

# шепка.

*Маркетинг по дружбе*

Мы хотим помочь вам  
реализовать самые  
смелые планы

ФАРМАЦЕВТИКА  
И МЕДИЦИНА

САШІ  
САТІ  
САРІ

# webka.

*Маркетинг по дружбе*

Для современного фармацевтического рынка требуются объемные полевые исследования по различным направлениям и для проверки конкретных целей и задач: среди фармацевтов, врачей и руководителей ЛПУ.

Webka использует все существующие и авторские инструменты, которые позволят проводить все виды качественных и количественных исследований для клиентов.

Изучите все наши направления, возможно, какой-то инструмент вам еще не знаком

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СРЕДИ ФАРМАЦЕВТОВ И ВРАЧЕЙ

Основной инструмент проведения подобных исследований - личный визит.

В зависимости от целей и задач, мы можем предложить реализацию и в других форматах:

Телефонные опросы (CATI)

Опросы на планшете

Онлайн - исследования

Виртуальные классы

Виртуальные исследования репчек

Глубинные исследования

Message Recall

Augum аптек и семей

# КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА

**ЦЕЛЬ:**

**01**

## **РЕКОМЕНДАЦИИ ВРАЧА**

Понять отношение к брендам, выявить ТОП - 5 конкурентов, определить уровень назначений по группе

**ЦЕЛЬ:**

**02**

## **ОЦЕНКА**

Эффективности визитной активности МП по линии препаратов в целом с точки зрения донесения ключевого сообщения и его влияния на назначения врачей в конкурентной среде по регионам

## ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЙ С ВРАЧАМИ И ФАРМАЦЕВТАМИ:



### НАЗНАЧЕНИЯ ПРЕПАРАТА:

Частота, количество, поток пациентов;  
Вспоминание факта последнего визита (за 1 месяц).  
Знание продуктов Заказчика, озвученных на визите.



### КЛЮЧЕВЫЕ СООБЩЕНИЯ ПО ПРЕПАРАТАМ:

Вспоминание ключевых сообщений по продуктам линии,  
скоммуницированных МП.



### ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА

Восприятия имиджа и характеристик брендов  
Факторов выбора препарата ( характеристик препарата в категории)

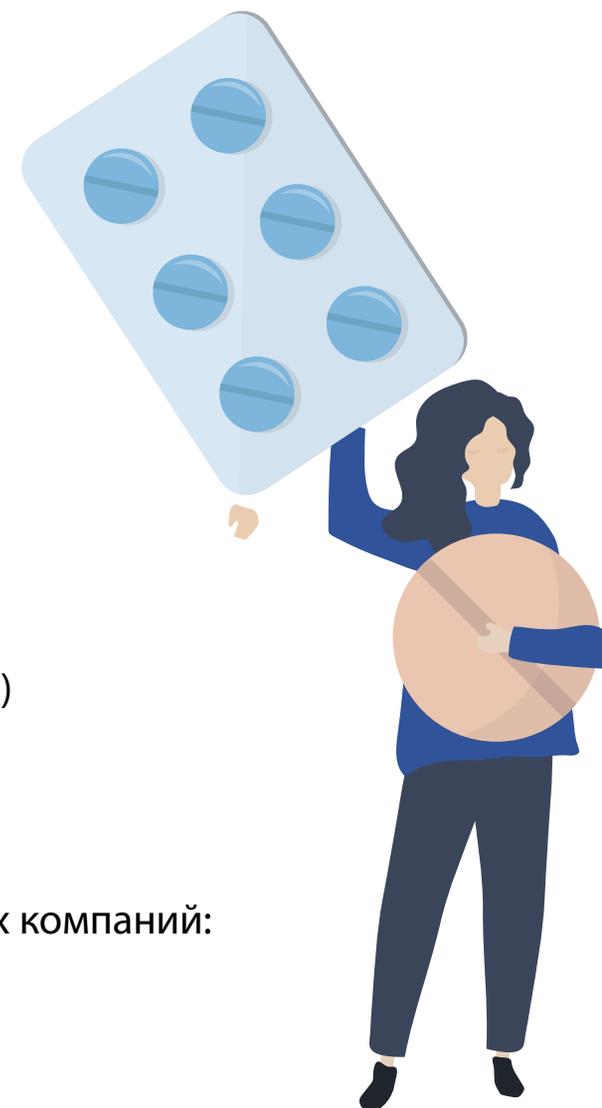


### КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕПАРАТЫ

Оценить конкурентную среду с точки зрения активности МП других компаний:  
Топ5 top of mind продуктов в категории  
Топ3 МП /Компании/ продукта - вспоминание  
Имиджа марок

# шепка.

*Маркетинг по дружбе*



## ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЙ

Для реализации задач Заказчика используются следующие инструменты исследований:

### - Личные визиты

Во всех регионах России, наши интервьюеры проводят опросы на бумажном носителе, планшетах с функцией записи, аудиоустройствами

### - Телефонный репчек

У нас собственный колл-центр во всех часовых поясах России, а значит, когда Москва спит, мы опрашиваем дальние регионы России

### - Виртуальный репчек

Опрос врача в виртуальной среде с возможностью тестирования, оценки карточек и визитов медицинских представителей.

Опрос проводит интервьюер наедине с врачом по видео - связи

# шепка.

Маркетинг по дружбе



КЛАССИЧЕСКИЙ РЕПЧЕК  
MESSAGE RECALL  
ТЕСТИРОВАНИЕ ПО НОВЫМ ПРЕПАРАТАМ  
ОЦЕНКА РАБОТЫ МЕДПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ

- Какие препараты назначают и как часто
- Знание препаратов в категории брендов и производителей
- Знание врачом ключевого сообщения
- Точность передачи ключевого сообщения
- Частота назначения врачом препаратов
- Доля препарата в назначениях врача, категории
- Особенности препарата
- Значимость характеристик препаратов для врача
- Частота визитов МП Заказчика и конкурентов
- Ключевые сообщения по конкретной линейке
- Повлияли ли визиты медицинского представителя на назначение препарата
- Ключевые преимущества конкурентов



Исследование среди врачей терапевтов и кардиологов по восприятию кардио брендов. РОТАЦИЯ по препаратам

Start

нажмите ENTER

1 из 1 люди ответили на этот вопрос

1	МП владеет полной информацией о препаратах (дозировки, схемы лечения, кли...	1 / 100%
2	МП умеет убедительно описать отличительные свойства действующих веществ...	1 / 100%
3	соответствует моим потребностям	1 / 100%
4	Информация, которую МП предоставляет по препаратам,	0 / 0%
5	МП дает новую, интересную мне информацию	0 / 0%
***	Показать больше (4)	0 / 0%

# ИССЛЕДОВАНИЯ СРЕДИ ФАРМАЦЕВТОВ И ПРОВИЗОРОВ

## КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



## ОПИСАНИЕ РЕШЕНИЙ

Для реализации задач Заказчика используются следующие инструменты исследований:

### - Личные визиты

Во всех регионах России, наши интервьюеры проводят опросы на бумажном носителе, планшетах с функцией записи, аудиоустройствами

### - Телефонный опрос, формат «Тайный покупатель»

Ресурсы нашего ДИСТАНЦИОННОГО колл-центра позволяют провести исследование в формате «Тайный покупатель», без посторонних шумов при разговоре, чтобы создать впечатление покупки

### - Тайный покупатель «Визит в аптеку»

Стандартный формат исследования с визитом тайного покупателя и последующее занесение информации в анкету

# шепка.

*Маркетинг по дружбе*



КЛАССИЧЕСКИЙ РЕПЧЕК  
MESSAGE RECALL  
ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ  
АУДИТ АПТЕЧНЫХ СЕТЕЙ

- Знание ключевых сообщений и продуктов : степень воспроизведения
- Использование ключевых сообщений конкурентов при рекомендации
- TOP- 3 рекомендации в категории
- Схема рекомендаций фармацевтов: при запросе на категорию, на марку, на симптом.
- Переключения с/на конкурентные препараты в категории
- Основных преимуществ, коммуницируемых в ключевом сообщении
- Личные предпочтения фармацевтов
- Отличия препаратов по спонтанным характеристикам
- Визитная активность МП Заказчика и конкурентов
- Наличие препаратов X в наличии

# ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Webka использует собственную платформу для программирования анкет и последующую адаптацию под любое устройство:

Интервьюер может открыть и заполнить анкету на телефоне, планшете, либо с помощью ссылки перенаправить анкету врачу для самостоятельного заполнения.

Клиент, в свою очередь, всегда может наблюдать за результатами полей с помощью онлайн - ссылки, все результаты отображаются в режиме реального времени. Это удобно

The image shows a mobile application interface for a survey. On the left, a vertical sidebar contains icons for editing, a drop-down menu, a list, a calendar, a notification bell, and a settings gear. The main content area is divided into two panels. The left panel displays a list of five survey questions, each with a numbered icon and a title. The right panel shows a detailed view of question 3, which asks the user to select a city and institution type. The interface includes a 'Тестовая логика' (Test logic) button in the top right corner.

**1** Внесите пин оператора

**2** Введите из первой колонки: **Номер\_врача\_по\_базе**

**3** Пожалуйста, отметьте город и тип учреждения ЛПУ

- 14 - Москва
- 3 - Государственное / муниципальное
- 4 - Коммерческое / частное
- 5 - Другое

PRO  прыгает к F 4

**4** Укажите ФИО врача

→ происходит от 3 15

**5** Полное название ЛПУ

Тестовая логика

**3** → Пожалуйста, отметьте город и тип учреждения ЛПУ

Выберите сколько угодно вариантов

- A** 14 - Москва
- B** 3 - Государственное / муниципальное
- C** 4 - Коммерческое / частное
- D** 5 - Другое

**4** → Укажите ФИО врача

# шепка.

*Маркетинг по дружбе*



## КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Креативные фокус - группы с врачами и фармацевтами

Подобное исследование подразумевает работу в формате креативной сессии с элементами скрайбинга.

**Основные задачи, которые должны закрыть подобные сессии -**

Ключевые сообщения по препаратам чаще сложны для восприятия потребителей, нуждаются в доработке в соответствии с выбранным позиционированием.

- Создание и тестирование новых сообщений
- Определение барьеров и мотивов врачей
- Изучение особенностей ведения пациентов
- Изучение особенностей ведения пациентов

# шепка.

*Маркетинг по дружбе*

## Формат фокус - групп:

Классическая аудитория  
Виртуальная фокус - студия  
(количество респондентов до  
25 участников в одной группе)

Для реализации проекта мы используем современные инструменты вовлечения врачей в дискуссию;

В частности, успешно проводим классический формат фокус - группы в сопровождении иллюстратора или готового скрайб - темплейта - матрицы всей сессии в ручной иллюстрированной графике.

Мы сделаем дизайн и оформим все мероприятие в едином стиле - скрайба с использованием фирменных цветов препарата и Заказчика.

Навигация до фокус - сессии на скрайбе (roll - up)

Сам темплейт всей сессии (1 метр полотна), где модератор сможет использовать стикеры при работе с врачами, а так же, бейджи с именами и тайминг сессии.

## РЕКРУТ:

Для участия в исследовании своими силами Webka проведет рекрутинг среди врачей и конечных потребителей для проведения фокус - групп и холл - теста в любых городах

До начала исследования, респондент заполняет анкету для уточнения соответствия с потребностями Заказчика

Фокус - группы проводятся в арендованных фокус - студиях рядом с м. Семеновская, в Москве и во всех регионах России по запросу.

## ХОЛЛ - ТЕСТЫ

Исследования проводятся с конечными потребителями, в том числе, по результатам фокус - групп, мы проводим тестирование концепций и сообщений с нужной нам аудиторией.

- Классическая аудитория
- Виртуальный холл - тест с возможностью оценки и тестирования упаковки и тд.





### СОБСТВЕННЫЙ КОЛЛ - ЦЕНТР

34 посадочных места, все регионы России и работа в любых часовых поясах

### ОПЫТНЫЕ ИНТЕРВЬЮЕРЫ

В нашей компании работают профессиональные интервьюеры, которые специализируются на опросах врачей и фармацевтов

### СОБСТВЕННЫЙ КОЛЛ - ЦЕНТР

34 посадочных места, все регионы России и работа в любых часовых поясах



### СОБСТВЕННАЯ ПЛАТФОРМА ОНЛАЙН

Мы используем в работе собственную платформу Webka.Онлайн для программинга и проведения опросов

### БОЛЕЕ 300 ПРОЕКТОВ

Мы гордимся тем, что проводим исследования в различных форматах, изучаем новые рынки и направления по всей России и Беларуси

### ВИРТУАЛЬНОЕ РЯДОМ

В своей работе мы используем проыврвные современные технологии, такие как Виртуальный класс

# webka.

*Наши преимущества*

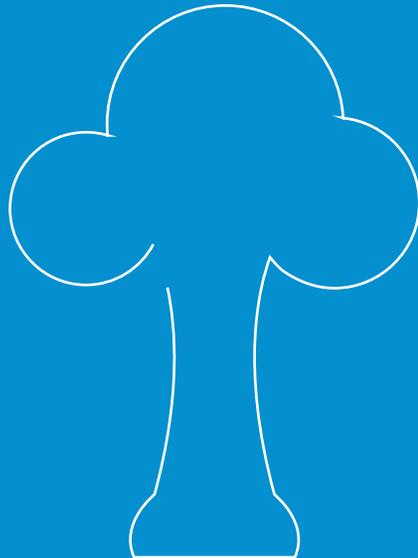
## Дальнейшие шаги:

Мы предоставляем услуги для бизнеса и всегда подходим к каждому проекту с методом оценки: какой инструмент даст максимальный результат в той или иной исследовательской задаче.

Для нас важно, чтобы клиент не просто получал данные из волны в волну, но и использовал современные средства коммуникации, которые сократят Ваши расходы на организацию исследований и позволят выйти на новый уровень в коммуникации с врачами и фармацевтами.

Хотите, чтобы мы направили расчет цен или коммерческое предложение, просто заполните этот бриф:

<https://webka.typeform.com/to/KtzU0C>



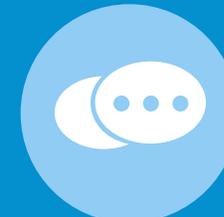
Честный  
результат



Стабильное  
качество



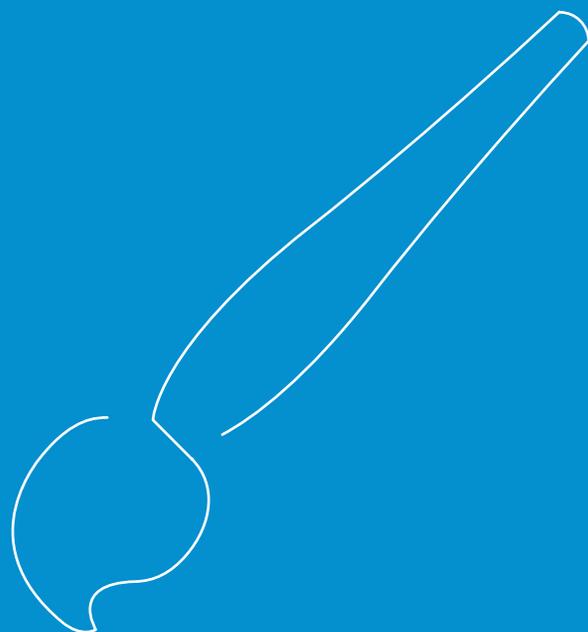
Инжиниринг  
опросов на своей платформе



Адекватные цены

# шепка.

*Наши любимые  
клиенты и партнеры*



# webka.

*Маркетинг по дружбе*



Рады знакомству,  
до встречи на  
полях и студиях!

Бюджет минутка,  
зайдите на сайты  
нашей компании:  
<http://webka-marketing.ru/>  
<http://dev.webka.training/>

Пишите или звоните нам!  
[sales@webka.training](mailto:sales@webka.training)  
+7 499 706 00 45 Россия  
+ 375 29 517 08 68 Беларусь