

Прекрасная золотая пора кроме эстетического наслаждения приносит и много хлопот. Изменение температуры окружающей среды приводит к размножению болезнетворных бактерий. В результате начинается волна простудных заболеваний. Риск простудиться человек подвергается практически круглый год. Исключением считается летний период. Хотя в жаркое время года также существует вероятность заболеть. Конечно, можно и нужно укреплять свой иммунитет, но если простудная «напасть» уже подобралась слишком близко, необходимо поскорее от нее избавляться. На украинском фармацевтическом рынке представлен широкий ассортимент препаратов группы «cough&cold». Причем выбор для Его Величества Потребителя весьма разнообразен и может угодить любым пожеланиям. Лекарственные средства представлены в форме таблеток, капсул, порошков для приготовления горячего напитка, сиропа, капель. Но не только удобство формы выпуска играет роль при выборе лекарственного средства от простуды. При подготовке материала использованы данные аналитической системы исследования рынка «PharmXplorer»/«Фармстандарт» компании «Proxima Research».



Сегодня потребители в аптечных учреждениях все чаще интересуются натуральной продукцией. Это касается как сопутствующих категорий товаров «аптечной корзины» (косметика, диетические добавки), так и главной категории — лекарственных средств. Фармацевты для удовлетворения потребностей клиента могут предложить различные лекарственные препараты на растительной основе.

Им хорошо известна продуктовая линейка фитониринговой компании «Бионорика», известной не только в Европе и Украине, но и во всем мире как разработчика и производителя высококачественных эффективных и безопасных лекарственных средств на растительной основе. В продуктивном портфеле компании представлена четверка брэндов для борьбы с простудными заболеваниями, хорошо знакомых профессиональной аудитории и потребителям — СИНУПРЕТ, БРОНХИПРЕТ, ИМУПРЕТ и ТОНЗИПРЕТ.

СИНУПРЕТ показан к применению при острых и хронических воспалительных заболеваниях околоносовых пазух (синусит, гайморит). При острых и хронических заболеваниях дыхательных путей сопровождающихся образованием вязкой мокроты — бронхит, трахеит (в составе комбинированной терапии).

БРОНХИПРЕТ применяют при заболевании дыхательных путей, которые сопровождаются кашлем и образованием мокроты, в том числе острым и хроническом бронхите.

ИМУПРЕТ показан к применению прежде всего при ослаблении защитных сил организма и связанных с этим рецидивирующих и хронических воспалительных заболеваниях; острых, рецидивирующих и хронических воспалительных заболеваниях верхних дыхательных путей (тонзиллит, фарингит, ларингит, трахеит), для профилактики рецидивов и осложнений вирусных инфекций.

ТОНЗИПРЕТ назначают при острых и хронических воспалениях глотки, гортани и миндалин (тонзиллит, ларингит, фарингит).

С учетом того, что практически все простудные заболевания сопровождаются снижением защитных сил организма, на полках аптечных учреждений и в домашней аптечке должно быть место препарату на растительной основе — ИМУПРЕТУ.

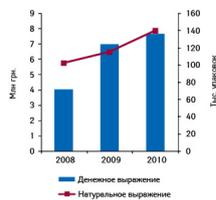
ИМУПРЕТ — комбинированный препарат растительного происхождения. Активные компоненты, входящие в состав препарата, оказывают противовоспалительное действие, способствуют уменьшению отека слизистой оболочки дыхательных путей и околоносовых пазух, проявляют местный обволакивающий эффект, способствующий

уменьшению выраженности болевых ощущений. ИМУПРЕТ обладает иммуномодулирующими и противовирусными свойствами. Применение препарата способствует повышению активности неспецифических факторов защиты организма за счет повышения фагоцитарной активности макрофагов и гранулоцитов, ускорения элиминации патогенных микроорганизмов.

ЖИЗНЬ ИМУПРЕТА В АПТЕКЕ

Знакомство профессиональной аудитории и потребителей с брэндом ИМУПРЕТ состоялось в декабре 2007 г. С первых месяцев появления на украинском фармацевтическом рынке ИМУПРЕТ демонстрирует высокую динамику роста аптечных продаж (рис. 1). Ежегодно темпы прироста его розничной реализации характеризуются двузначными цифрами в натуральном выражении.

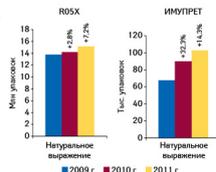
Рис. 1



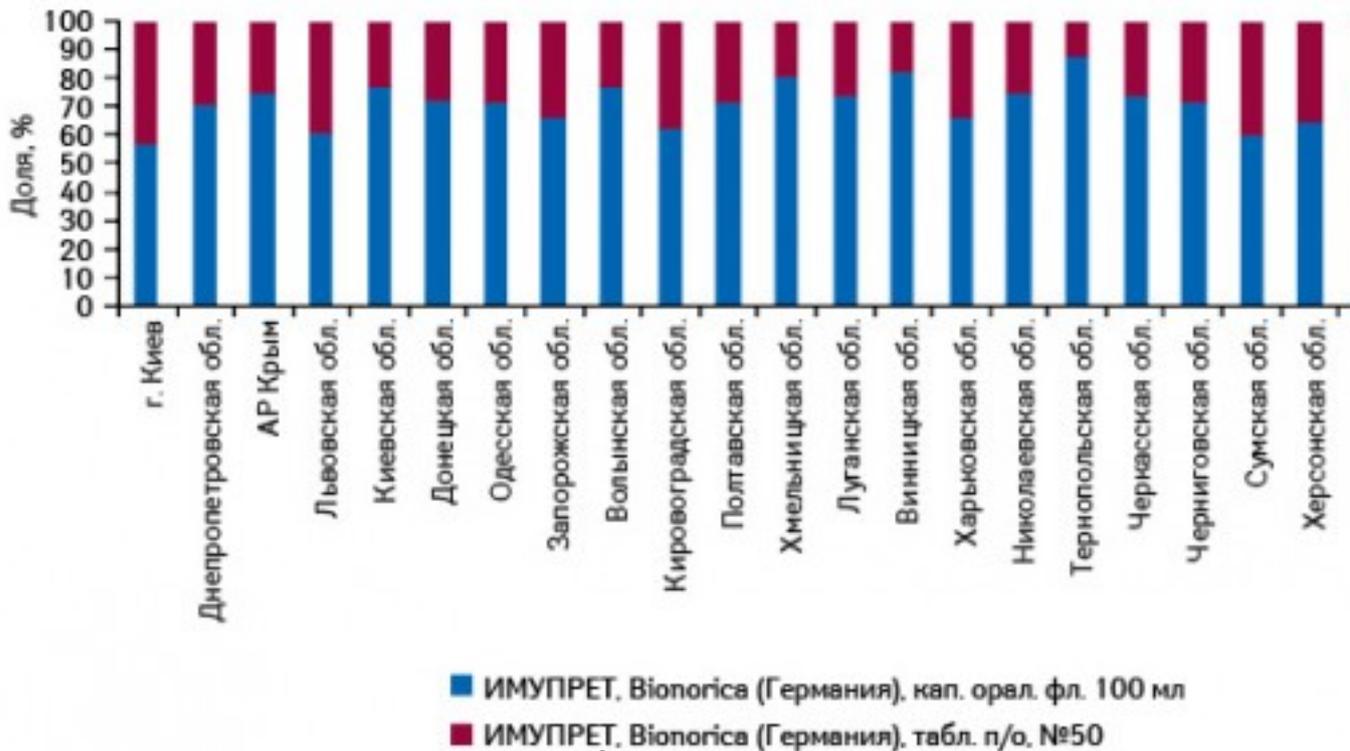
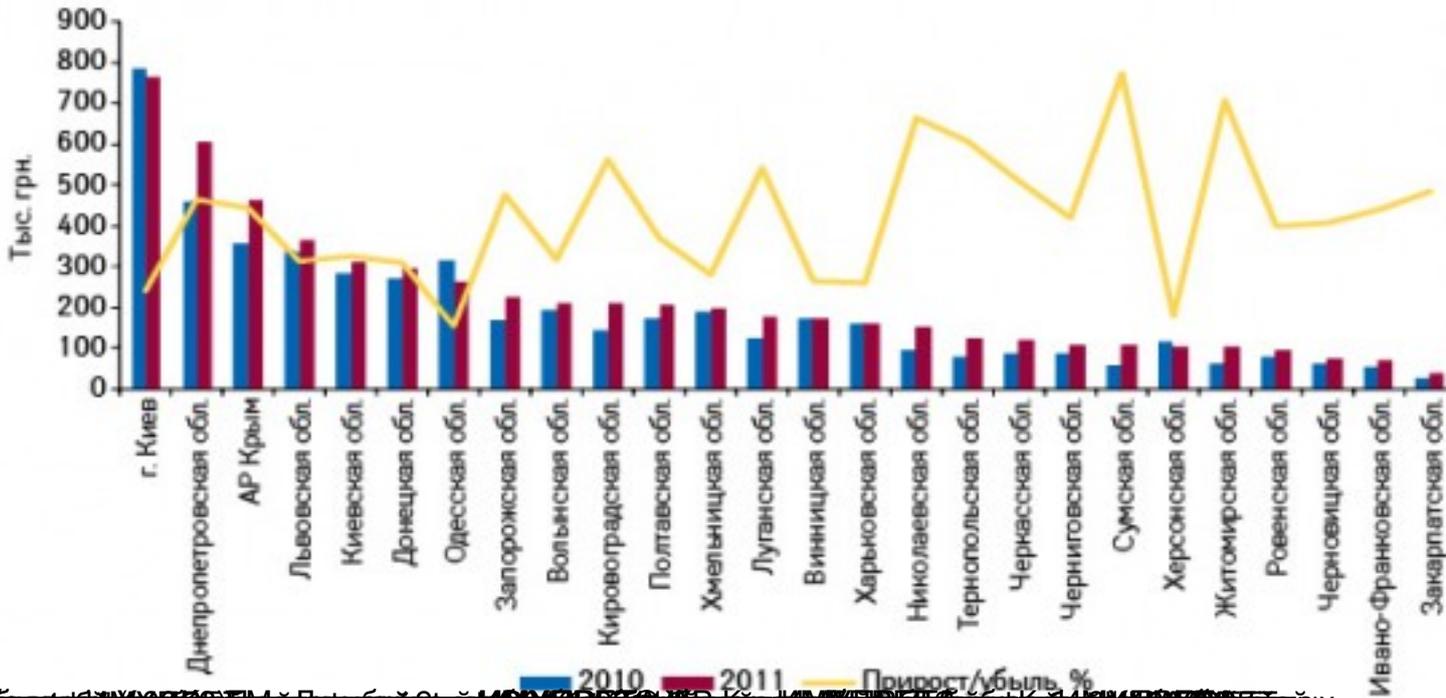
Динамика объема аптечных продаж ИМУПРЕТА в денежном и натуральном выражении с момента его появления на украинском фармрынке — в 2008–2010 гг.

Препарат на растительной основе ИМУПРЕТ динамично развивается и укрепляет свои рыночные позиции. В конкурентной группе препаратов — R05X «Прочие комбинированные препараты, применяемые при кашле и простудных заболеваниях», где представлено около 70 участников, ИМУПРЕТ входит в состав топ-15 брэндов лекарственных средств по объему аптечных продаж в денежном выражении по итогам 9 мес 2011 г. В определенной степени это свидетельствует о его востребованности среди покупателей. А также и тот факт, что в натуральном выражении объем аптечной реализации ИМУПРЕТ опережает развитие препаратов своей конкурентной группы. Так, по итогам 9 мес 2011 г. объем его аптечных продаж продемонстрировал рост в натуральном выражении на 14,3% по сравнению с аналогичным периодом 2010 г., а по группе R05X этот показатель был в 2 раза ниже (рис. 2).

Рис. 2



Объем аптечных продаж ИМУПРЕТА и группы R05X «Прочие комбинированные препараты, применяемые при кашле и простудных заболеваниях» в натуральном выражении по итогам 9 мес 2009–2011 гг. с указанием темпов прироста относительно аналогичного периода предыдущего года Рис. 3



Структура денежного продаж бренда ИМУПРЕТ® в 2011 г. по форме выпуска в регионах

ЖИЗНЬ ИМУПРЕТА СРЕДИ СПЕЦИАЛИСТОВ

Рыночную динамику ИМУПРЕТА пред-определяет маркетинговая стратегия продвижения компании-производителя — «Бионорики». Учитывая, что в конкурентной группе препаратов ИМУПРЕТА — R05X компания «Бионорика» стабильно занимает ведущую позицию по объему аптечных продаж в денежном выражении в течение

последних лет, ей известны секреты эффективных способов проведения рекламных кампаний (табл. 1).

Таблица 1. Маркетинговых организаций по объему аптечных продаж препаратов группы R05X «Промоция»

Маркетинговая организация

Bionotica	1
Bittner	2 2
Heel	3 3 5
Genon BioTech	
Alpen Biotech AG	

За годы существования на украинском фармрынке в маркетинговом продвижении ИМУПРЕТА основной фокус был сделан на работу с профессиональной аудиторией, что способствовало его успешной динамике. Причем несмотря на безрецептурную форму отпуска препарата его промоция среди специалистов здравоохранения осуществлялась в большей степени среди врачебной аудитории (по итогам 9 мес 2010 г. соотношение составило 69:31).

В предыдущем году широкая потребительская аудитория ознакомились с ИМУПРЕТОМ на волнах радиостанций. В 2011 г. еще одним инструментом продвижения ИМУПРЕТА стала реклама в печатных изданиях («Добрые советы», «Мир Семьи» и «Мой Ребенок»). Этот вид коммуникаций был выбран неспроста, ведь, как известно, реклама в печатных изданиях оказывает длительное воздействие на читателя. Он может обратиться к рекламному обращению через неделю, месяц, год после выхода рекламного месседжа.

В это же время на фоне рекламы ИМУПРЕТА в печатных изданиях компания больше усилий сконцентрировала на промоции медицинских представителей среди врачей. Тем самым реклама ИМУПРЕТА в прессе, направленная на широкую потребительскую аудиторию, способствовала снижению нагрузки на фармацевтов.

Сегодня профессионалы черпают знания о качествах и свойствах ИМУПРЕТА не только благодаря промоции медицинских представителей, но и посредством участия в различных специализированных образовательных мероприятиях. Благодаря комплексному маркетинговому продвижению повышаются лояльность и признание в профессиональных кругах. Так, в конкурентной группе препаратов R05X ИМУПРЕТ занял прочную позицию — по итогам 9 мес 2011 г. он входит в состав топ-5 брэндов по количеству воспоминаний терапевтов/семейных врачей, педиатров и отоларингологов о промоциях медицинских представителей в группе R05X, а также по количеству назначений врачей этих специальностей (табл. 2 и 3). Схожая динамика характерна

и среди фармацевтов.

Таблица Брендов группы R05X «Прочие комбинированные препараты, применяемые при кашле и п

Бренд 2012

СИНУПРЕТ

БРОНХИПРЕТ

ИМУПРЕТ

АФЛУВИВ

ГЕРБИОН

Таблица Брендов группы R05X «Прочие комбинированные препараты, применяемые при кашле и п

Бренд 2010

СИНУПРЕТ

БРОНХИПРЕТ

АФЛУВИВ

ИМУПРЕТ

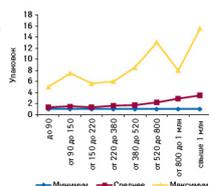
ГЕРБИОН

Промоция медицинских представителей для ИМУПРЕТА в профессиональных кругах постепенно переходит из количественной в качественную. Несколько лет плодотворной работы и успешных коммуникаций сделали препарат узнаваемым и востребованным.

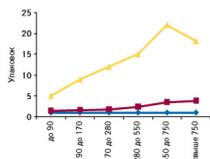
ИМУПРЕТ входит в состав топ-5 брендов лекарственных средств группы R05X по количеству воспоминаний терапевтов/семейных врачей, педиатров и отоларингологов о назначениях по итогам 9 мес 2011 г.

С наступлением холодов повышается заболеваемость острыми респираторными вирусными инфекциями, гриппом, а одновременно — и фарингитом, ларингитом и др. Учитывая, что впереди нас ждет еще зима, а после — переменчивая весна уже сейчас, как минимум, следует позаботиться о формировании товарных запасов препарата ИМУПРЕТ. С помощью более детального анализа объема его продаж в различных аптечных учреждениях мы выяснили, какое количество упаковок препарата реализуется в них. Напомним, что при проведении анализа все аптечные учреждения определяют категорию торговой точки (аптека, аптечный пункт, аптечный киоск) и финансовую характеристику. При формировании классов торговых точек по финансовым характеристикам для расчета объема продаж использовали данные за август 2011 г.

Рис. 5



Минимальное, среднее и максимальное количество проданных упаковок ИМУПРЕТ, табл. п/о, № 50, в различных торговых точках, сгруппированных по их финансовым характеристикам, в августе 2011 г. Рис. 6



Акция «Оставим насморк с носом»

В золотое время года (в октябре 2011 г.) компания «Бионорика» совместно с аптечной сетью «Виталюкс» в Киеве проводит развлекательную и познавательную акцию для малышей и родителей «Оставим насморк с носом». С наступлением холодов и в преддверии зимнего периода особую актуальность приобретают вопросы борьбы с простудными заболеваниями. Этому и приурочена акция — напомнить посетителям аптек о правильных подходах к лечению ринита и синусита у малышей, о применении с этой целью комбинированного растительного средства СИНУПРЕТ.

Компания «Бионорика» и аптечная сеть «Виталюкс» организывает акцию в новом формате. Жители Оболони, Лесного массива и Позняков, преимущественно мамы, получают приглашение принять в ней участие. Акцию проводят каждую субботу октября в четырех аптеках сети «Виталюкс». Это насыщенный конкурсами и играми веселый праздник для детей, где каждый ребенок получает приятный сюрприз. Он наполнен

хороводами и танцами, песнями и конкурсами, смехом и радостными улыбками детей и родителей.

детский РИСУНОК

Во время праздничного мероприятия проводятся различные развлекательные конкурсы для детей. Один из них — конкурс детского рисунка на тему: «Оставим насморк с носом!». С его условиями киевляне заранее ознакомились в аптеках сети «Виталюкс» и благодаря печатной продукции (листовки и плакаты).

Малышам принять участие в конкурсе очень просто — родителям необходимо купить препарат СИНУПРЕТ со скидкой 10% и нарисовать вместе со своим ребенком, как СИНУПРЕТ помог победить простуду. А также указать на рисунке контактную информацию (фамилию, имя отчество, адрес, телефон), прикрепить рисунок и опустить его в конкурсный бокс в торговом зале аптеки «Виталюкс».

Далее будут подведены итоги конкурса и определены 4 победителя. Ценный подарок (под подарком подразумевается покупка приза за 1 коп.) каждый из них может выбрать себе лично: сертификат магазина, где продают интересные детские книги и развивающие игры, или же домашнюю аптечку с противопростудными препаратами компании «Бионорика». Кроме того, все участники конкурса «Детский рисунок» получают поощрительные призы.



синуслоник — детский друг

Для детей придуманы веселые познавательные игры. Представители компании «Бионорика», сотрудники сети аптек «Виталюкс» вместе с помощниками — сказочными героями СИНУслоником, Красной Шапочкой и др. — в игровой форме обучают детей, как быть здоровыми и что для этого необходимо делать. Малыши показывают, какие они умеют делать физические упражнения, которые помогают согреться и не замерзнуть. Также с помощью подсказок мам отвечают на простые конкурсные вопросы сказочных героев, за ответы на которые малыши получают подарки.

Не остаются без внимания и родители — во время акции они получают от специалистов рекомендации по профилактике и лечению насморка у детей. Таким образом, эта акция приносит много радости малышам, а их родителям — полезную информацию в сезон простудных заболеваний.

Кадры на долгую ПАМЯТЬ

Организаторы праздничного мероприятия — компании «Бионорика» и «Виталюкс» позаботились о том, чтобы участники могли сохранить радостные и добрые воспоминания. Все желающие фотографируют на память своего малыша со СИНУслоником и другими сказочными персонажами. Кстати, наши читатели также могут взглянуть и скачать фотографии, сделанные во время детских игр на празднике, в интернете — на сайтах Facebook и Одноклассники. Компания «Бионорика» успешно использует социальные сети в качестве маркетингового инструмента. Так, на странице Синупрета в Facebook размещен анонс о конкурсе фотографий. Тот пользователь, который соберет максимальное количество кликов «нравится», получит интересный приз от компании «Бионорика».