



Совершенствуя бизнес,  
улучшаем мир

# Пандемия COVID-19 стала катализатором продвижения лекарственных препаратов через цифровые каналы связи

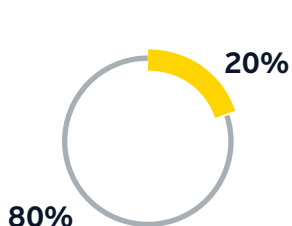


Цель исследования – анализ изменений в подходах к организации деятельности медицинских представителей в Российской Федерации, США, Европе, Ближнем Востоке, Африке и Латинской Америке.

Летом 2020 года глобальная команда EY провела исследование международного фармацевтического рынка. В рамках опроса своим экспертным мнением поделились представители разных функций фармацевтических компаний.

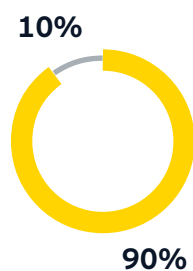
Позднее, в сентябре-октябре 2020 года, специалисты EY в России провели аналогичное исследование среди представителей крупных фармацевтических компаний, работающих на российском рынке. Мы опросили сотрудников разных уровней: средний менеджмент, непосредственно отвечающий за работу медицинских представителей, и высший менеджмент, в лице руководителей российских подразделений фармацевтических компаний.

Доля международных и российских фармацевтических компаний, принявших участие в опросе



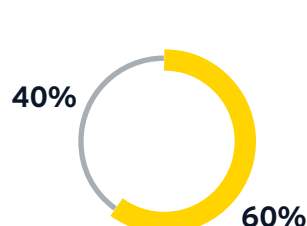
- Российские
- Международные

Доля инновационных и дженериковых компаний, принявших участие в опросе



- Инновационные
- Дженериковые

Состав продуктового портфеля опрошенных участников фармацевтического рынка в России



- OTC/RX
- RX

## Контактная информация



### Дмитрий Халилов

Партнер, Руководитель направления по оказанию услуг предприятиям медико-биологической отрасли, Центральная, Восточная, Юго-Восточная Европа и Центральная Азия

Тел.: +7 495 755 9757

[dmitry.khalilov@ru.ey.com](mailto:dmitry.khalilov@ru.ey.com)



### Анна Гусева

Партнер, руководитель группы по оказанию консультационных услуг по сделкам предприятиям медико-биологической отрасли в СНГ

Тел.: +7 495 641 2944

[anna.guseva@ru.ey.com](mailto:anna.guseva@ru.ey.com)

# 1 Активное развитие цифровых каналов связи обеспечивает новые возможности коммуникации с целевой аудиторией.

Преимущества цифровизации:

- |  |  |   |
|--|--|---|
| 1 Повышение качества ухода за пациентами и улучшение результатов лечения | 2 Оперативный доступ к информации о методах лечения и обучение врачей с использованием современных цифровых технологий | 3 Высокий уровень информированности пациентов при принятии решения о процессе лечения |
| 4 Двусторонняя коммуникация между врачом и пациентом                     | 5 Повышение приверженности лечению у пациентов   | 6 Укрепление партнерских взаимоотношений с медицинскими представителями               |

# 2 Согласно результатам международного обзора EY, развитие цифровых технологий и обучение персонала – приоритетные направления для инвестиций в большинстве опрошенных фармацевтических компаний.

Фармацевтические компании в мире готовы инвестировать в цифровые технологии и решения, чтобы обеспечивать прямую связь с потребителями.

Они согласны вкладывать средства в развитие персонала и найм новых кадров, которые могут работать в цифровом поле в сегодняшних изменяющихся условиях.

В какие сферы инвестирует ваша компания?



### 3 Доля виртуальной коммуникации сохранится на уровне около 30%, даже в случае отмены карантинных ограничений и возврата к привычному формату работы медицинских представителей.

#### Глобальная картина

- ▶ Доля цифровых каналов продвижения в многоканальной структуре взаимодействия компаний с врачами составляет 60%.
- ▶ Как следствие, 30% респондентов ожидают в следующие один-два года сокращения штата медицинских представителей.

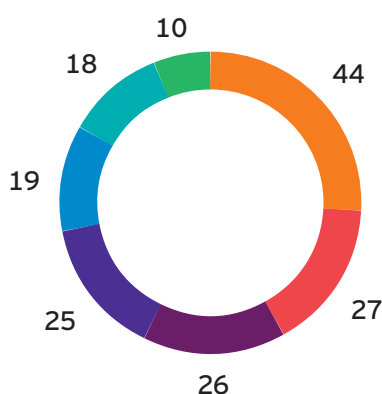
#### Локальная картина

- ▶ Доля электронных каналов связи в многоканальной структуре продвижения фармацевтических компаний в России, несмотря на снижение карантинных ограничений, составляет 40%.
- ▶ 82% опрошенных считают, что в краткосрочной перспективе доля очных встреч и взаимодействия в режиме офлайн не вернется к прежнему уровню, и предпочтительными останутся онлайн-визиты.
- ▶ 64% респондентов ожидают роста спроса на найм специалистов по работе с электронными каналами продвижения.

### 4 Персональные удаленные визиты занимают третье место по эффективности среди всех каналов взаимодействия с врачебным сообществом в России.

- ▶ 82% опрошенных едины во мнении, что необходимо обучать штат медицинских представителей технике удаленных визитов.
- ▶ 44% компаний рассматривают возможность полного или частичного аутсорсинга функции маркетинга и продвижения лекарственных препаратов.

Интегральный показатель важности каналов по результатам опроса\*



- Персональные очные визиты медицинских представителей
- Офлайн-конференции/-семинары/-мероприятий/-тренинги и пр.
- Персональные удаленные визиты (посредством мессенджеров, смс, электронной почты и других сервисов) медицинских представителей
- Онлайн-конференции/-семинары/-мероприятий/-тренинги и пр.
- Профессиональные социальные сети для медицинских работников
- Сотрудничество с лидерами мнений
- Рассылки по электронной почте

\* Сумма показателей может превышать 100%. К данному вопросу было предусмотрено несколько вариантов ответов.

### 5 Дифференциация и адаптация контента – необходимое условие успешного продвижения лекарственных препаратов.

73% опрошенных участников российского рынка убеждены в необходимости разработки и внедрения специальных инструментов цифрового маркетинга, таких как:

- ▶ Платформы третьих провайдеров
- ▶ Профессиональные соцсети
- ▶ Собственные платформы продвижения.

Название EY относится к глобальной организации и может относиться к одной или нескольким компаниям, входящим в состав Ernst & Young Global Limited, каждая из которых является отдельным юридическим лицом. Ernst & Young Global Limited – юридическое лицо, созданное в соответствии с законодательством Великобритании, – является компанией, ограниченной гарантиями ее участников, и не оказывает услуг клиентам. С информацией о том, как компания EY собирает и использует персональные данные, а также с описанием прав физических лиц, предусмотренных законодательством о защите данных, можно ознакомиться по адресу: [ey.com/privacy](http://ey.com/privacy). Более подробная информация представлена на нашем сайте: [ey.com](http://ey.com). © 2020 ООО «Эрнст энд Янг – оценка и консультационные услуги». Все права защищены. ED None.

Информация, содержащаяся в настоящей публикации, представлена в сокращенной форме и предназначена лишь для общего ознакомления, в связи с чем она не может рассматриваться в качестве полноценной замены подробного отчета о проведенном исследовании и других упомянутых материалов и служить основанием для вынесения профессионального суждения. Компания EY не несет ответственности за ущерб, причиненный каким-либо лицам в результате действия или отказа от действия на основании сведений, содержащихся в данной публикации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению. Настоящее предложение не является публичной офертой; договор между компанией EY и клиентом заключается только в случае успешного прохождения процедуры принятия клиента. [ey.com/ru](http://ey.com/ru)