

Direct Marketing Pharma e-Marketing

e-Health Detailing

Interaktywna prezentacja produktu leczniczego

Szanowni Państwo!

Czas jaki lekarze gotowi są przeznaczać na spotkania z przedstawicielami medycznymi z roku na rok staje się krótszy, za to już co najmniej 87% lekarzy deklaruje aktywne korzystanie z Internetu*.

Odpowiedzią na zachodzące zmiany jest **e-Health Detailing**, czyli technologiczny odpowiednik standardowego przekazu promocyjnego stanowiący uzupełnienie lub zastępstwo tradycyjnych wizyt.

e-Health Detailing dopełnia standardowe działania w obszarze marketingu-mix stając się elementem przewagi konkurencyjnej, a **najlepsze wyniki uzyskuje się stosując komplementarny pakiet usług, w którym e-Health Detailing wspierają Direct Mailing, Telemarketing oraz Sampling.**

Przekaz ma postać interaktywnej prezentacji multimedialnej, z którą **lekarz może zapoznać się podczas wizyty przedstawiciela medycznego, na konferencji lub w innym, dogodnym dla siebie momencie, wchodząc na stronę internetową lub uruchamiając prezentację z nośnika zewnętrznego (CD, pendrive).**

Głównym celem e-Health Detailingu jest wyeksponowanie właściwości i zalet produktu oraz korzyści z jego stosowania, a także dostarczenie informacji:

- w interesującej i wygodnej w użytkowaniu postaci,
- we właściwe miejsce (segment docelowy),
- we właściwym czasie (cykl promocyjny),

przy jednoczesnej minimalizacji kosztów przedsięwzięcia.



Istotną zaletą tego narzędzia jest **możliwość zebrania informacji zwrotnych od lekarzy** (opinii o produkcie, o konkurencji, o preferencjach pacjentów). Nie bez znaczenia pozostaje także możliwość dotarcia do szerszej grupy odbiorców, nie objętej działaniami przedstawicieli medycznych.

Wykorzystaj to efektywne i skuteczne narzędzie, będące niekwestionowaną przyszłością komunikacji, jako jeden z elementów służących edukacji lekarzy i zwiększenia sprzedaży wybranych produktów.

**Źródło: Badanie przeprowadzone zostało przez IMS w 2006 i 2007 roku na ogólnopolskiej próbie lekarzy POZ o specjalizacjach lub w trakcie specjalizacji: choroby wewnętrzne, medycyna rodzinna (N 2006 = 4307, N 2007 = 1820).*

Twarde dane dowodzące skuteczności proponowanego rozwiązania wraz ze szczegółami oferty chętnie przedstawimy podczas spotkania.

Dobra wiadomość w wersji elektronicznej: www.dobrewiadomosci.healthdata.pl

Zapraszamy do kontaktu!



Tomasz Szeffler

Tomasz Szeffler

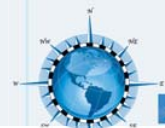
Prezes Zarządu
tel. +48 696 008 914
tomasz.szeffler@healthdata.pl



Mariusz Tylkowski

Mariusz Tylkowski

Dyrektor Zarządzający
tel. +48 696 008 908
mariusz.tylkowski@healthdata.pl



Rejs
po Wyspach
Dobrych
Wiadomości

HEALTHDATA

Health Data Management Sp. z o.o. www.healthdata.pl