

шепка.

Маркетинг по дружбе

Мы хотим помочь вам
реализовать самые
смелые планы

ФАРМАЦЕВТИКА
И МЕДИЦИНА

САШІ
САТІ
САРІ

шепка.

Маркетинг по дружбе

Для повышения качества продаж, сервиса и коммуникации, нужен человеческий ресурс, знания и стратегия. Воспользуйтесь полным циклом от исследования до обучения

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СРЕДИ ФАРМАЦЕВТОВ И ВРАЧЕЙ

Основной вид опроса фармацевтов и врачей – личные интервью. В зависимости от целей и задач исследования мы используем и другие виды опросов: **CAPI** (онлайн - опросы с участием интервьюера), **CATI** (телефонные опросы) и **CAWI** (онлайн - опросы и рекрутинг с помощью интервьюера).

ЦЕЛЬ:

ИЗУЧИТЬ РЕКОМЕНДАЦИИ
ФАРМАЦЕВТОВ И ВРАЧЕЙ,
ОТНОСИТЕЛЬНО РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП
ПРЕПАРАТОВ

ЗАДАЧА:

ОСУЩЕСТВИТЬ ЗВОНОК ИЛИ ВИЗИТ В
АПТЕКУ ИЛИ БОЛЬНИЦУ, ПРОВЕРИТЬ
РАБОТУ МЕДИЦИНСКОГО
ПРЕДСТАВИТЕЛЯ В ЛЮБОМ РЕГИОНЕ



шепка.

Маркетинг по дружбе

Опрос врачей позволяет нам проводить следующие виды исследований:

- Определение знания работниками аптек препаратов Заказчика
- Изучение уровня рекомендации в группах препаратов Заказчика
- Оценка эффективности коммуникации с фармацевтами
- Уровень представленности препаратов Заказчика
- Тестирование концепций
- Тестирование информационных материалов для врачей

Компания Шербка оценивает эффективность работы медицинских представителей (МП) по продвижению препаратов Заказчика среди врачей.

Цель исследования: оценить эффективность работы МП компании, по регионам и персонально.

шербка.

Маркетинг по дружбе

КЕР - ЧЕК - ОЦЕНКА
ЭФФЕКТИВНОСТИ
РАБОТЫ
МЕДИЦИНСКИХ
ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ

ПРИМЕР ЗАДАЧИ:

- Оценка достижимости и достоверности базы каждого МП
- Частота визитов МП к конкретному врачу или лечебное учреждение.
- Знание врачом компании — производителя.
- Частота назначения врачом продвигаемых препаратов.
- Знание врачом ключевого сообщения продвигаемого препарата.
- Доля препарата в назначениях врача, в рамках отдельной категории.
- Доля компании в назначениях врача, в рамках отдельной категории.
- Выяснение, какие характеристики и особенности препарата компании, запоминается лучше другими врачами-специалистами.
- Персональные и профессиональные качества МП (компетенции): коммуникабельность, умение убедительно представить препарат, обязательность.

ПРИМЕР ЗАДАЧИ:

ГАСТРО

Уважаемый специалист, пожалуйста, уточните, с какими заболеваниями вам приходилось сталкиваться за последние полгода чаще всего и какие рекомендации по лечению были даны вами:

- Гастриты*
- Холециститы*
- Патологии желчного пузыря*
- Гастроэнтерит*
- Энтероколит*
- Полипы кишечника*

При выбранной патологии, распишите медикаментозную схему лечения (амбулаторно)

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ



сеть использует удобную онлайн - платформу, с возможностью создания опросов любого формата, которая позволит вам получать информацию в режиме реального времени сразу же после визита или звонка тайного покупателя или интервьюера в аптеку или ЛПУ



Маркетинговое исследование среди фармацевтов.
Интервьюер, внимательно изучите инструкцию до телефонного звонка в аптеку!



Интервьюер, укажите id аптеки

Интервьюер, укажите свой персональный пин

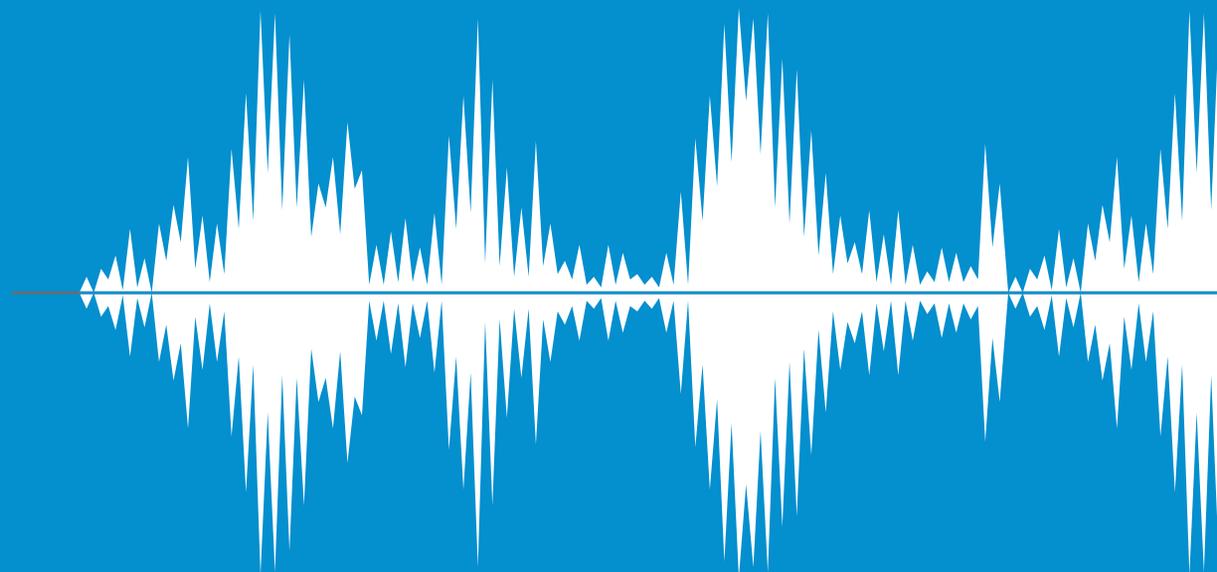
Инструкция: Ваш разговор должен быть максимально приближен к классическому звонку в аптеку, вам действительно нужно выяснить относительно рекомендации фармацевта по препаратам. Не используйте слово "Аналог", "Препарат", важна спонтанная рекомендация фармацевта! Можете спросить, мне или маме/папе/бабушке, назначили.. Что можете посоветовать с этим веществом.



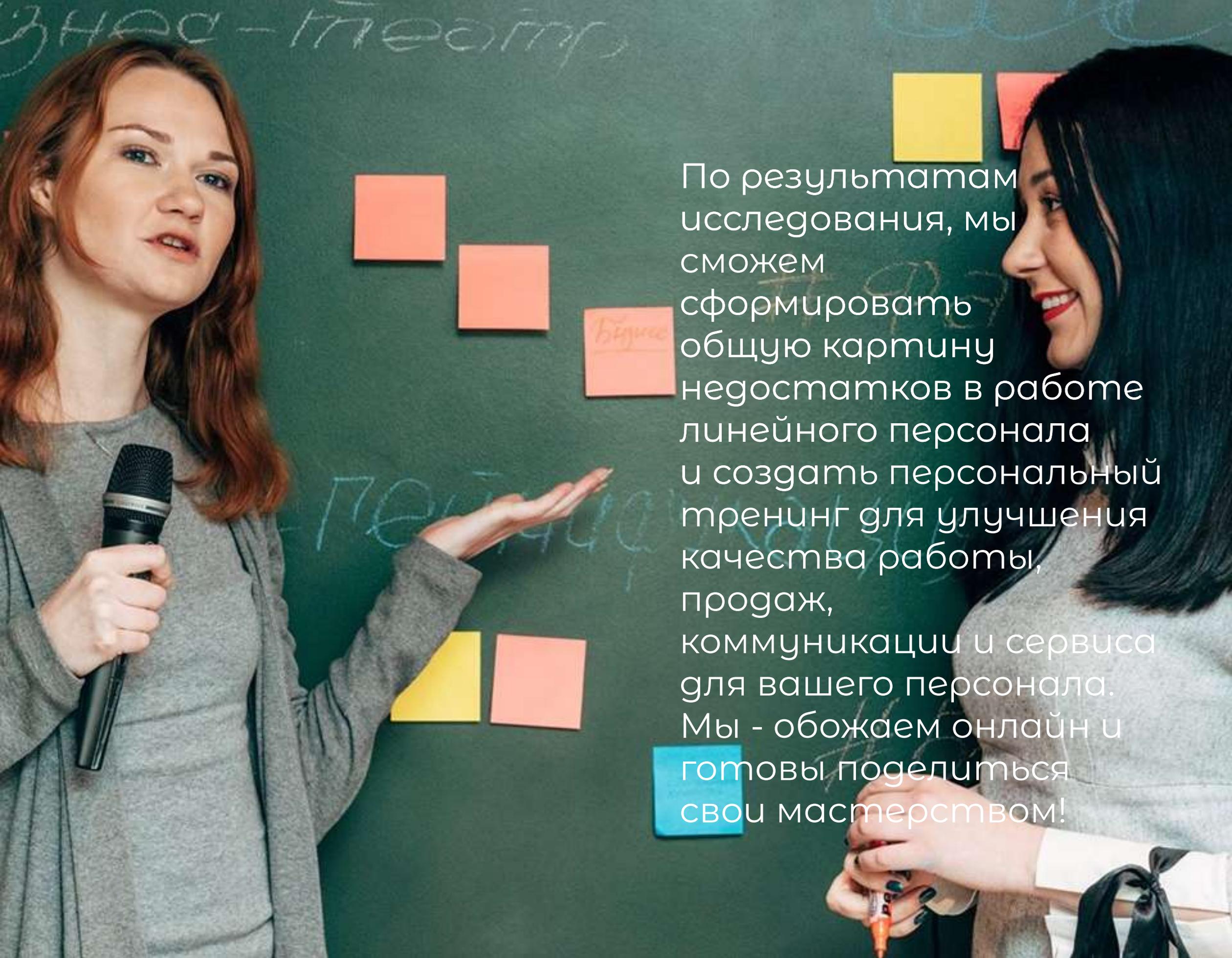
Маркетинговое исследование среди фармацевтов. Интервьюер, внимательно изучите инструкцию до телефонного звонка в аптеку!

webka использует удобную онлайн - платформу для проведения опросов

Мы можем записать
весь диалог с
фармацевтом и/или
сделать фото при визите
в аптеку или ЛПУ,
а так же выяснить
относительно
препарата X, узнать
о его наличии в аптеке
и сформировать
лист изменений,
благодаря которым,
ваша компания может
начать работу над
изменениями в структуре
своей работы



РЕЗУЛЬТАТЫ

The image shows two women in a workshop or training environment. On the left, a woman with long reddish-brown hair, wearing a grey top and a grey cardigan, holds a black microphone and gestures with her right hand towards a chalkboard. On the right, a woman with long black hair, wearing a grey top, smiles and looks towards the first woman. The background is a dark green chalkboard with faint white text, including "Знаю - мечтаю" at the top and "Первичка" in the middle. Several colorful sticky notes (orange, yellow, pink, blue) are attached to the board. One orange sticky note has the word "Figure" written on it. The overall scene suggests a collaborative learning or training session.

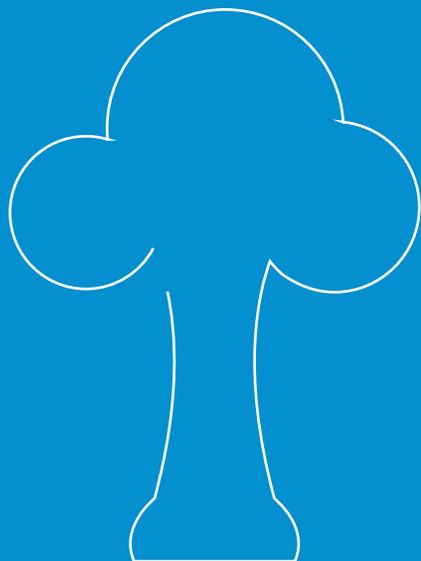
По результатам исследования, мы сможем сформировать общую картину недостатков в работе линейного персонала и создать персональный тренинг для улучшения качества работы, продаж, коммуникации и сервиса для вашего персонала. Мы - обожаем онлайн и готовы поделиться своим мастерством!

шепка.

Наши преимущества

Давайте расскажем
вам о наших плюсах:

- Мы увлечены маркетингом и обучением персонала
- У нас нет директора директоров, за счет этого, цена ниже рынка
- У нас свой колл-центр и аналитика
- Мы ЗА ОНЛАЙН и будущее! Сами разрабатываем новые инструменты



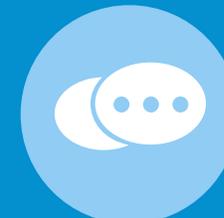
Честный
результат



Полный
отчет



Инжиниринг
опросов на своей платформе

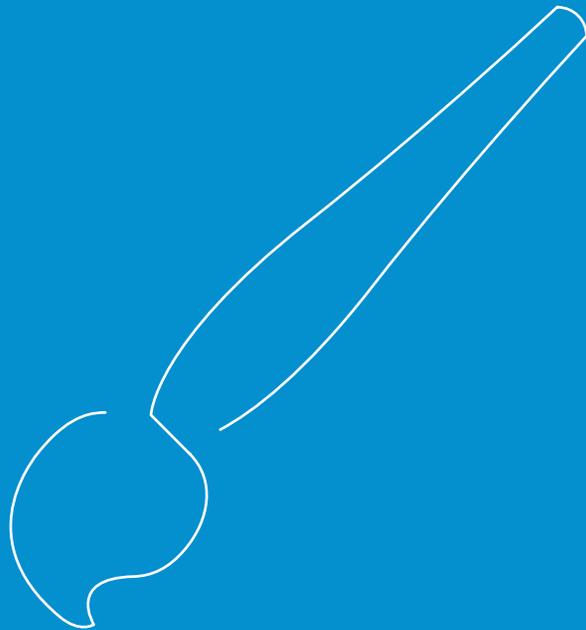


Адекватные цены

webka.

Наши Клиенты

Наши любимые:



webka.

Маркетинг по дружбе



Хотите такое же
исследование и / или
обучающую
программу по
коммуникации,
сервису или
продажам?

Пишите или звоните нам!
sales@webka.training
+7 499 706 00 45 Россия
+ 375 29 517 08 68 Беларусь