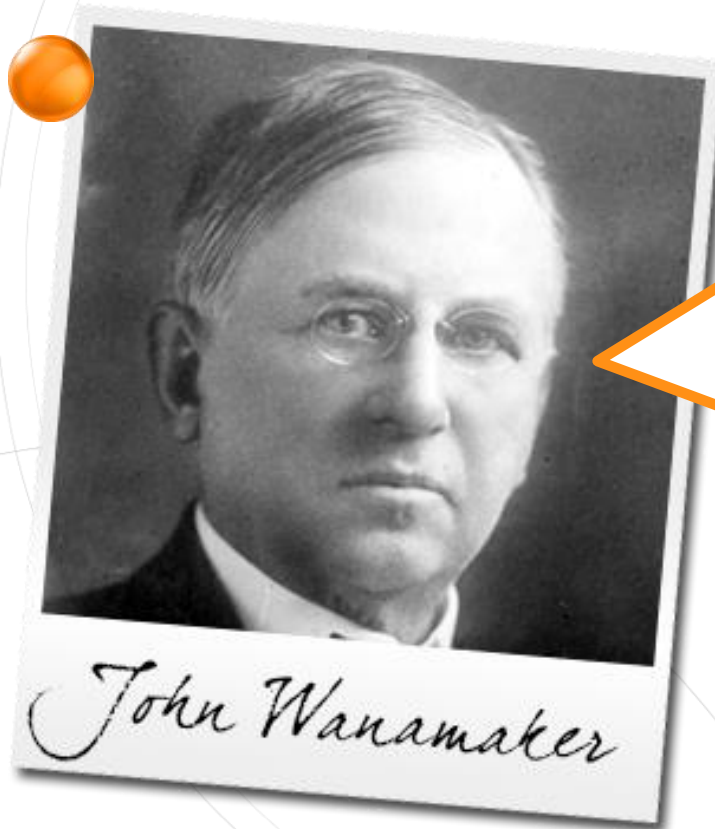


**«Беспризорные  
данные»**



**«Ждун»**

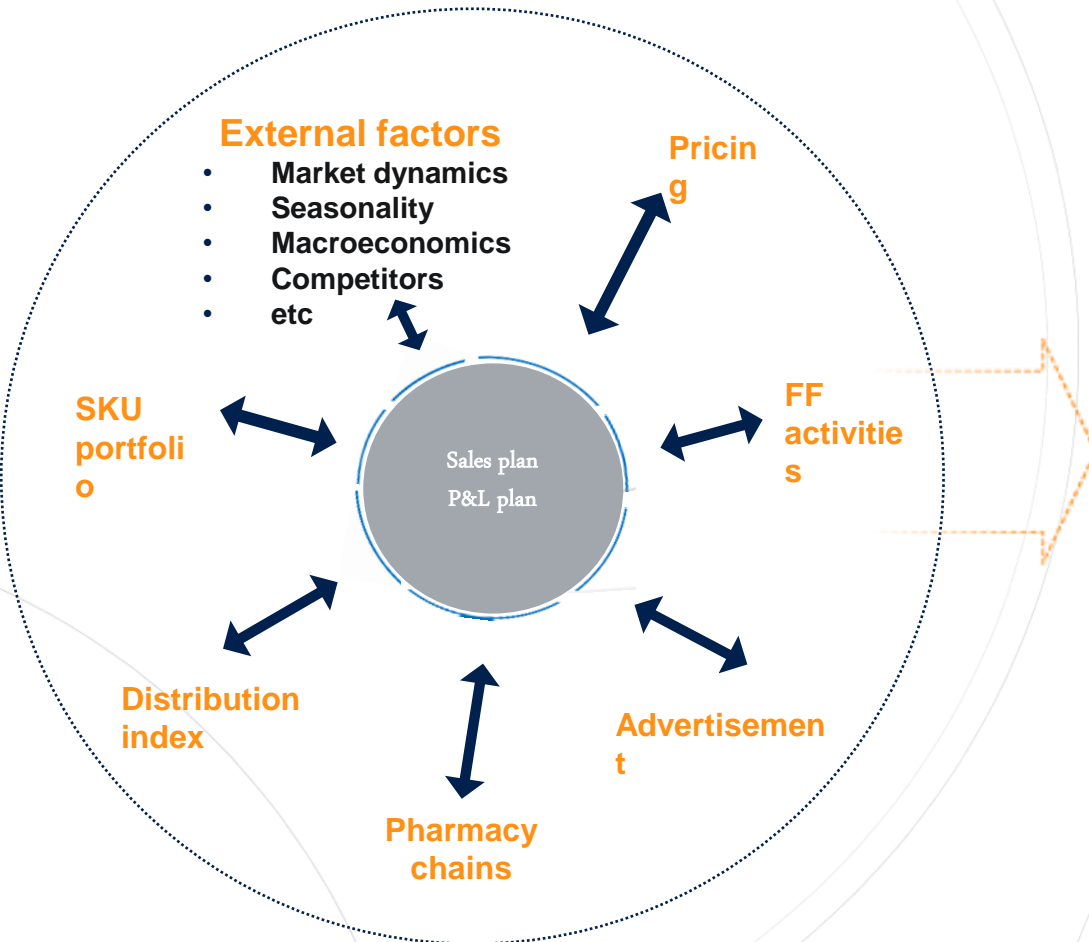
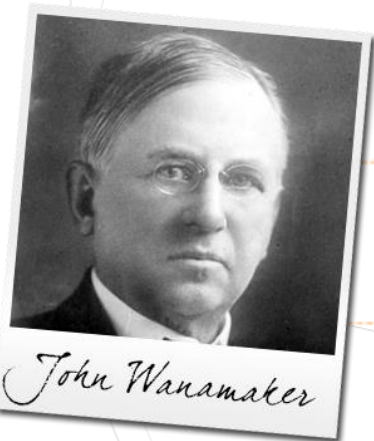
# Согласны ли Вы с John Wanamaker, что нельзя точно оценить возврат инвестиций по компонентам маркетинг микса?



*Half the money  
I spend on  
advertising  
is wasted; the  
trouble is I don't  
know which half*

1. Согласен или скорее согласен
2. Не согласен
3. Единая Россия

# Эконометрика позволяет с высокой точностью (более 90%) определить ту самую половину, которая дает результат



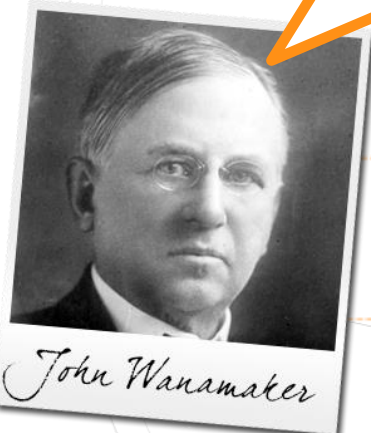
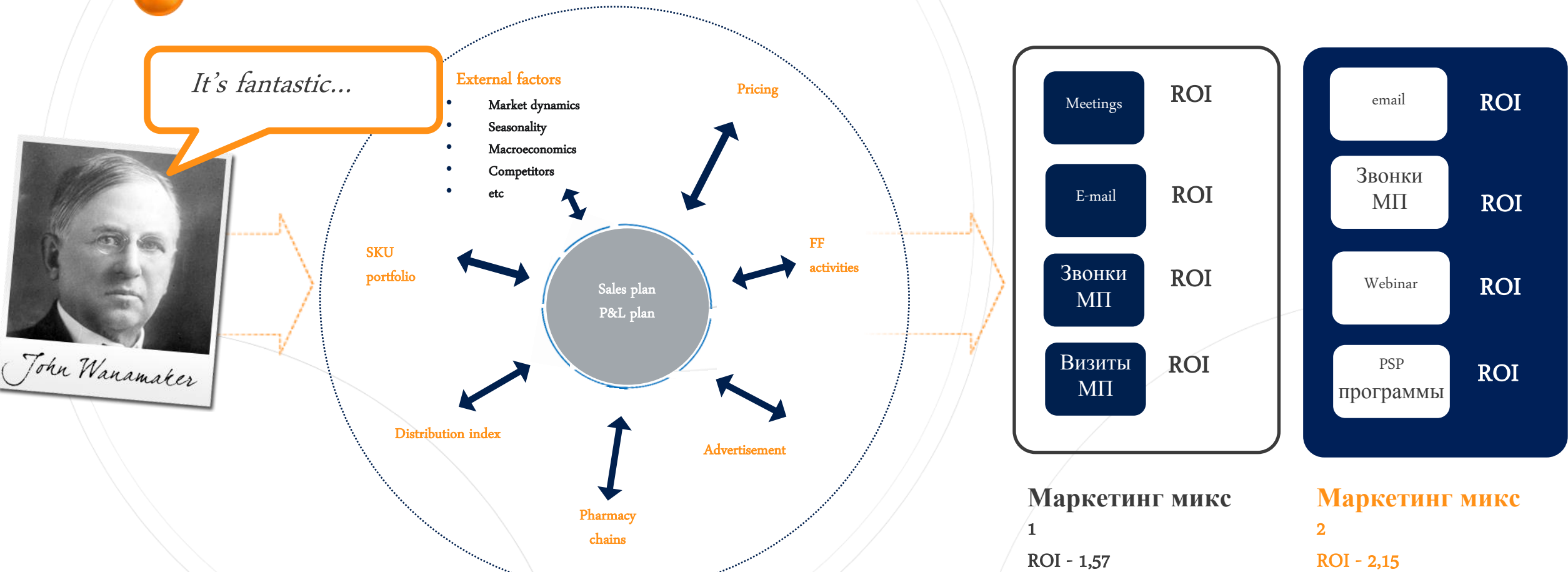
Meetings	ROI
E-mail	ROI
Звонки МП	ROI
Визиты МП	ROI

**Маркетинг микс 1**  
ROI - 1,57

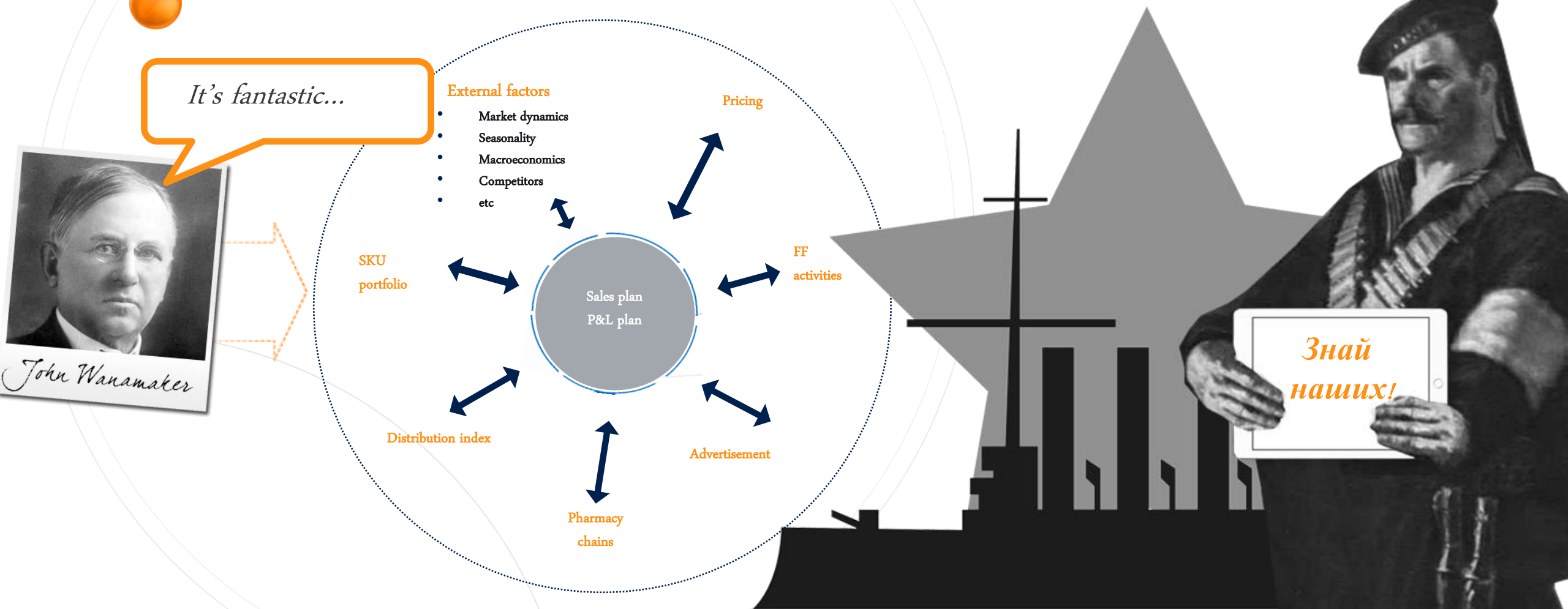
email	ROI
Звонки МП	ROI
Webinar	ROI
PSP программы	ROI

**Маркетинг микс 2**  
ROI - 2,15

# Эконометрика позволяет с высокой точностью (более 90%) определить ту самую половину, которая дает результат



# Эконометрика позволяет с высокой точностью (более 90%) определить ту самую половину, которая дает результат



# Основные барьеры на пути цифровой революции



**«Капитан  
Неочевидность»**



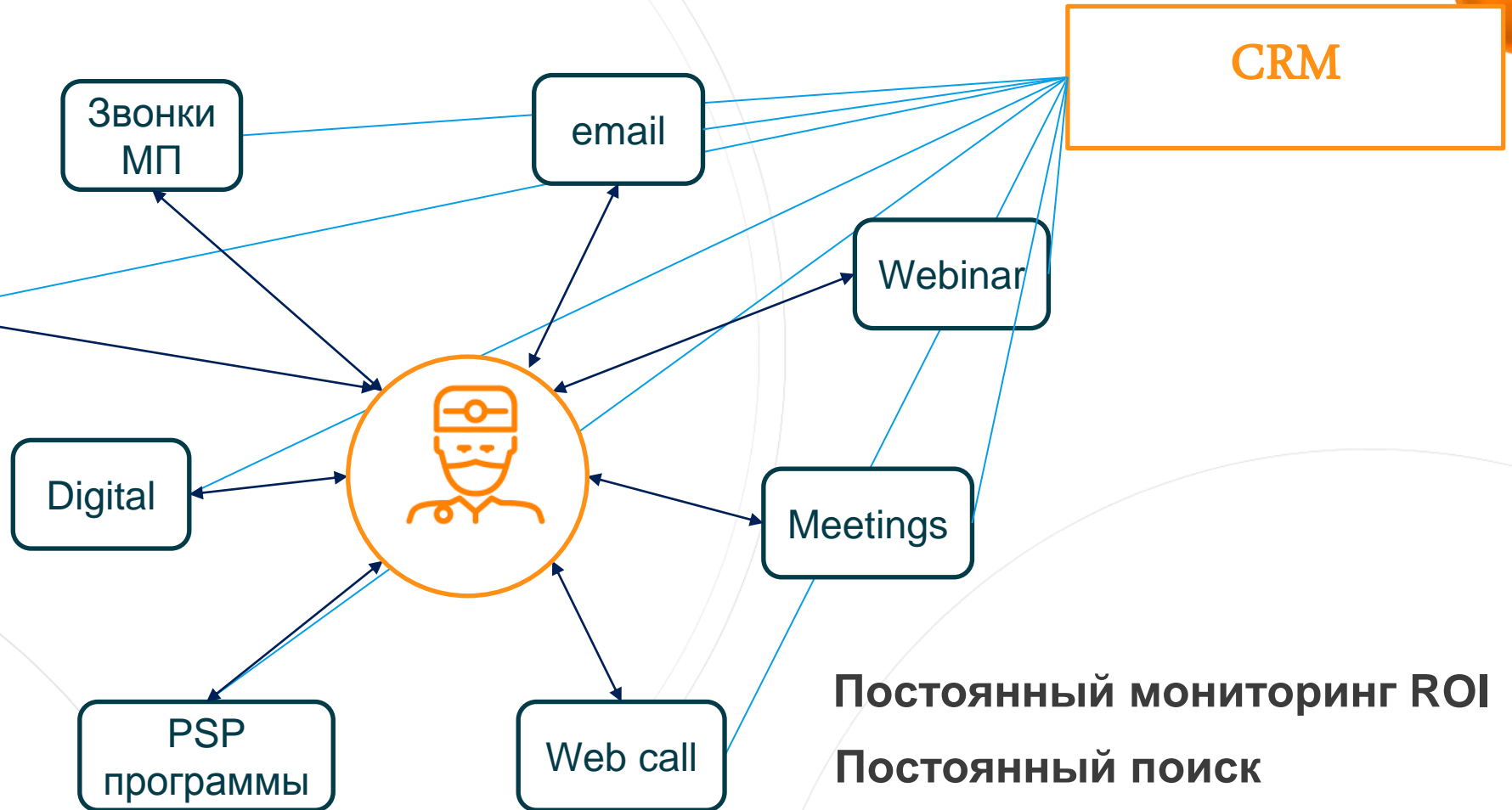
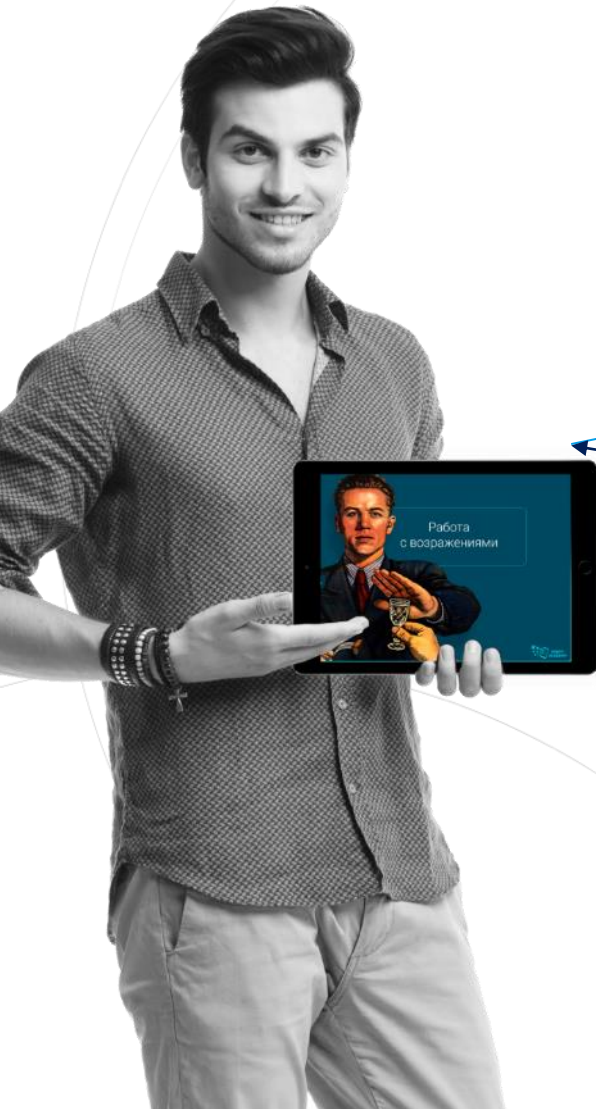
**«Беспризорные  
данные»**



**«Ждун»**



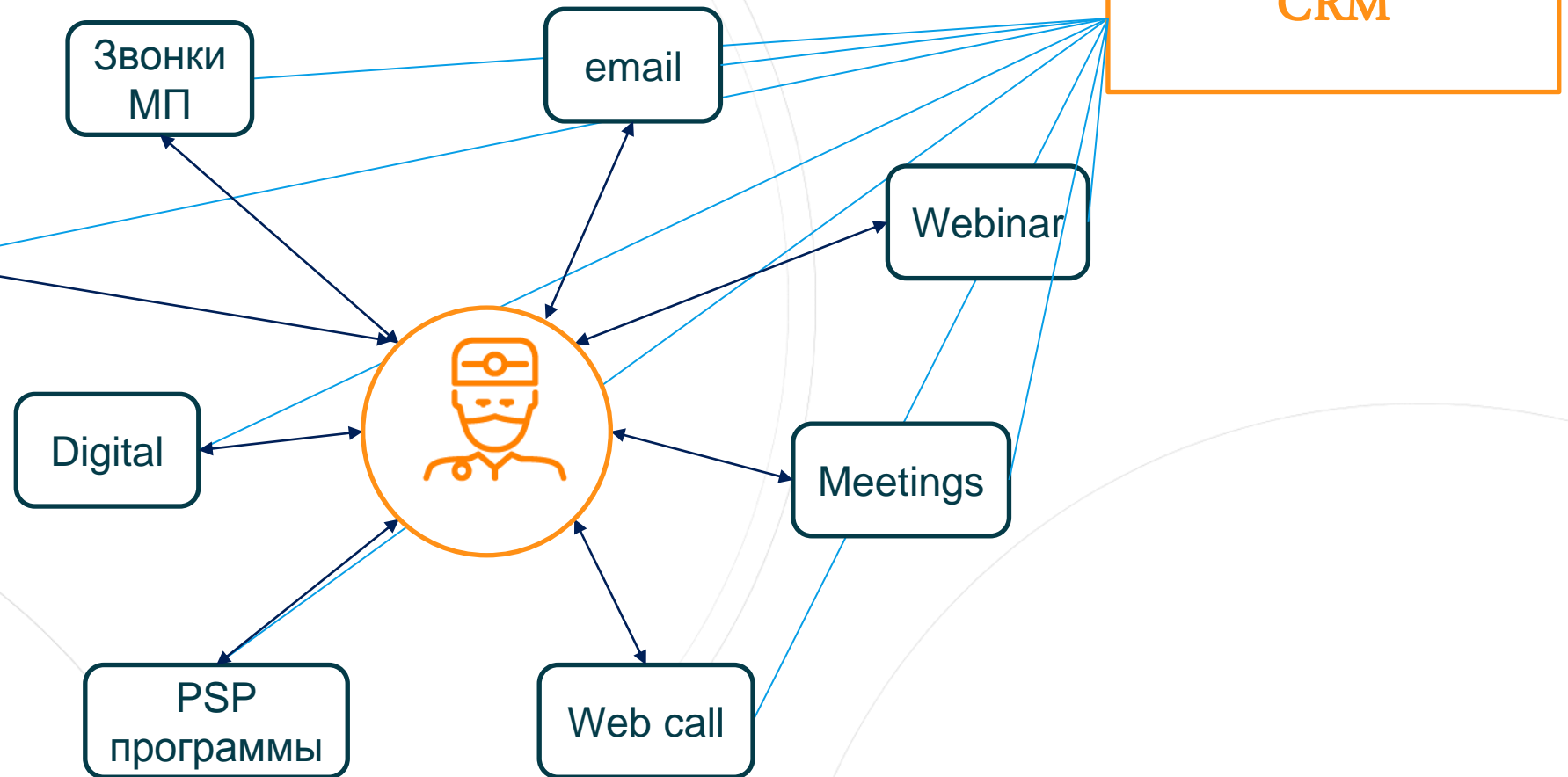
# Как офлайн активность МП сделать эффективным элементом маркетинг микса?



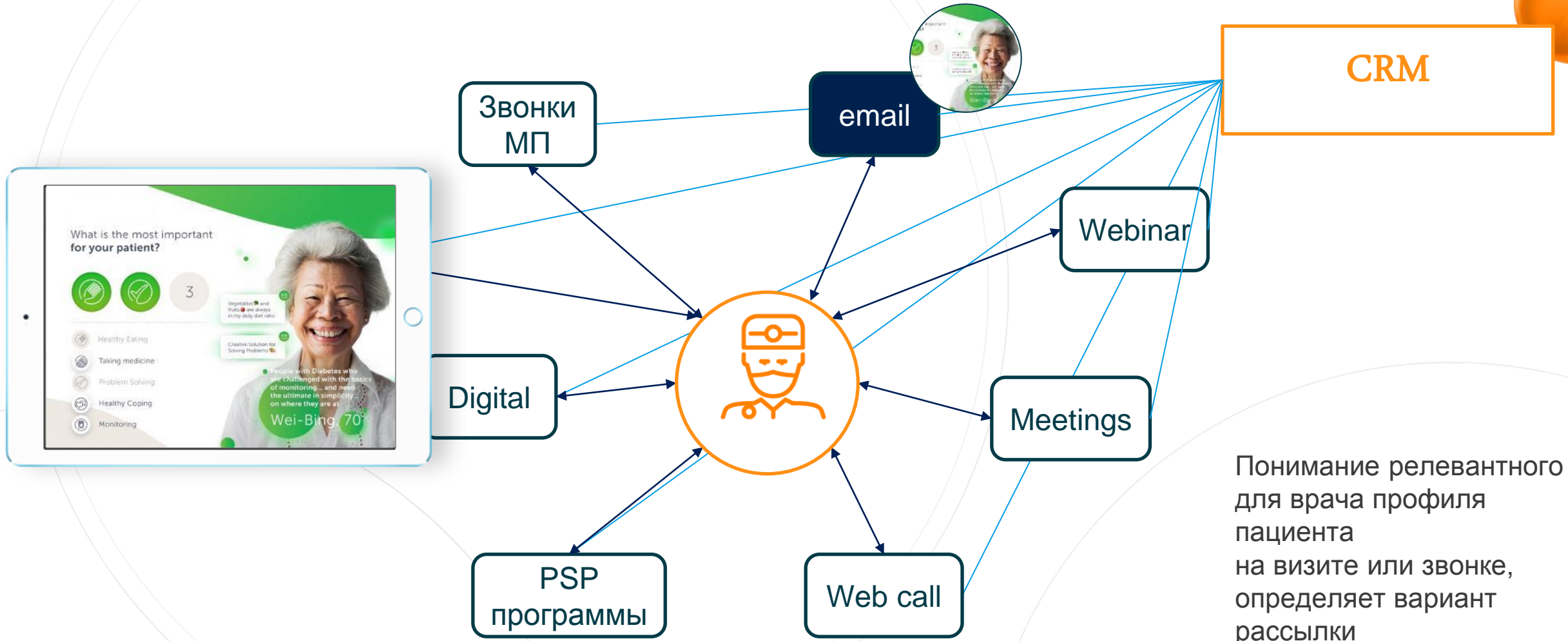
**Постоянный мониторинг ROI**  
**Постоянный поиск оптимального микса**



# Количество качественных контактов и мониторинг изменения восприятия врача — альтернатива «плану продаж»

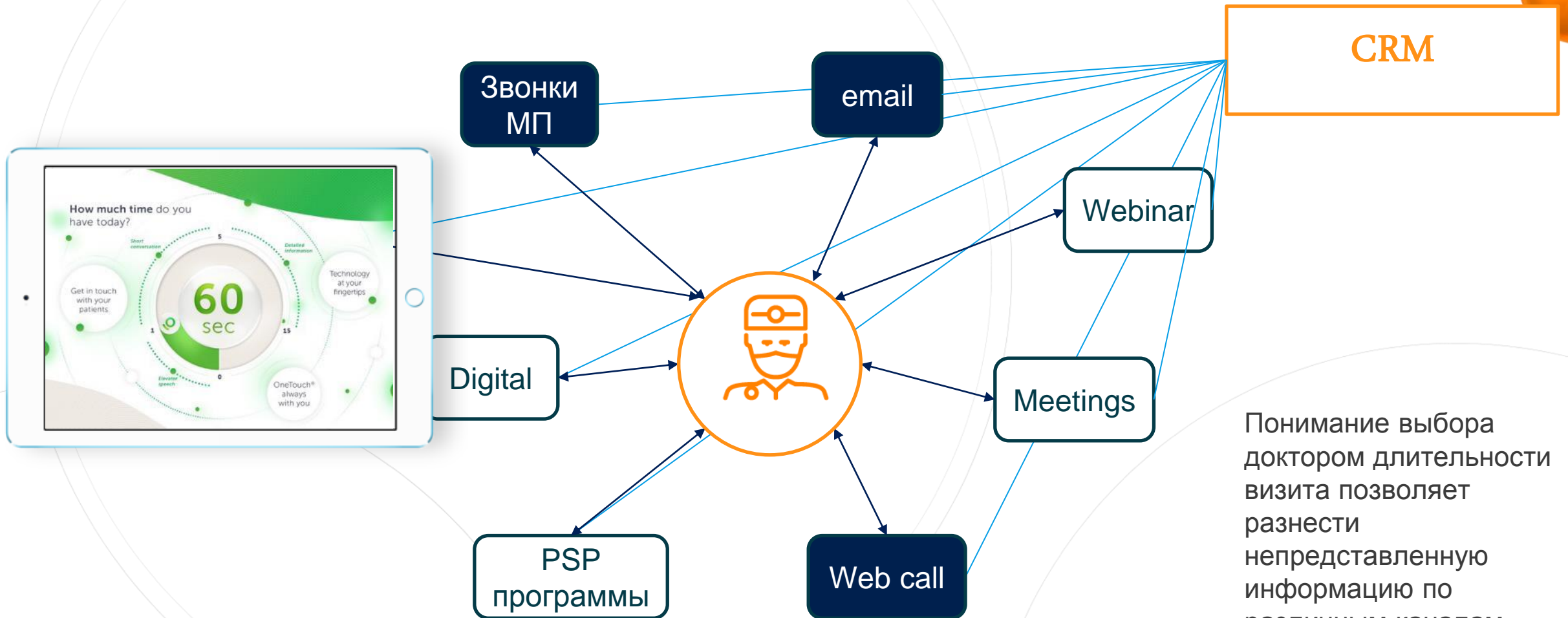


# Данные полученные из одного канала кастомизируют контент в соседних каналах



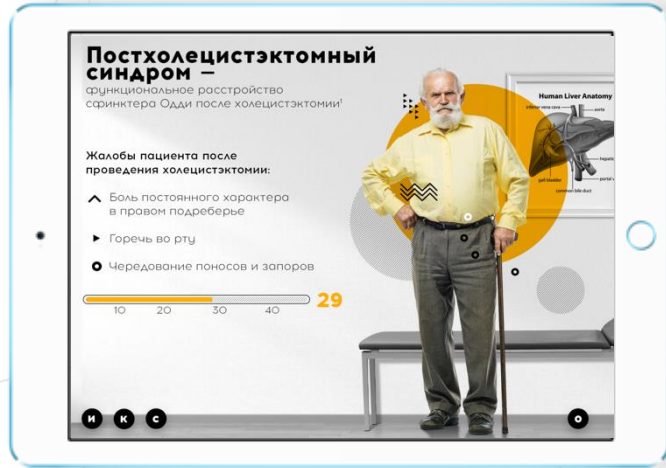
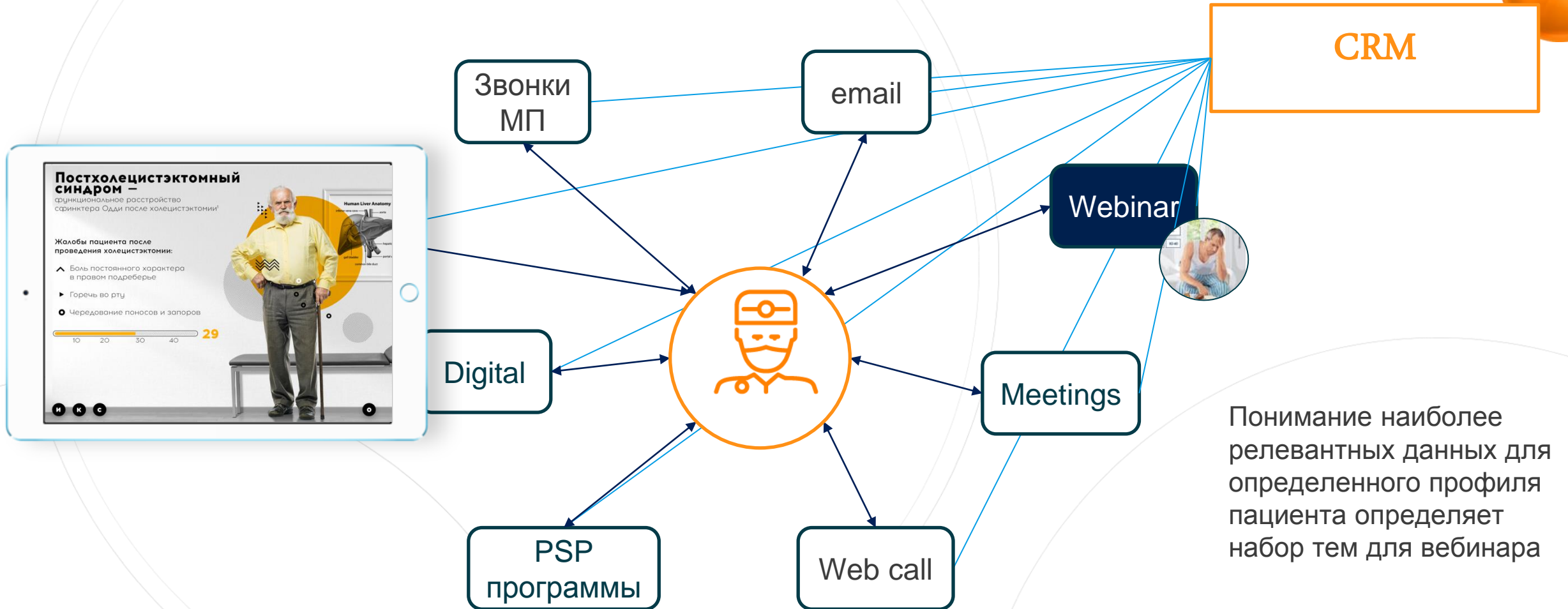
Понимание релевантного для врача профиля пациента на визите или звонке, определяет вариант рассылки

# Данные полученные из одного канала кастомизируют контент в соседних каналах

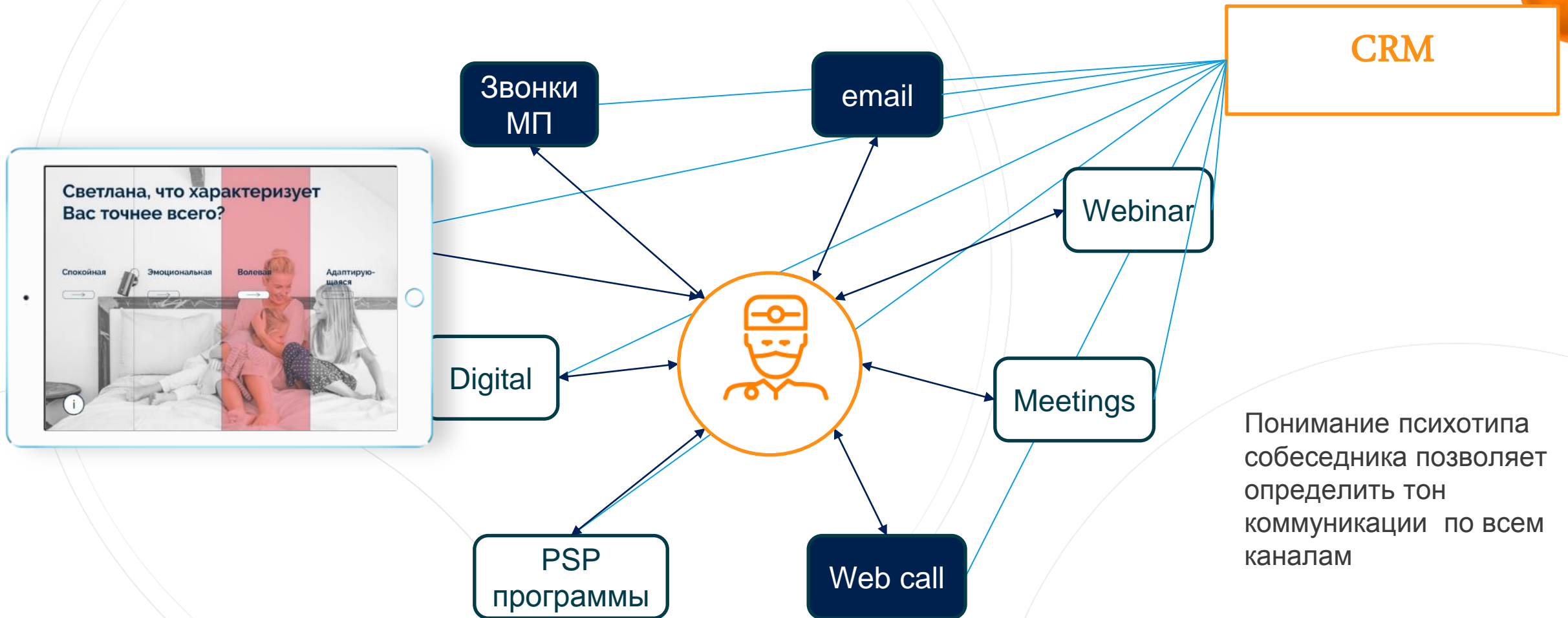


Понимание выбора доктором длительности визита позволяет разнести непредставленную информацию по различным каналам

# Данные полученные из одного канала кастомизируют контент в соседних каналах



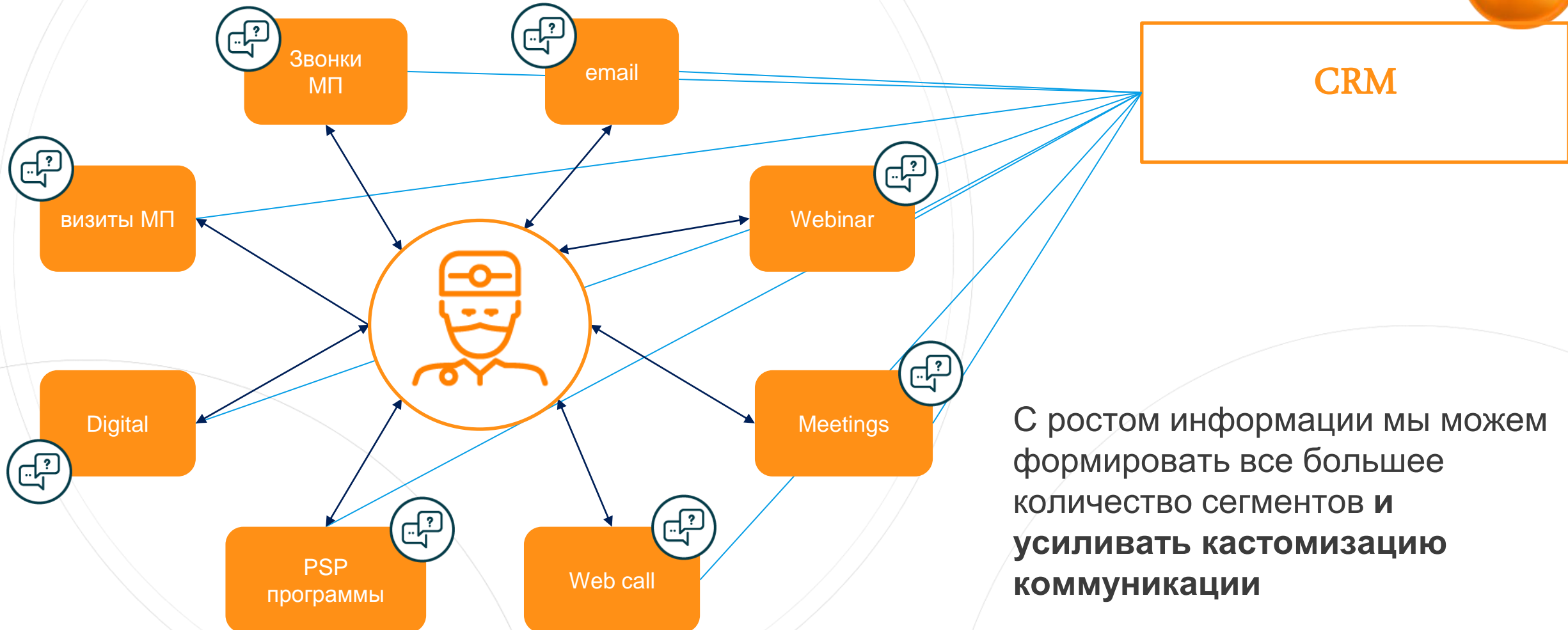
# Данные полученные из одного канала кастомизируют контент в соседних каналах



Понимание психотипа собеседника позволяет определить тон коммуникации по всем каналам

# Каждый день

мы получаем от врачей обратную связь, которая помогает нам улучшать контент, определять оптимальное время коммуникации, приглашать релевантного лидера мнения и т.д.



С ростом информации мы можем формировать все большее количество сегментов и **усиливать кастомизацию коммуникации**





## Было:

Визиты - **основной** канал коммуникации для Rx бренда

Данные на визите или не собираются, или **не используются**

Стоимость контакта ~ **1500** тыс. руб

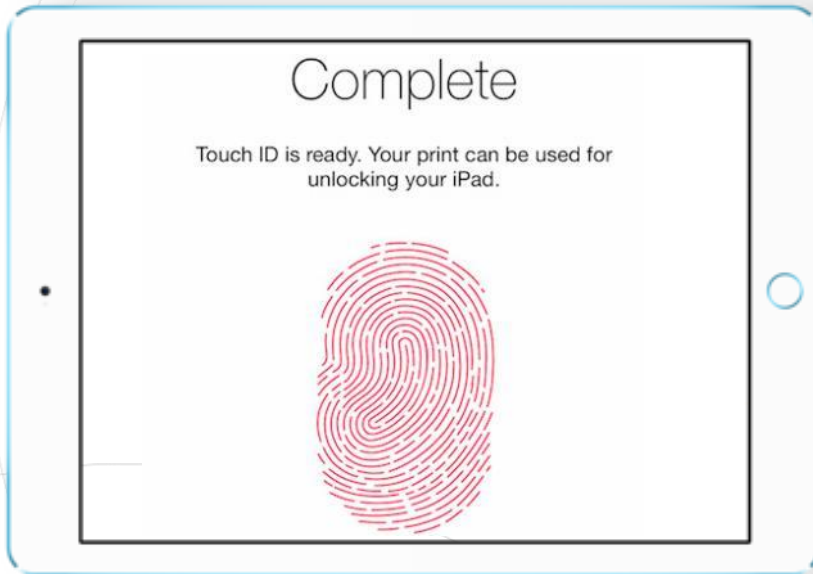
## Стало:

Визиты - **один из каналов** коммуникации для Rx бренда

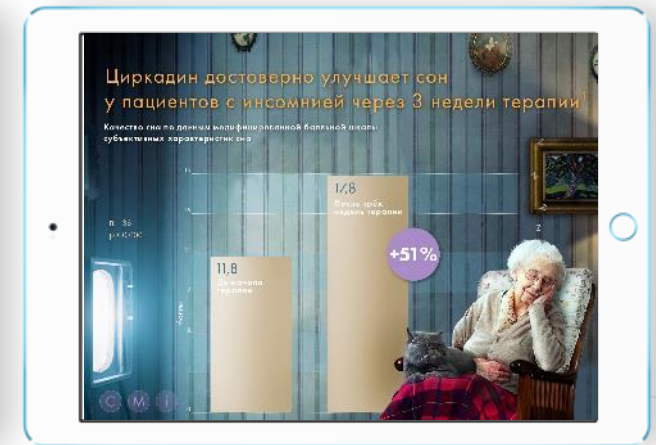
Данные **определяют содержание** дальнейшей коммуникации и выбор канала коммуникации

Стоимость эквивалента контакта ~ **750** руб

# Каждый визит представителя уникален как отпечаток пальца

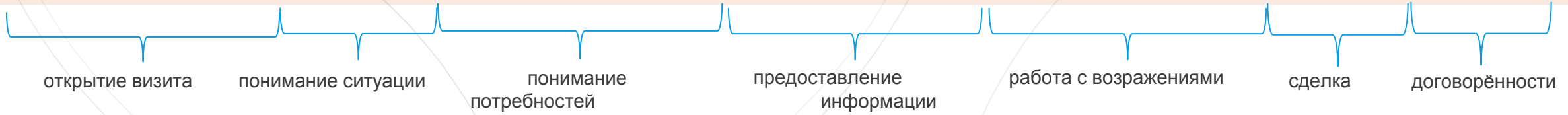
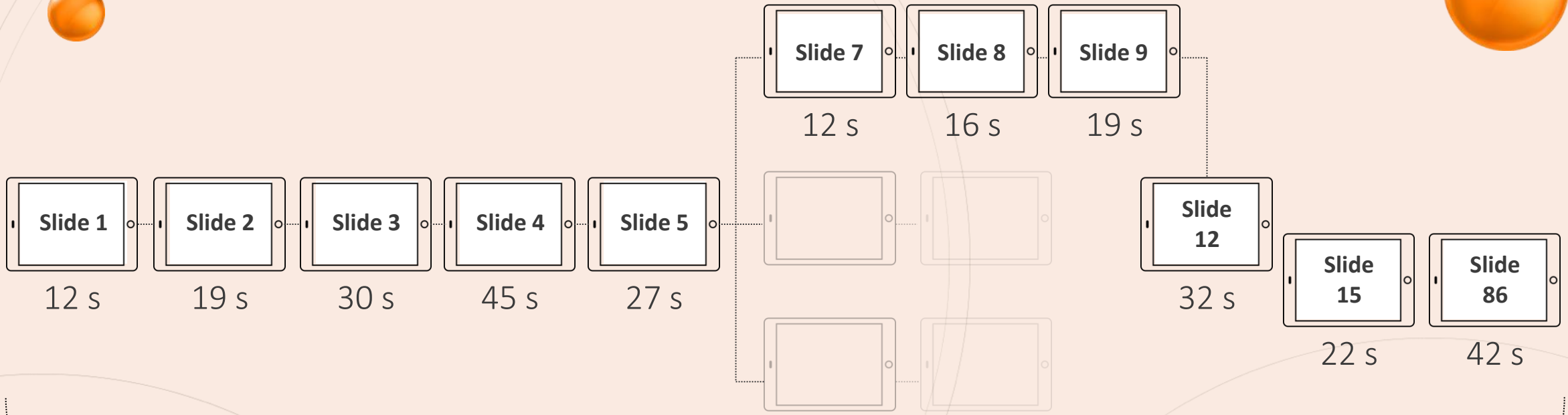


Средняя  
длительность  
показа — 10 сек



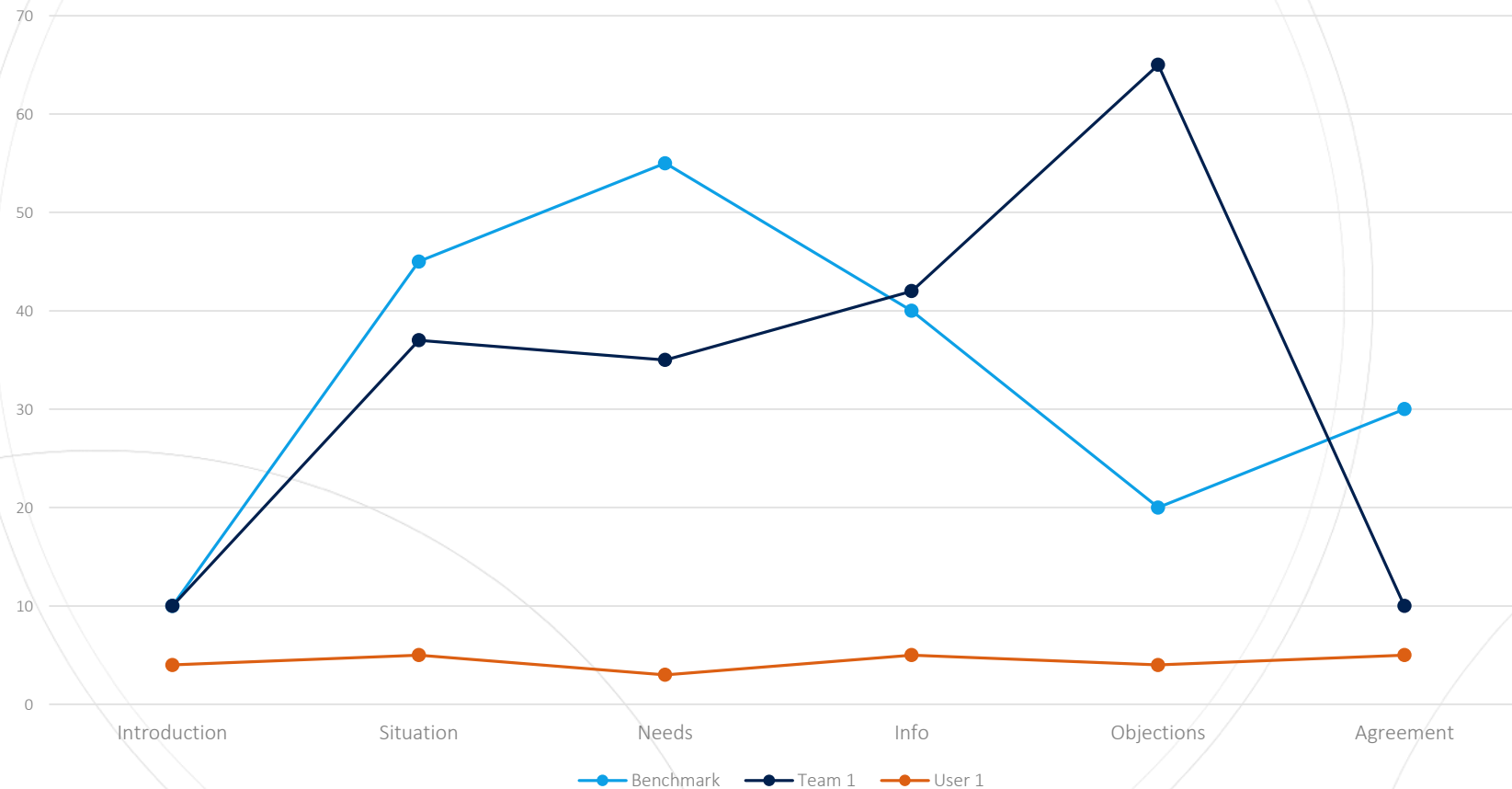
Средняя  
длительность  
показа — 20 сек

# Каждый визит это последовательность слайдов, которые могут быть отнесены к этапам модели продаж



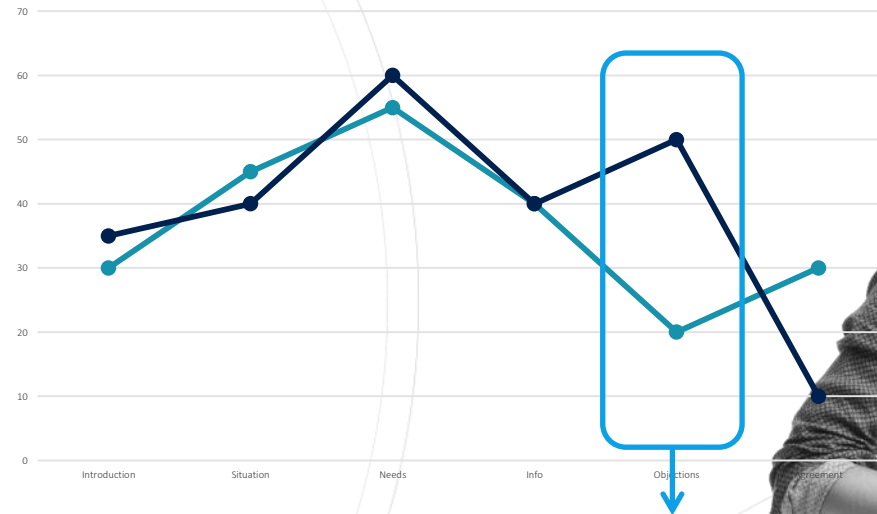
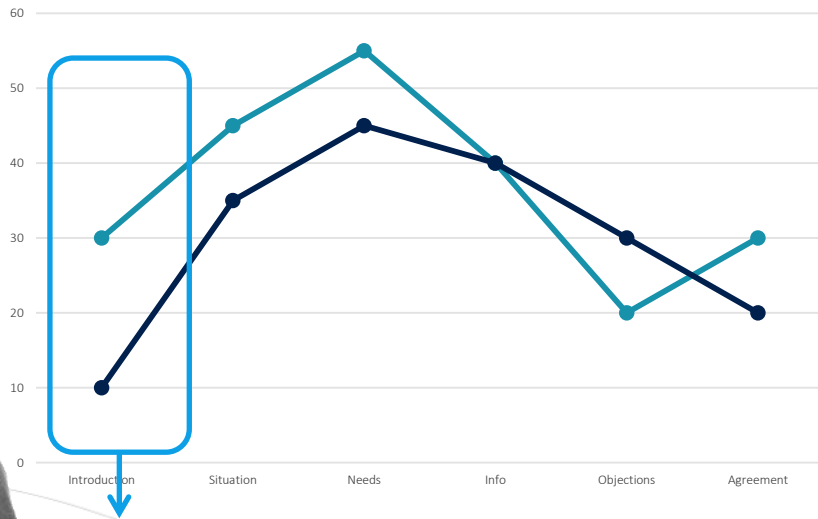
# Использование данных о спектре визитов решает несколько бизнес задач

Спектр визита

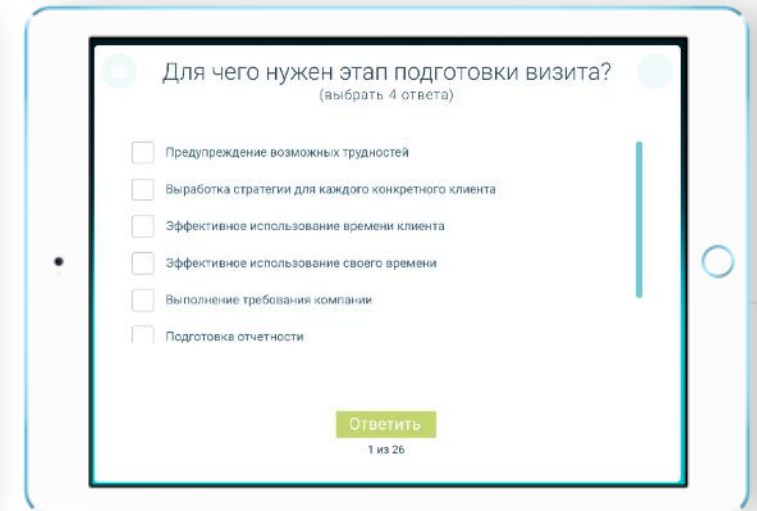
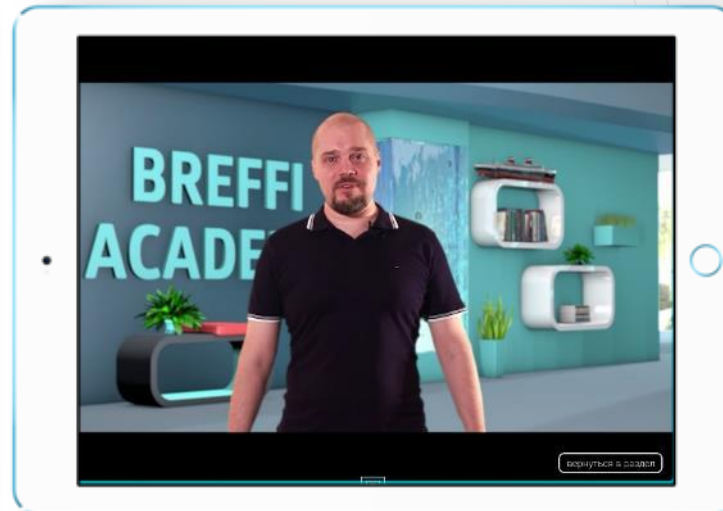
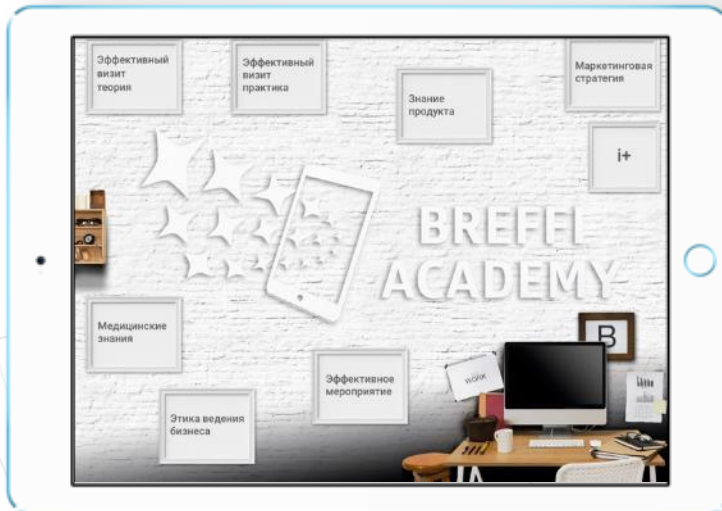


Понимание фокуса обучения команды продавцов  
 Понимание фокуса обучения каждого представителя  
 Контроль качества использования CLM презентации

# Данные о спектре визита позволяют построить систему персонального, автоматического обучения медицинских представителей



# Каждый представитель получит персональную программу обучения: информационный блок, блок практики, тестирование



# Основные барьеры на пути цифровой революции



**«Капитан  
Неочевидность»**



**«Беспризорные  
данные»**



**«Ждун»**

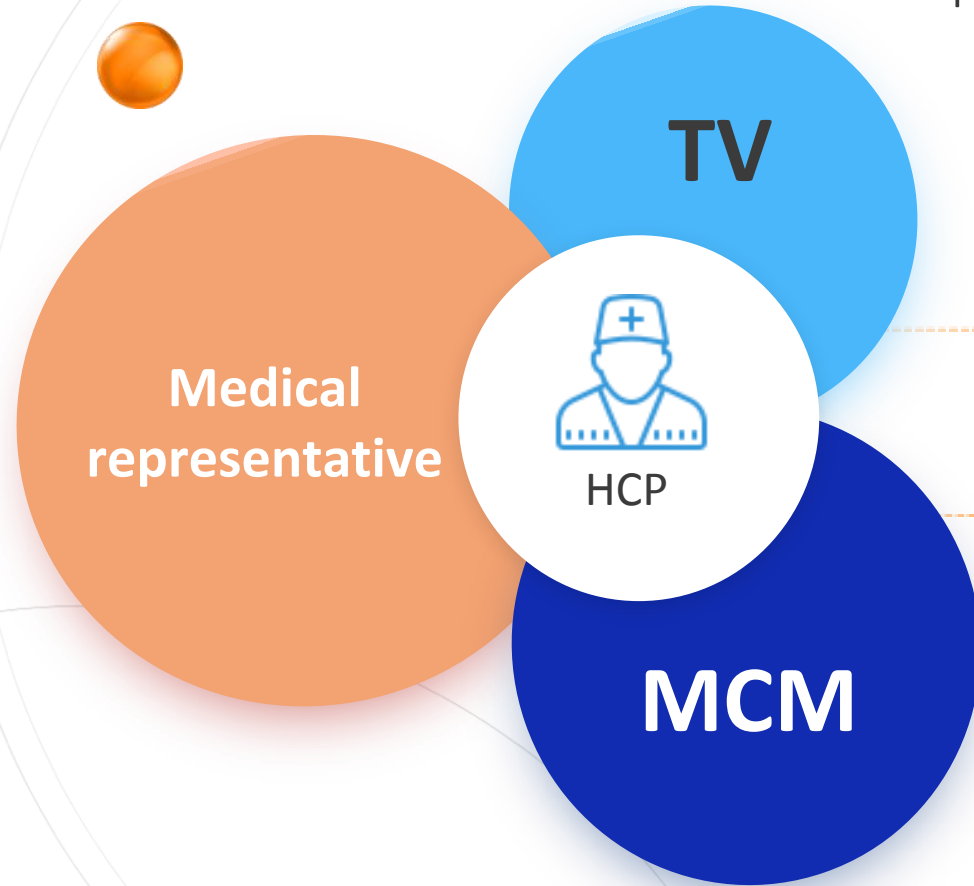


Гарик Тадевосян как -то написал в FB:  
**«Диджитал продвижение в фармацевтическом бизнесе напоминает разговоры подростков о сексе. Разговоров много, примеров мало».**



# Это уже не разговоры! Проект «МСМ Зиртек».

Бренд впервые вошел в ТОП 20 самых назначаемых препаратов педиатрами России



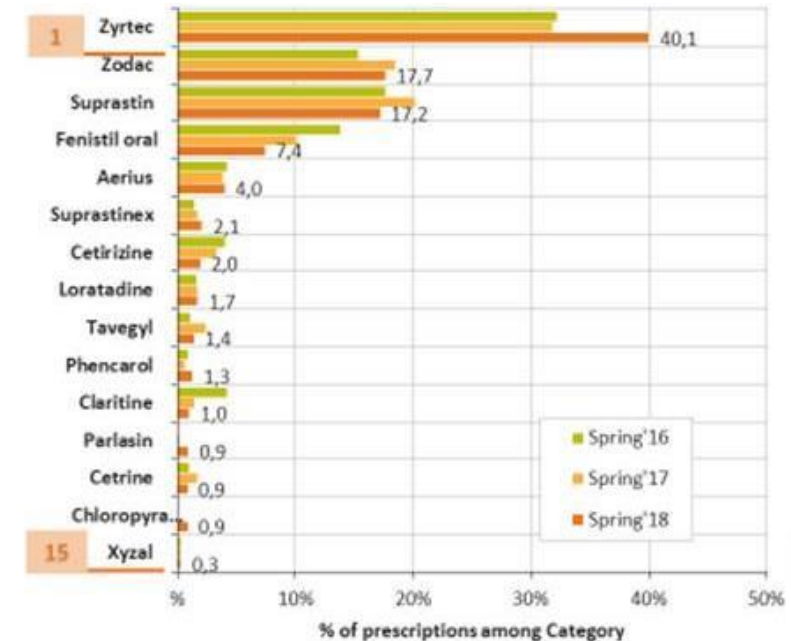
**5000**  
педиатров

1 в месяц

1 в месяц

1 в 2 месяца

2 в месяц







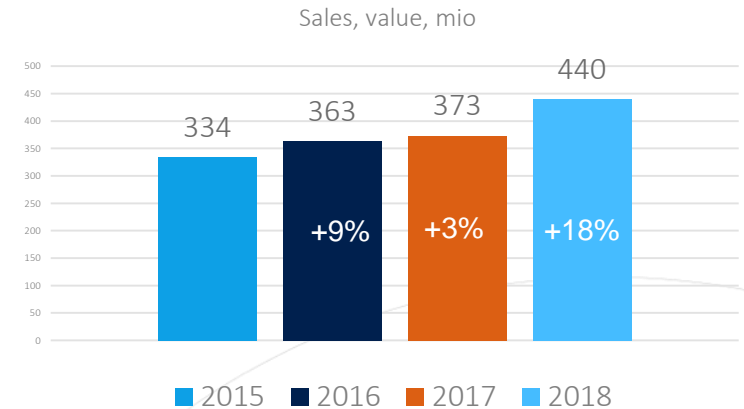
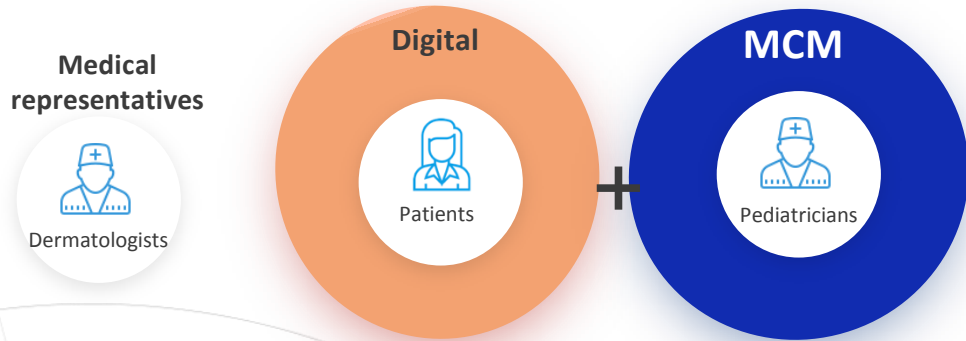
Апрель 2017 – Апрель 2019

# Это уже не разговоры! Проект «ОСМ ЛЕО».

## Оmnиканальное продвижение - доказанная эффективность.

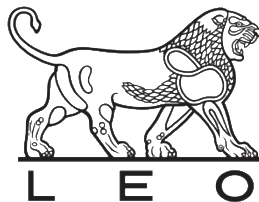
3000  
педиатров

-  1 в месяц
-  1 в месяц
-  1 в месяц
-  1 в месяц



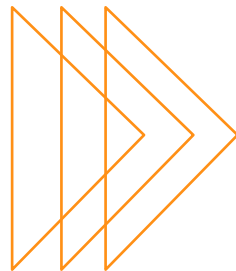
IMS, data

Март 2018 – Март 2019





**«Капитан  
Неочевидность»**



Работа с анализом данных  
становится **гигиеническим**  
фактором (как наличие сайта),  
без которого  
в ближайшие

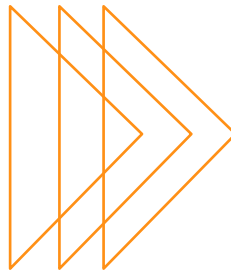
**2-3 года**

не сможет обходиться ни один  
фарм-бренд



**«Беспризорные  
данные»**

Сбор и работа с данными о восприятии ЦА (мониторинг обратной связи **по всем каналам коммуникации**) позволяет **получить новый результат**

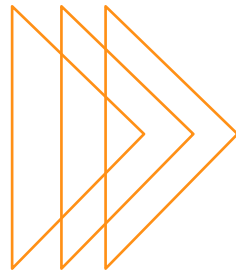


через оптимизацию контента и усиление % вовлеченности целевой аудитории

через оптимизацию процесса обучения представителей



**«Ждун»**



Современные технологии (CLM, OSM) уже могут обеспечить новую модель продвижения, к ней пока не готовы люди.

*Сейчас новаторы снимают сливки...*

**Революция  
неизбежна!**

**70 ЛЕТ ПОНАДОБИЛОСЬ, ЧТОБЫ ПОНЯТЬ,  
ЧТО ТРУСЫ НУЖНО НАДЕВАТЬ ПОД  
ОДЕЖДУ**

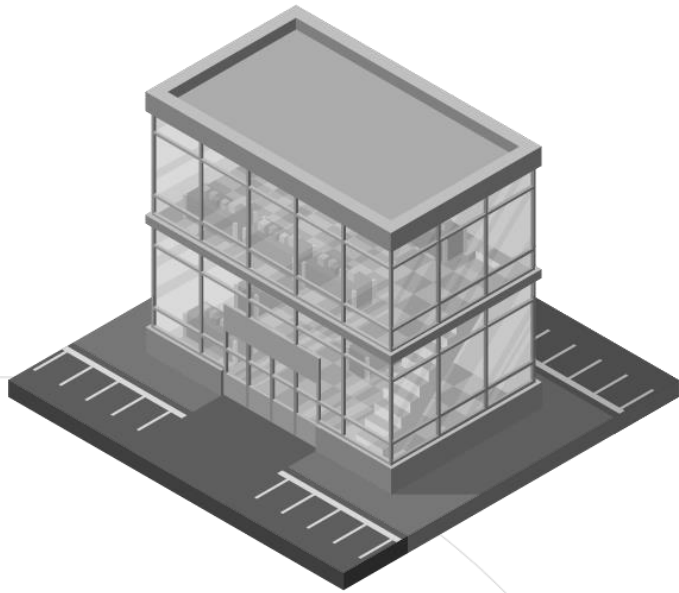
1940

2014



Digital революция в фарм бизнесе тоже обязательно случится, нужно просто немного подождать

# А может ли опыт использования СЛМ / ОСМ коммуникации быть применён в других индустриях?



магазин бытовой техники



банк





# Евгений Гордеев

CEO Breffi

Evgeniy.gordeev@breffi.ru

+79652789157

Собираем данные,  
они нам  
пригодятся!

