

Аудиторные инсайты

для фармы



Введение

Маркетинг в фармацевтике не стоит на месте, постепенно усиливая экспертизу во всех диджитал-каналах. Во-первых, интернет-реклама стала гораздо дешевле ТВ, радио и СМИ. Во-вторых, можно точно измерить результаты рекламной кампании, чего нельзя сделать, например, при использовании традиционных рекламных каналов. И в-третьих, в интернете можно четко таргетироваться на нужную аудиторию.

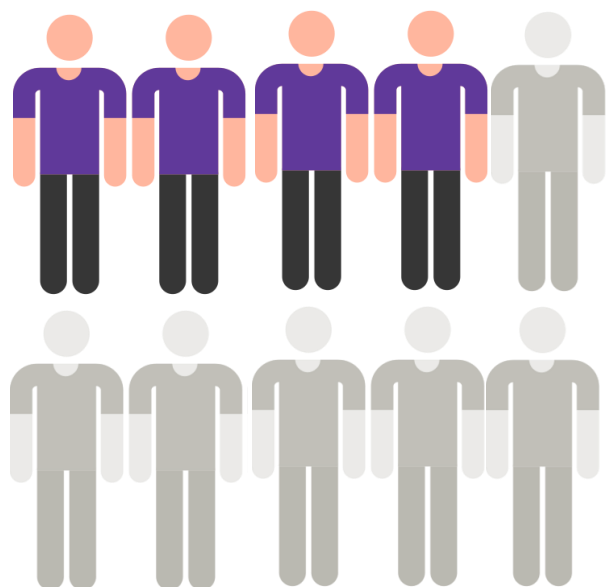
Публицист и автор книги «Все лгут» Сет Стивенс-Давидовиц как-то сказал: **«Я называю поиск Google цифровой сывороткой правды, потому что люди рассказывают Google то, чего не говорят друзьям, родственникам, докторам или исследователям»**. И он абсолютно прав. Пользователь приходит в Google или другой поисковик с первыми симптомами, вопросами, сомнениями и желаниями – все эти данные можно использовать для составления подробного портрета целевой аудитории рекламодателей из фарм-индустрии.

Сильным толчком к ускорению цифровой трансформации фарминдустрии послужили изменения в законе об обращении лекарственных средств: в марте 2020 года появилась возможность доставки на дом безрецептурных и некоторых рецептурных препаратов. 94 миллиарда рублей составил общий объем онлайн продаж и бронирований товаров в аптеках в 2021 году.

Доверие к телевидению снижается

Доля тех, кто доверяет информации, которую дает телевидение, падает.

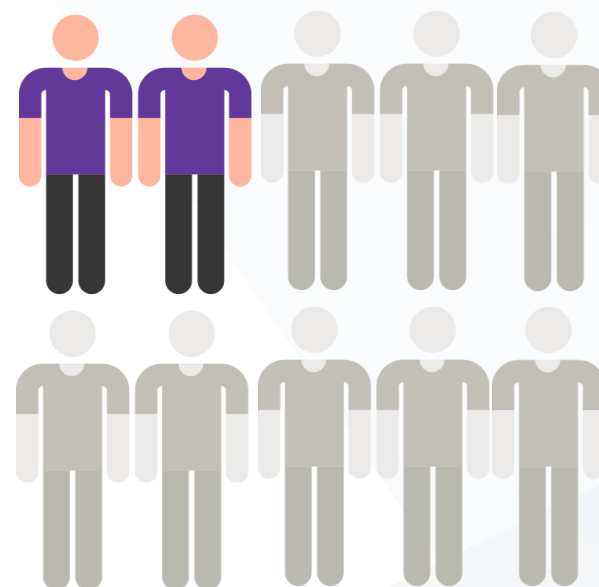
2013 год



34,8%

Доверяют информации,
которую дает телевидение

Сегодня



23%

Доверяют информации,
которую дает телевидение

65% используют только один источник информации для выбора препарата или метода лечения.

Доверие аудитории к рекламному каналу

Наиболее запоминающиеся и вызывающие доверие рекламные форматы в digital – те, которые имеют максимальное качество контакта с аудиторией.



Около **20%** пользователей могут переключиться на альтернативный бренд, если он просто появился на экране во время покупки.



Интересы к медицинской тематике

Пользователи всё реже обращаются к врачам и **чаще идут за советами в интернет**: изучают информацию о болезнях, сравнивают предложения в разных клиниках, покупают ЛП.



Влияние интернета на выбор покупателя почти на том же уровне, что и мнение лечащего врача



для **32%** россиян интернет имеет решающее значение при принятии решения.



для **36%** россиян мнение врача играет решающую роль при принятии решения о покупке

Поведение пользователей в сети

Сегодня если человека что-то интересует или тревожит, он в первую очередь ищет ответ в сети. Поиск становится более конкретным и персональный.

Как избавиться от бородавки?

Как понизить давление?

Почему чешется кожа?

>19%

всех запросов задаются в форме **вопроса**

Категоризация запросов по стадиям

симптомы простуды
грипп симптомы
высокая температура
забит нос

Первые симптомы

Стадии болезни

лекарство от гриппа
капли в нос
эффективное средство от простуды
таблетки от простуды

Поиск лекарственных средств

Найти решение

как лечить грипп
ангина как лечить
вылечить простуду за ночь
что делать при ОРВИ

Инструкции и лечение

терафлю инструкции
риностоп купить
цитровир отзывы
аквалор для детей

Поведение пользователей в сети

Поиск лекарственных средств онлайн вырос на **20%**. Половина россиян ищут информацию о лекарственных средствах в интернете перед покупкой.

Источники информации на этапе поиска:



58%

Пользователей используют мобильный для поиска информации



42%

Пользователей используют десктоп для поиска информации

Потребители продолжают покупать лекарства в офлайне, но выбор они делают в сети. В **22%** случаев люди ищут информацию в интернете, даже стоя у аптечного прилавка.

Поведение пользователей в сети

Что ищут в сети на тему здоровья и медицины:

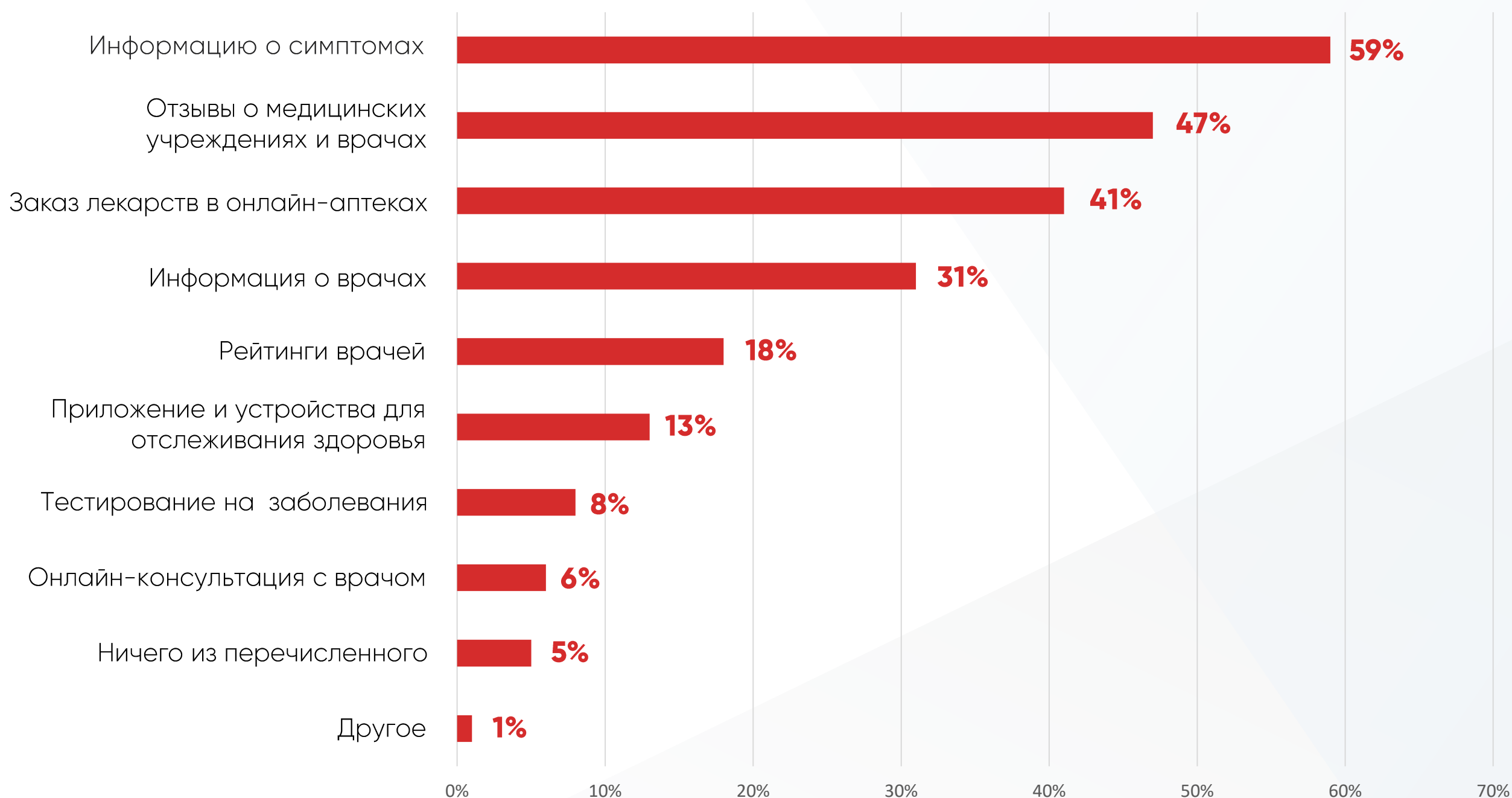


Растет доля населения старше 16 лет, кто искал в интернете информацию о здоровье, медицине, ЛП:



Поведение пользователей в сети

Пользователи чаще ищут информацию о здоровье и медицине в интернете. Что ищут в сети на тему здоровья и медицины:



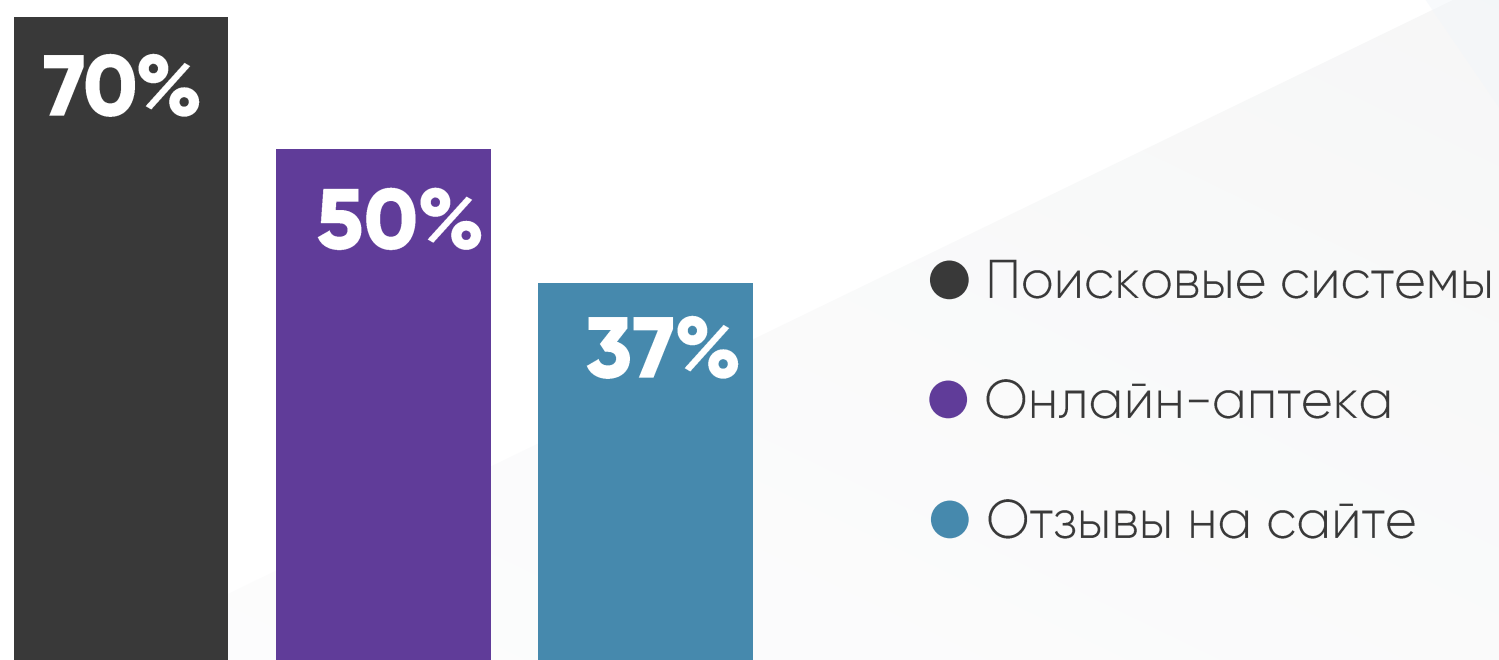
Перед тем, как искать информацию о конкретных лекарствах, **8%** пользователей смотрят методы лечения, **21%** ищут причины заболевания и профилактические меры.

Поведение пользователей в сети

Самыми популярными ресурсами о здоровье являются справочники о препаратах, форумы об их применении, сайты о здоровом образе жизни и с отзывами о врачах.



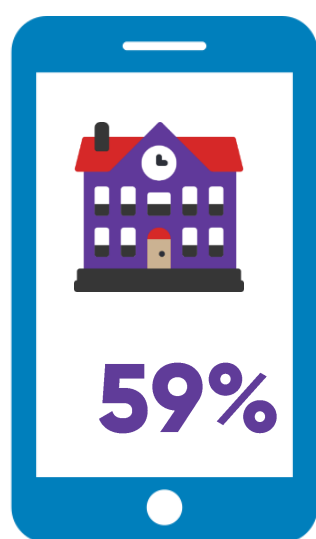
Где пользователи ищут информацию о лекарствах и медицине



Поведение пользователей в сети

Деликатные запросы мобильны. По данным исследовательской компании MediaScore, в последнее время охват мобильных устройств в России превысил охват десктопа.

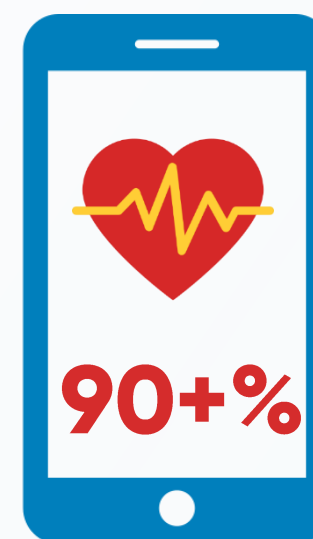
Недвижимость



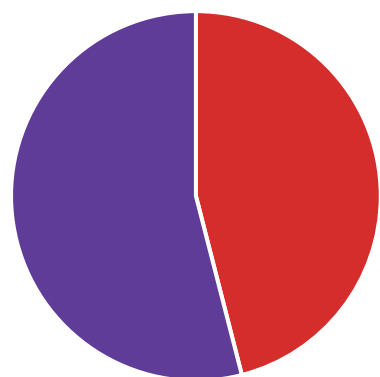
Здоровье



Деликатные или чувствительные темы

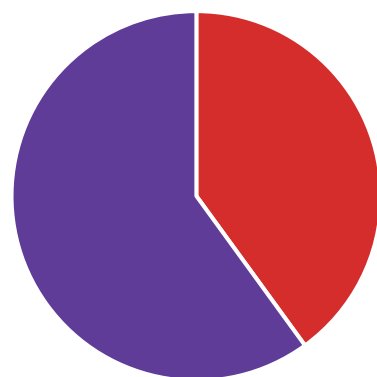


Что интересует пользователей в сети?



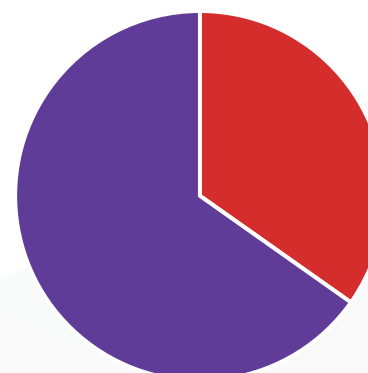
46%

Стоимость лекарств



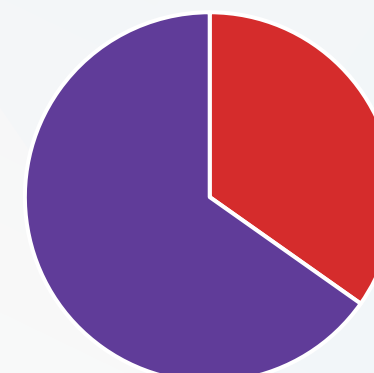
40%

Сравнение цен препаратов



32%

Инструкция по применению

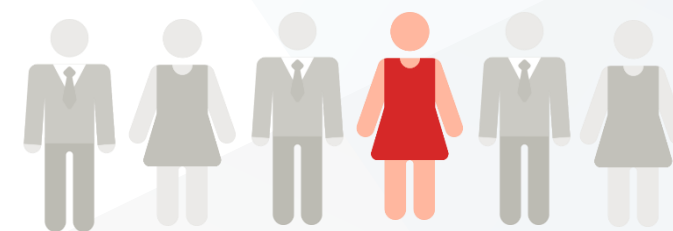


31%

Отзывы о препарате

Мобильные приложения

Россияне активные пользователи мобильных приложений. Рейтинг мобильных приложений из категории «Здоровье»:

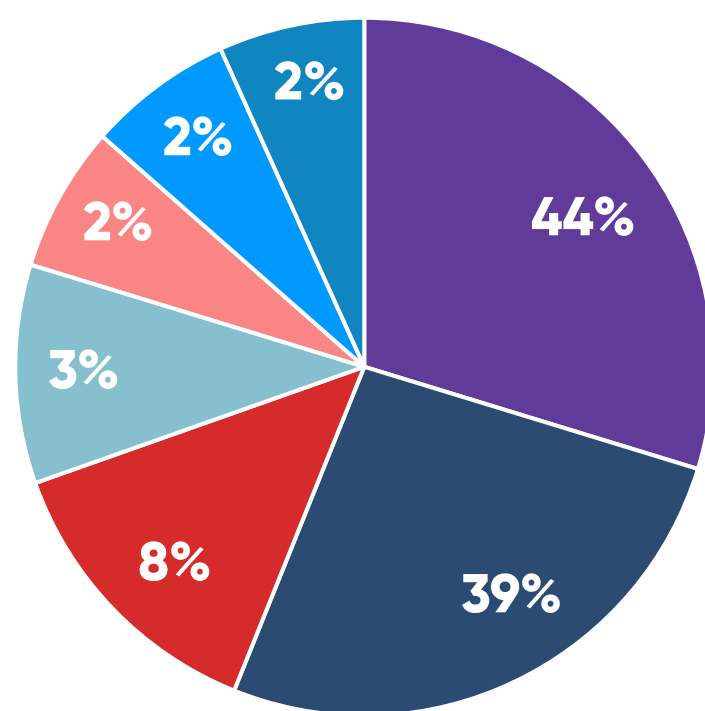


Каждый четвертый
использует мобильное
приложение из категории
«Здоровье»

Покупательское поведение

Для россиян важны четкие инструкции и социальные доказательства (отзывы и рекомендации). Четверть россиян покупают лекарства оффлайн, потому что боятся получить поддельное лекарство в интернете.

Драйверы покупок фармы



- Рекомендации врача
- Предыдущий опыт использования
- Рекомендации фармацевтов
- Хорошая цена
- Реклама
- Рекомендации друзей/семьи
- Хорошо известный препарат

Антисептики



+147%

Для лечения заболеваний органов дыхания



+111%

Противовирусные



+100%

На какие лекарства в России больше всего вырос спрос в 2020 году

Покупательское поведение

Количество онлайн-заказов в интернет-аптеках в 1 полугодии 2021 года увеличилось на 29%. За этот период времени сумма онлайн-продаж выросла на 33%, а средник чек увеличился на 3%.



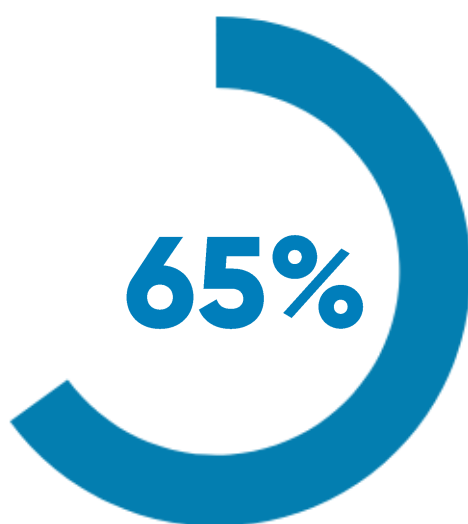
59%

женщин заказывают
лекарства онлайн



41%

мужчин заказывает
лекарства онлайн



Сами ставили себе диагноз и назначали лечение, основываясь на информации из интернета



Среди них бронировали и заказывали онлайн 1-2 раза в месяц

Онлайн-заказы с доставкой будут набирать популярность — заказывать лекарства на дом готовы **70%** пользователей.

Сегментация потребителей

Google и Kantar создали сегментацию покупателей по отношению к выбору того или иного препарата. Так, потребители из сегмента **тревожные больные (3%)** могут принимать лекарства даже при незначительной проблеме, доверяют советам из программ о здоровье и активно собирают аптечки.



Доверяющие докторам (39%)

- при плохом самочувствии обращаются к врачу
- Покупают лекарства по назначению врача
- Предпочитают офлайн-аптеки



Экономные (10%)

- Стараются сами разобраться и выбрать оптимальное лечение
- Большое внимание уделяют распродажам и скидкам



Сторонники ЗОЖ (28%)

- Ведут здоровый образ жизни
- Уделяют достаточно времени профилактике
- Покупают лекарства при крайней необходимости



Фарма-эксперты (9%)

- Серьезно относятся к выбору препарата
- Внимательно изучают информацию
- Сравнивают разные мнения при выборе методов лечения и брендов



Безразличные (11%)

- Не задумываются о вопросах здоровья до возникновения проблемы
- В случае болезни покупают первое попавшееся лекарство

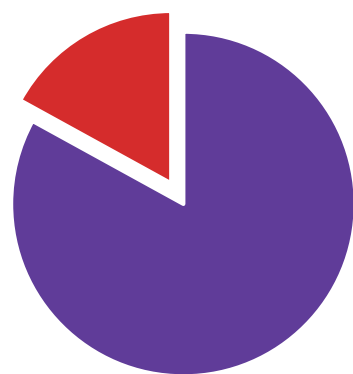
Влияние COVID-19

За год с начала пандемии в на **3%** выросла доля тех, кто определяет здоровье и здоровый образ жизни своей целью на ближайший год (с 45% в Q1/2020 до 47% в Q1/2021). Аналогично за год с начала пандемии значительно выросла доля людей, которые искали информацию о здоровье, медицине или лекарствах онлайн (с 44% в Q1/2020 до 48% в Q1/2021).



42%

поколения Y видят здоровый образ жизни своей целью на ближайший год.



83%

опрошенных в России хотели бы больше контролировать решения, связанные с их собственным здоровьем



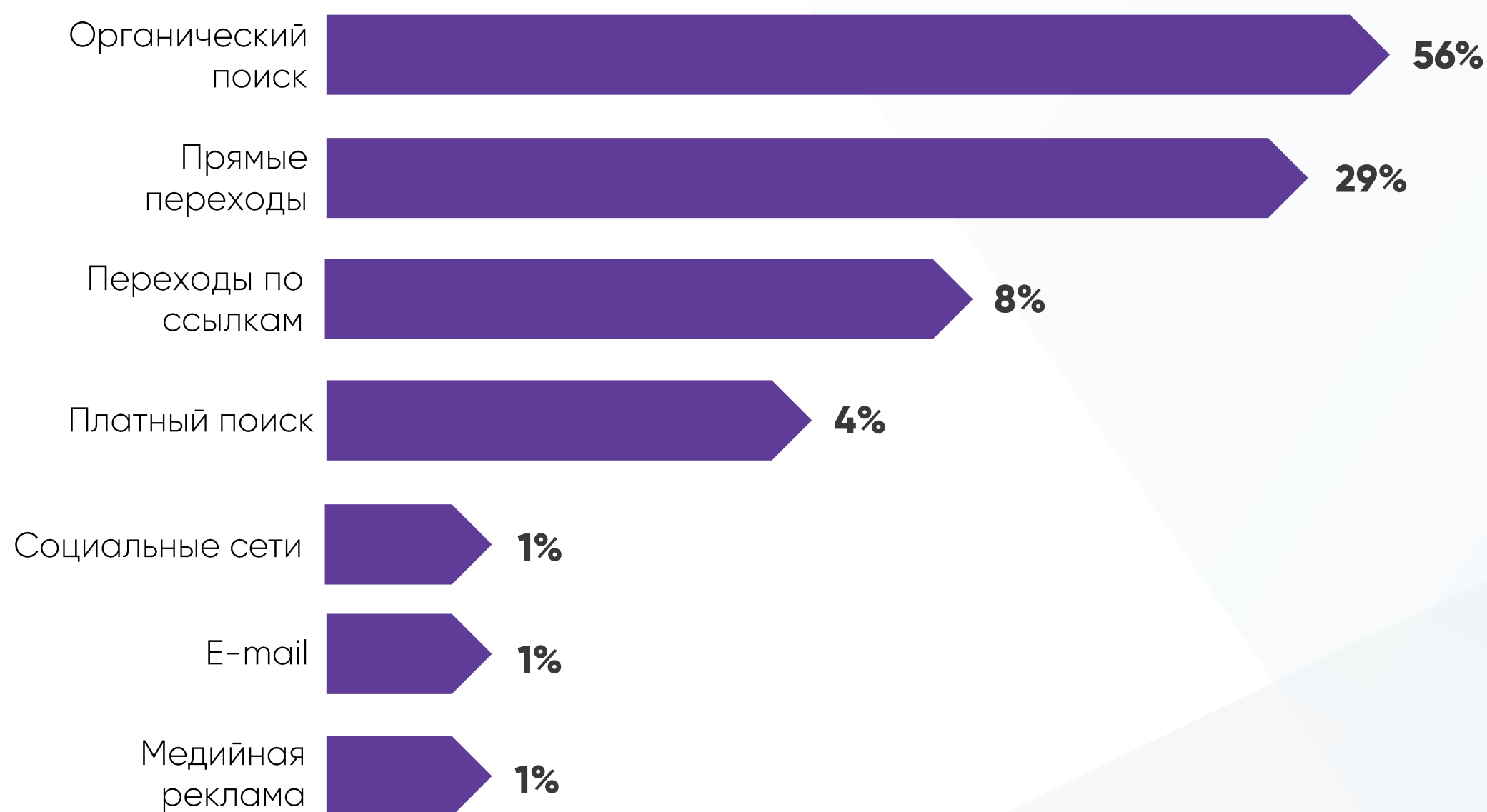
пандемия и карантинные мероприятия, которые привели к повышению спроса на доставку лекарств в **1,6-2,4 раза**.



Под влиянием covid-19 люди стали чаще использовать интернет для покупок фармацевтических средств.

Источники трафика интернет-аптек

Структура трафика отличается от средних значений по всему рынку eCommerce повышенной долей органического поискового трафика, а также минимальной долей email-переходов, трафика из социальных сетей и медийной рекламы.



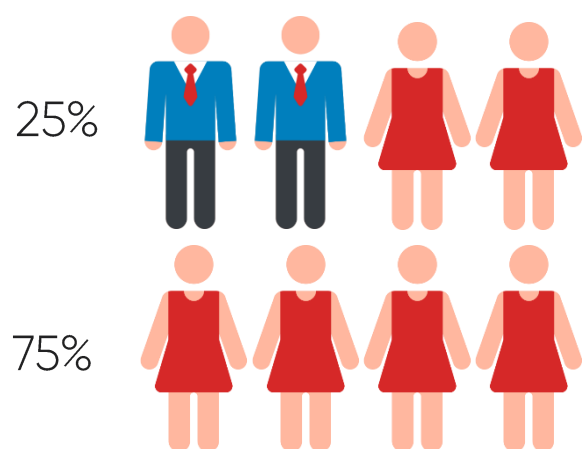
94 миллиарда рублей составил общий объем онлайн продаж и бронирований товаров в аптеках в 2021 году.



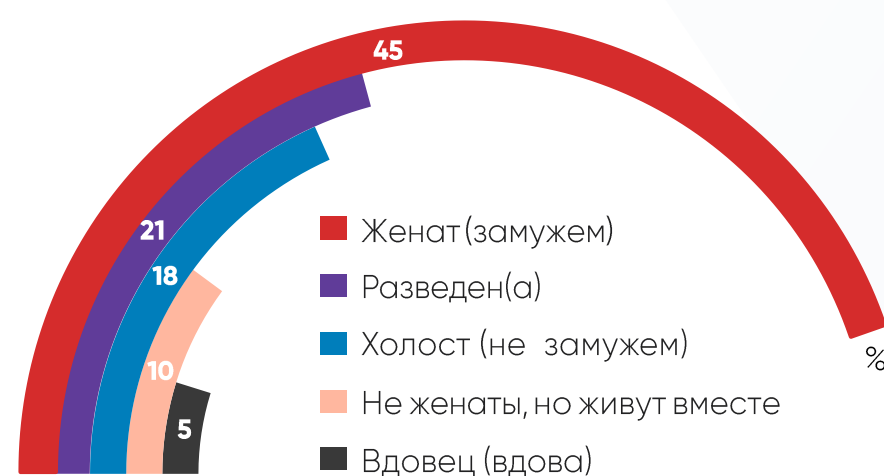
Портрет пользователей

Портрет пользователей с интересом к тематике «Здоровье» выглядит следующим образом.

Пол



Семейное положение



Образование

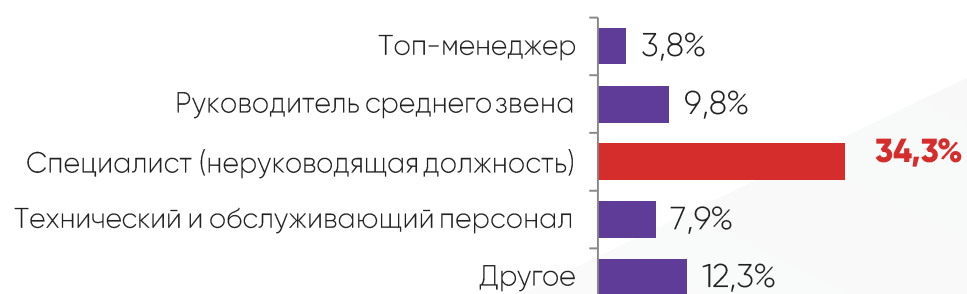


Статус занятости

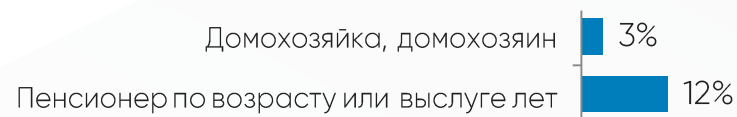


78% - работают
22% - не работают

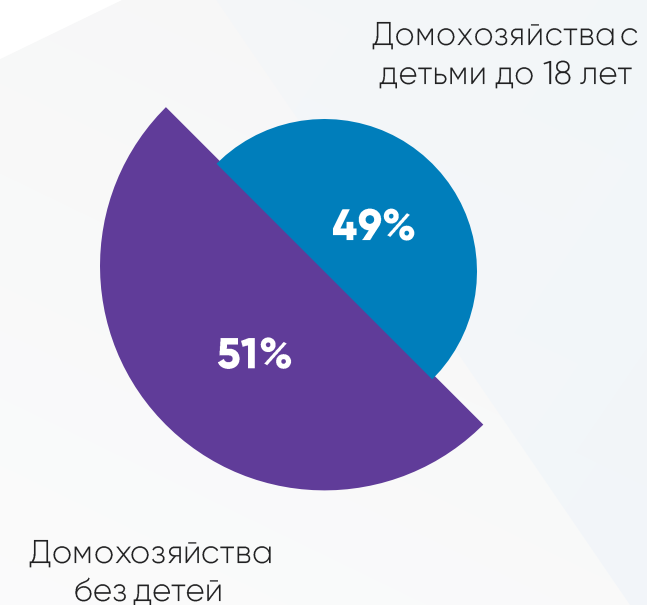
Занимаемая должность и статус неработающих



Социальные группы



Наличие детей



Сезонность интересов

Интерес пользователей к тематике здоровья зависит от сезона года. Например, «Аптека, лекарства, БАДы» наиболее интересны в период простуд — **в феврале-марте и ноябре-декабре.**

Просмотры, в % от среднемесячного по году

	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Здоровье	99%	96%	106%	107%	104%	93%	89%	90%	90%	103%	110%	113%
Медицина общая	92%	94%	113%	103%	99%	97%	91%	91%	89%	104%	110%	117%
Аптеки и лекарства	102%	104%	112%	105%	103%	94%	87%	87%	91%	103%	109%	104%
Клиники	100%	104%	114%	107%	103%	94%	86%	86%	88%	101%	111%	105%
Оптика	91%	93%	108%	102%	99%	92%	81%	78%	68%	94%	143%	151%
Диеты и здоровое питание	87%	103%	122%	113%	101%	92%	85%	85%	75%	93%	124%	121%
Народная медицина	86%	86%	106%	96%	95%	99%	95%	93%	83%	103%	130%	127%
Стоматология	91%	98%	112%	105%	100%	98%	95%	97%	89%	97%	109%	109%
Санатории и дома отдыха	81%	81%	92%	92%	105%	123%	135%	124%	95%	92%	91%	89%
БАД и гомеопатия	103%	129%	155%	77%	64%	49%	68%	68%	97%	118%	134%	137%

Высокий интерес аудитории к медицине наблюдается **в начале весны и в конце осени:**

Интерес к диетам и здоровому питанию возрастает **в марте и в ноябре-декабре.**

Период высокого интереса к клиникам, оптике и стоматологии — **начало весны и начало зимы.**

Санатории и дома отдыха наиболее интересны посетителям **летом.**

Свяжитесь с нами для получения
более подробной информации по
info@nt.technology

