

7**октября
2015**

PHARMA MARKETING DAY

в рамках VII Международной конференции
«ЧТО ПРОИСХОДИТ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ?»**Swissôtel**
Красные Холмы**LIONS
HEALTH**
part of Camille Lions**MEDINFORM** 
healthcare communications **infor-media Russia**
Контакты. Информация. Решения.

Программа конференции

09:00 – 10:00 Регистрация делегатов, утренний кофе, знакомство с коллегами.**10:00** – Начало конференции.

10:00 - 11:30 МАСТЕР-КЛАСС: Креатив по рецепту

**Ведущий мастер-класса: Сергей Белобородов**, исполнительный директор, «НоваМедика»

До прихода в компанию «НоваМедика» Сергей являлся директором рецептурного бизнеса в компании Teva, до этого возглавлял отдел по стратегии в рецептурном бизнесе «Новартис» в России, отвечал за гастро-бизнес Abbott и строил бренды в GSK. В его "портфеле" - успешный опыт развития незаурядных и выдающихся команд и брендов, известных всем, таких как Аугментин, Сумамед, Гептрал, Динамико и др., заслуживших признание в качестве лучших лончей года по версии IMS, получавших Платиновые унции и входивших в short list Каннских львов. Это достигалось благодаря синтезу стратегии и креатива, а также притяжению в команду талантливых людей. Как соединить талант, стратегию и креатив в рецептурном бизнесе расскажет наш мастер-класс.

На нашем мастер-классе мы научимся друг у друга:

- чем отличается **креатив в рецептурных брендах?**
- что такое **«бренд-платформа»** для рецептурного бренда и где ее взять?
- как соединить пациента и рецептурный бренд?
- как сделать МедПреда миссионером креатива?
- 5 проверенных способов разработать выдающиеся **идеи для креатива бесплатно.**

11:30 – 12:00 Перерыв на кофе

12:00 - 13:30 МАСТЕР-КЛАСС: «Не надо делать сложным то, что проще простого»: правила успешности маркетинговых компаний OTC-брендов

**Ведущий мастер-класса: Станислав Решетников**, директор по маркетингу, ПАО «Отисифарм» (ранее – OTC-подразделение Фармстандарт)

Окончил ММА имени И.М.Сеченова, фармацевтический факультет, к.ф.н. Основной профессиональный опыт связан с маркетингом и продвижением OTC-препаратов и Semi-ethical Rx-продуктов.

Опыт работы: Organon, Schering-Plough, Sanofi-Synthelabo, Ivax, Roche, Фармстандарт

Описание мастер-класса:

Екатерина Митина — продюсер конференции, Тел.: +7 (495) 995-80-04 доб. 1147, e-mail: e.mitina@infor-media.ru

Следите за обновлениями на сайте: www.what.pharma-conf.ru

* Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.

** Спикер имеет право не предоставлять презентацию своего доклада для общего пользования.

Успех маркетинга безрецептурных препаратов часто представляется сложносочиненной задачей, где в один клубок сплетаются коммерческая составляющая, коммуникации с конечным потребителем и профессиональным сообществом, медицинские и торговые представители, аптечные сети и так далее.

Это можно представить в виде бесконечного списка важнейших дел, которые нужно отработать максимально эффективно и тогда (может быть...) очередная промоционная кампания или лонч – будут успешны. А может быть и нет... Потому что еще есть такие совсем мистические факторы как «просто повезло»... «нашли фишку»... «попали в удачный момент»...

На самом деле, формула успеха гораздо проще чем кажется.

В ней есть много «шелухи», с малым влиянием на конечный результат, но эта «шелуха» отвлекает внимание маркетолога и вампирит его ресурс (время, силы, внимание и т.д.). А есть несколько действительно важных составляющих, которые определяют конечный результат кампании на 90%.

В ходе мастер-класса мы попробуем отделить зерна от плевел и сформулировать вопросы, которые должны быть проработаны в первую очередь. Тематически они будут затрагивать следующие основные блоки:

- **Безрецептурный препарат** как продукт. Что такое «плохой» и «хороший» продукт в безрецептурной фармацевтике. Возможности маркетолога.
- **Целеполагание:** мой продукт - для кого, где (в какой ситуации), как часто, вместо чего, почему. Чем отличается маркетинговая цель от бизнес цели и почему в брифе нельзя писать «хочу продать миллион упаковок» и ставить точку.
- **Приоритезация каналов** продвижения: аптечная розница или конечный потребитель? «Push & Pull» или «мой клиент меня все равно найдет»?
- **Коммуникационная стратегия:** чем отличается позиционирование от сути марки, и почему 10 ключевых сообщений является признаком маркетингового слабоумия.
- **Медицинский представитель в продвижении** безрецептурных брендов: что может и что не может сделать Field Force в ОТС.
- Создаем **рекламно-промоционные материалы:** практические советы.

13:30 – 14:30 Обед

14:30 - 16:00 МАСТЕР-КЛАСС: «Современный маркетинг ОТС/ RX. Новаторские подходы к современным реалиям рынка»



Ведущая мастер-класса: Елена Стрелецкая, генеральный директор, MedInform Healthcare Communications

Елена Стрелецкая окончила Российский Государственный Медицинский Университет им. Пирогова, кандидат медицинских наук. За 12 лет построила успешную карьеру в коммуникационной индустрии, специализируясь на фармацевтических брендах.

В 2005 году возглавила агентство MedInform Healthcare Communications. За это время агентство переформатировалось в группу компаний, специализирующихся на

коммуникациях в области здравоохранения, открылись подразделения компании в Украине и Казахстане. MedInform Healthcare Communications – один из основателей и лидеров российского рынка коммуникаций в сфере здравоохранения. В группу компаний входят агентства MedInform Selling Solutions - (outsourcing, outstaffing, специальные мероприятия, мотивационные программы), MedInform Media (размещение в специализированных медиа), MedInform Digital (цифровые технологии и новые медиа для фармбрендов), ZdravPunkt (креативное агентство для ОТС и RX продвижения), MedInform Академия (учебный центр для специалистов здравоохранения).

Высокая эффективность проектов, реализованных под руководством Елены, подтверждена наградами Effie. Среди них проекты для таких брендов, как «Фенотропил», «Зорекс», «Ринонорм», «9 месяцев» и тд.

Описание мастер-класса:

- От маркетинговых задач к выбору каналов продвижения: **коммуникационная стратегия для ОТС /RX брендов**

Екатерина Митина — продюсер конференции, Тел.: +7 (495) 995-80-04 доб. 1147, e-mail: e.mitina@infor-media.ru

Следите за обновлениями на сайте: www.what.pharma-conf.ru

*Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.

** Спикер имеет право не предоставлять презентацию своего доклада для общего пользования.

- Взаимодействие с покупателем, врачами, фармацевтами через доступные инструменты маркетинга и отслеживание эффективности непосредственно на продажах
- **Коммуникационные экосистемы.** Управления эффективностью на всех этапах проекта - от постановки KPI до оценки результатов
- **Оценка эффективности** вчера и сегодня: какие возможности открывает digital
- Возможности **shopper-marketing** для продвижения фармбрендов: как найти, понять и повлиять на решение своего потребителя

16:00 – 16:20 Перерыв на кофе

16:20-18:00 ПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛУЧШИХ РАБОТ международного фестиваля healthcare-коммуникаций Lions Health



Lions Health 2015 - креатив, меняющий жизни

**Куратор программы: Михаил Елагин, исполнительный креативный директор
Коммуникационной группы TWIGA**

Lions Health - главный мировой фестиваль-конкурс креативности в healthcare под эгидой фестиваля Cannes Lions. В этом году фестиваль собрал лучшие практики маркетинга и коммуникаций в области здравоохранения со всего мира: более 2000 кейсов, 86 наград, инновации и технологические решения, два дня вдохновляющих лекций от мировых экспертов.

На **Pharma Marketing Day** мы увидим и обсудим самые яркие, эффективные и актуальные коммуникационные решения в области медицины, здравоохранения, товаров для здоровья и социальной ответственности, реализованные в интересах фармацевтических компаний всего мира. Лучшие проекты Lions Health 2015 продемонстрируют творческий подход к специализированным коммуникациям в условиях законодательных ограничений и регулирования.

18:00 – 19:00 ДИСКУССИОННАЯ ПАНЕЛЬ СО СПИКЕРАМИ Pharma Marketing Day по итогам дня

Внимание! Открытый микрофон. Возможности неформального общения: выскажите свое мнение, расскажите о своем опыте продвижения брендов, поднимите интересный именно для вас вопрос к дискуссионному обсуждению с коллегами или просто поприветствуйте участников конференции!

19.00 Завершение конференции

Екатерина Митина — продюсер конференции, Тел.: +7 (495) 995-80-04 доб. 1147, e-mail: e.mitina@infor-media.ru

Следите за обновлениями на сайте: www.what.pharma-conf.ru

*Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.

** Спикер имеет право не предоставлять презентацию своего доклада для общего пользования.