

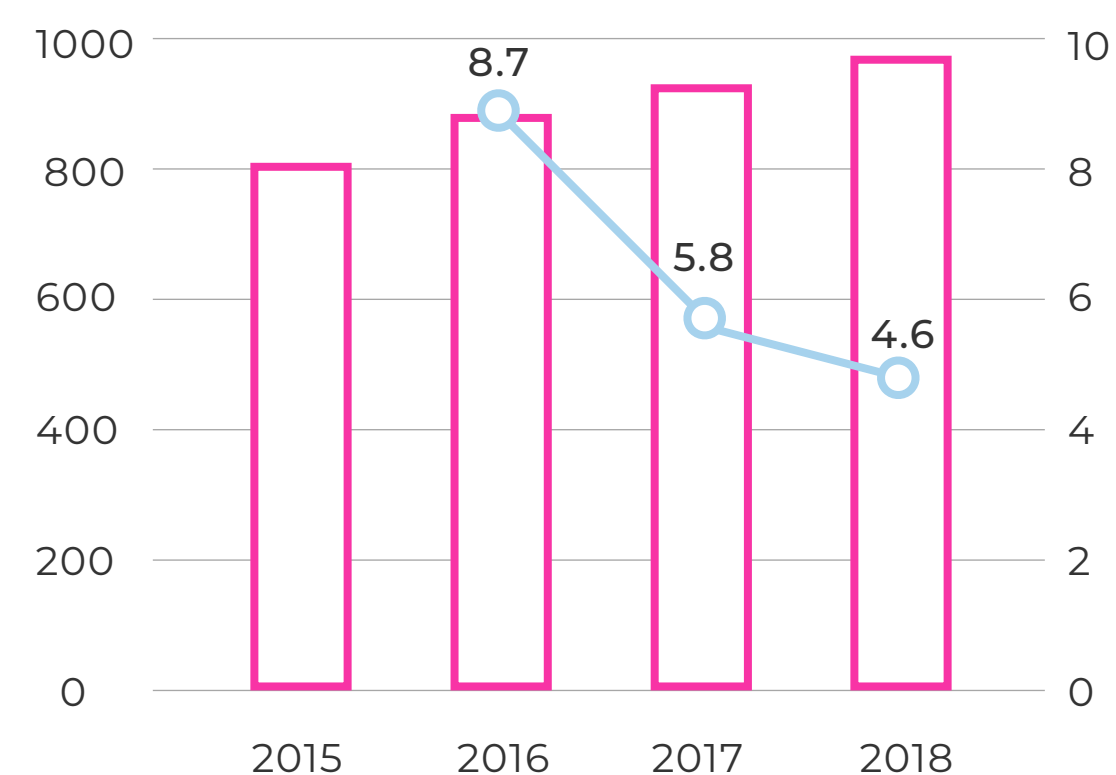
Хтоническая СИЛА МЕДИЙКИ





Коммерческий рынок лекарств последние четыре кризисных года демонстрировал рост, несмотря на неблагоприятную экономическую обстановку

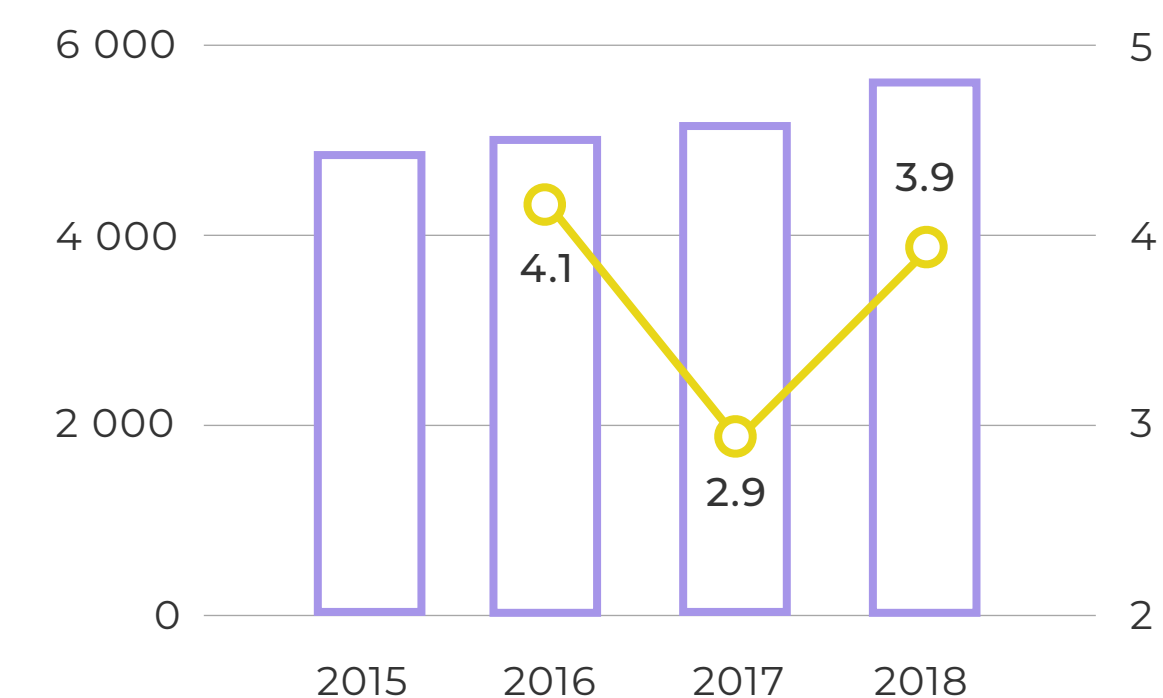
КАК В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ



Динамика рынка коммерческих ЛП
в денежном выражении, млрд руб

□ млрд руб ○ прирост, %

ТАК И В КОЛИЧЕСТВЕ ПРОДАННЫХ УПАКОВОК



Динамика рынка коммерческих ЛП
в натуральном выражении, млрд руб

□ упак. млн штук ○ прирост, %

Постоянное стремительное развитие
в сфере фармацевтики является
двигателем конкуренции

ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ И БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ

КАКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ПРОИЗОШЛИ В МАРКЕТИНГОВОМ
БЮДЖЕТЕ КОМПАНИИ

В 2018 УВЕЛИЧИЛСЯ НА

63%

В 2019 УВЕЛИЧИТСЯ НА

62%



СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

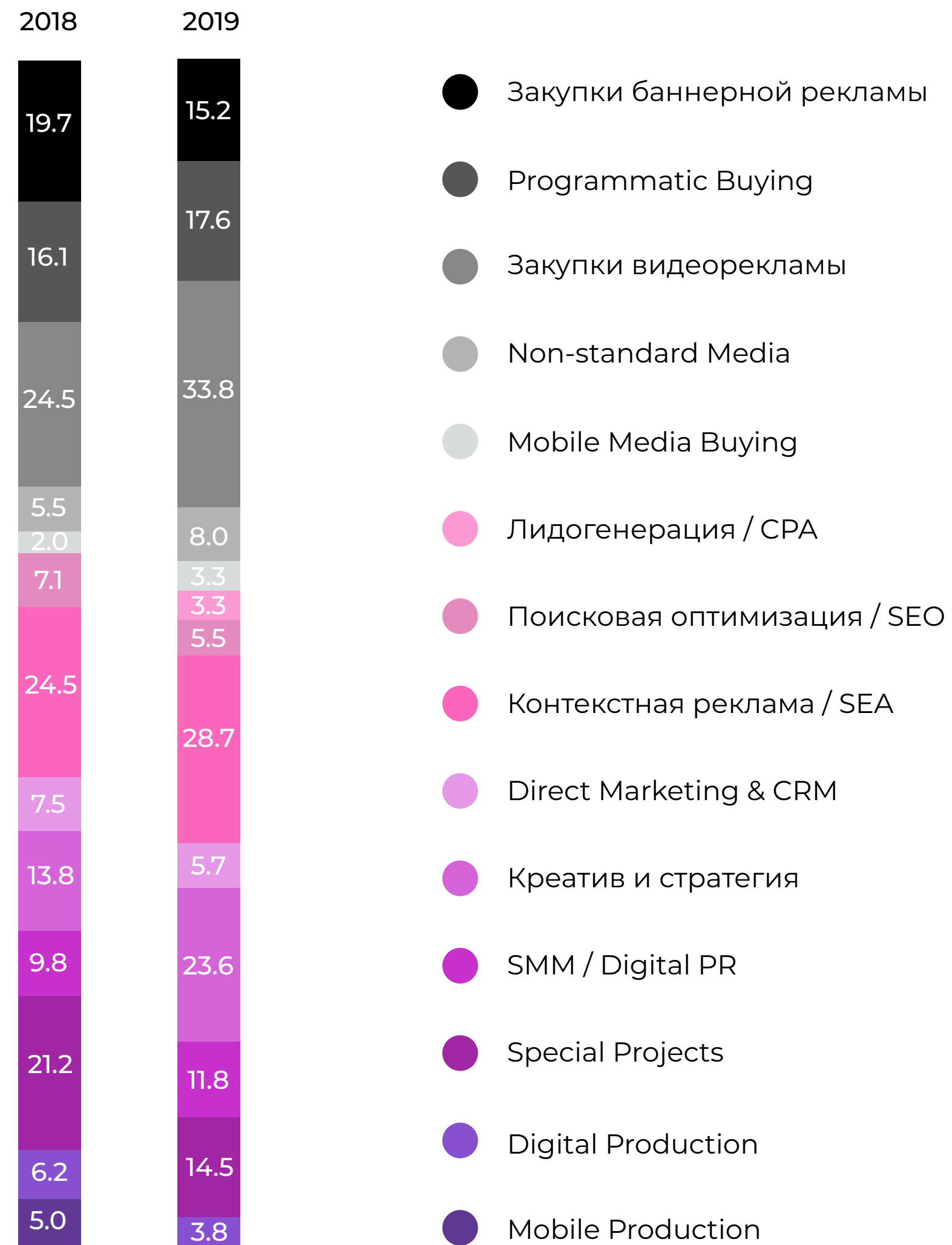


2018 г, %



С учетом такой конкуренции и развитию новшеств компании вынуждены использовать **инновационный подход в маркетинге** и активно тестировать новые технологии

DIGITAL-СПЛИТ ПО КАТЕГОРИЯМ



Источник: <https://adindex.ru/publication/analytics/forecasts/2018/12/19/230040.phtml>

Доминирующую долю занимает видео и контекстная реклама

В сегменте «Лекарственные препараты и биологически активные добавки» по доле в digital-бюджетах лидируют закупки видеорекламы и контекст — по **24,5%**, а также специальные проекты — **21,2%**

Очень дорого завоевывать внимание аудитории и бороться за Share of voice (SOV) в самых бюджетообразующих каналах коммуникации

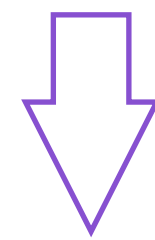


Тактика ближнего боя

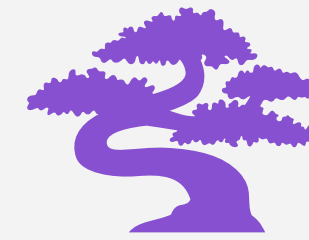
Механика рекламных коммуникаций



• • • Медийная стратегия продвижения



OLV, БАННЕРЫ, КОНТЕКСТ



Контентная стратегия продвижения



СТАТЬИ, СПЕЦПРОЕКТЫ, SMM





ЕСТЬ КУДА РАСТИ

СТАТЬИ И СПЕЦПРОЕКТЫ

- Снижение стоимости контакта в зоне спецпроекта и стоимости прочтения статей
- Удешевление костов за продакшн спецпроектов
- Оплата за контакт **ТОЛЬКО** с целевой аудиторией
- Использование широких аудиторных настроек при анонсировании статей и спецпроектов
- Возможность работы с аудиторией в рамках других площадок (post-view ретаргетинг, триггерные механики)
- Возможность оптимизировать настройки кампании в режиме он-лайн
- Подробнейшая post-campaign аналитика



**КАК ОБЪЕДИНИТЬ
КОНТЕНТНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ
И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ
ВОЗМОЖНОСТИ?**



Из числа топ-30 крупнейших рекламодателей в России

Mediatoday имеет опыт работы с **25**



Mediatoday работал еще тогда, когда доллар был по **25** рублей



Появился в эпоху когда бюджеты на smm еще не выделялись



Развивалась в период рассвета сегмента програматик

mediatoday



58.88 млн
уникальных пользователей в собственной DMP



Мультиформатная платформа
DESKTOP/MOBILE/VIDEO



3000+
подключенных площадок



Бизнес MediaToday стал занимать лидирующие позиции на рынке в эру Agile marketing



Сегодня в час когда правит прозрачность и верификация —

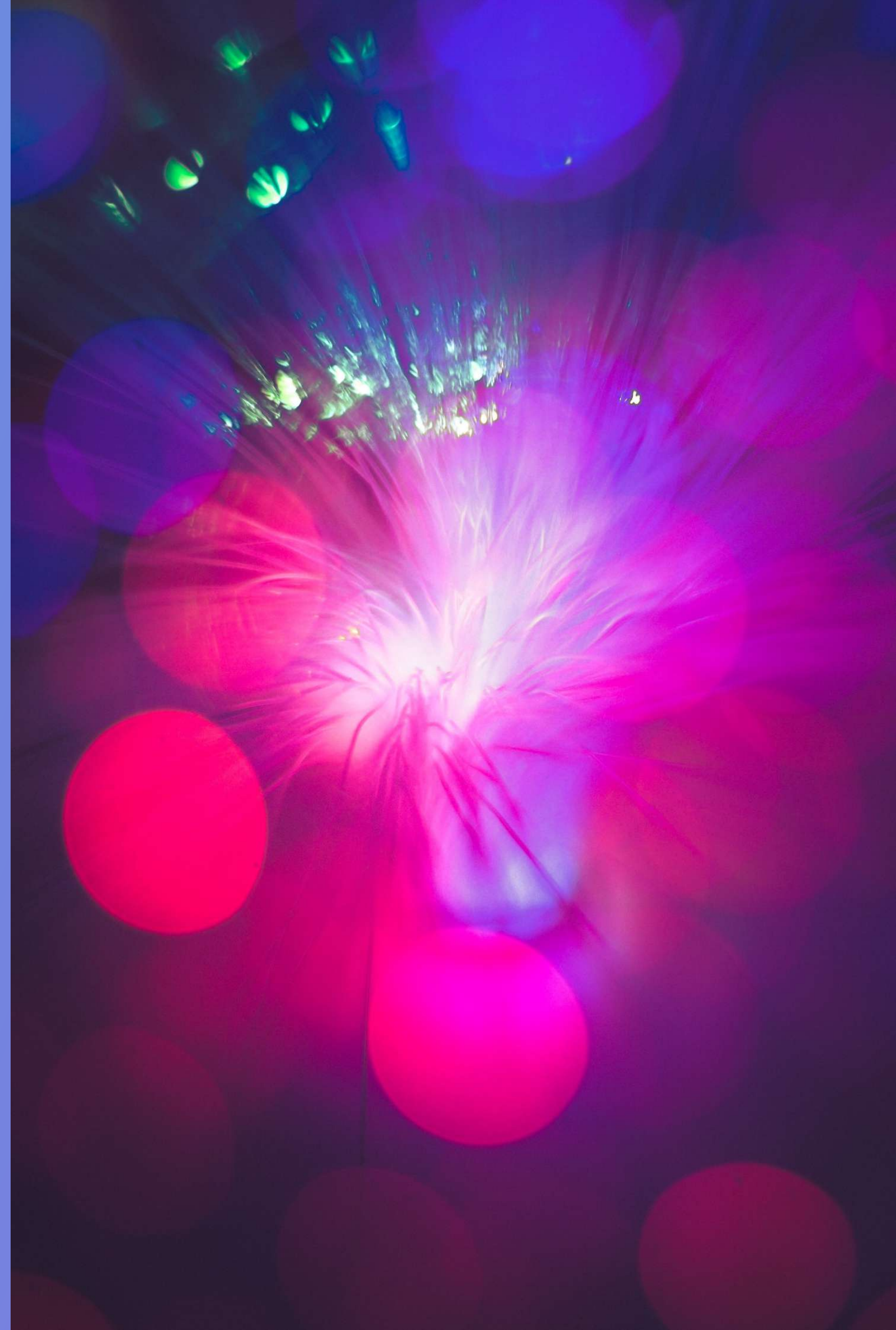
MediaToday разрабатывает новейшие технологии, которые соответствуют всем современным стандартам

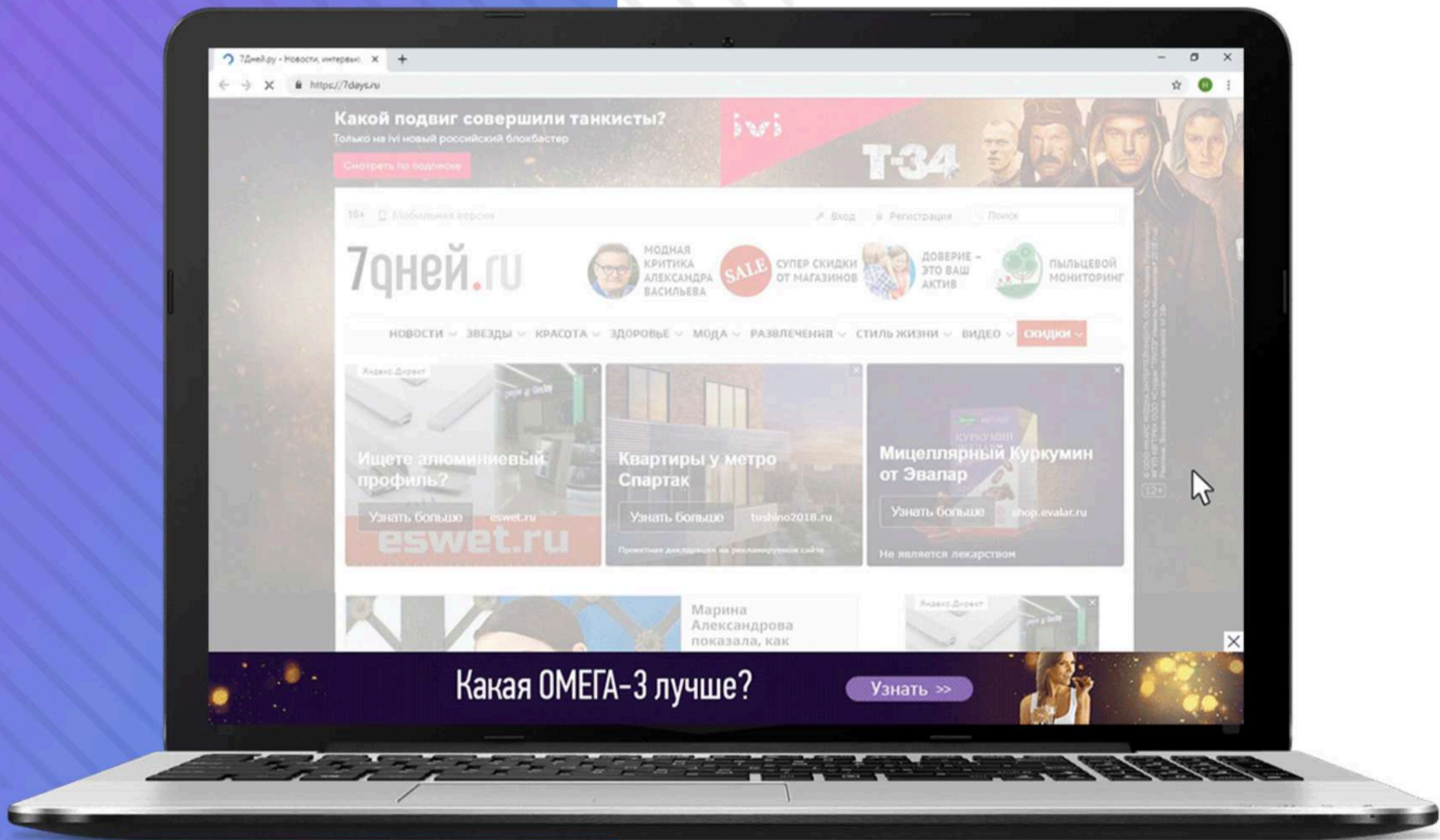


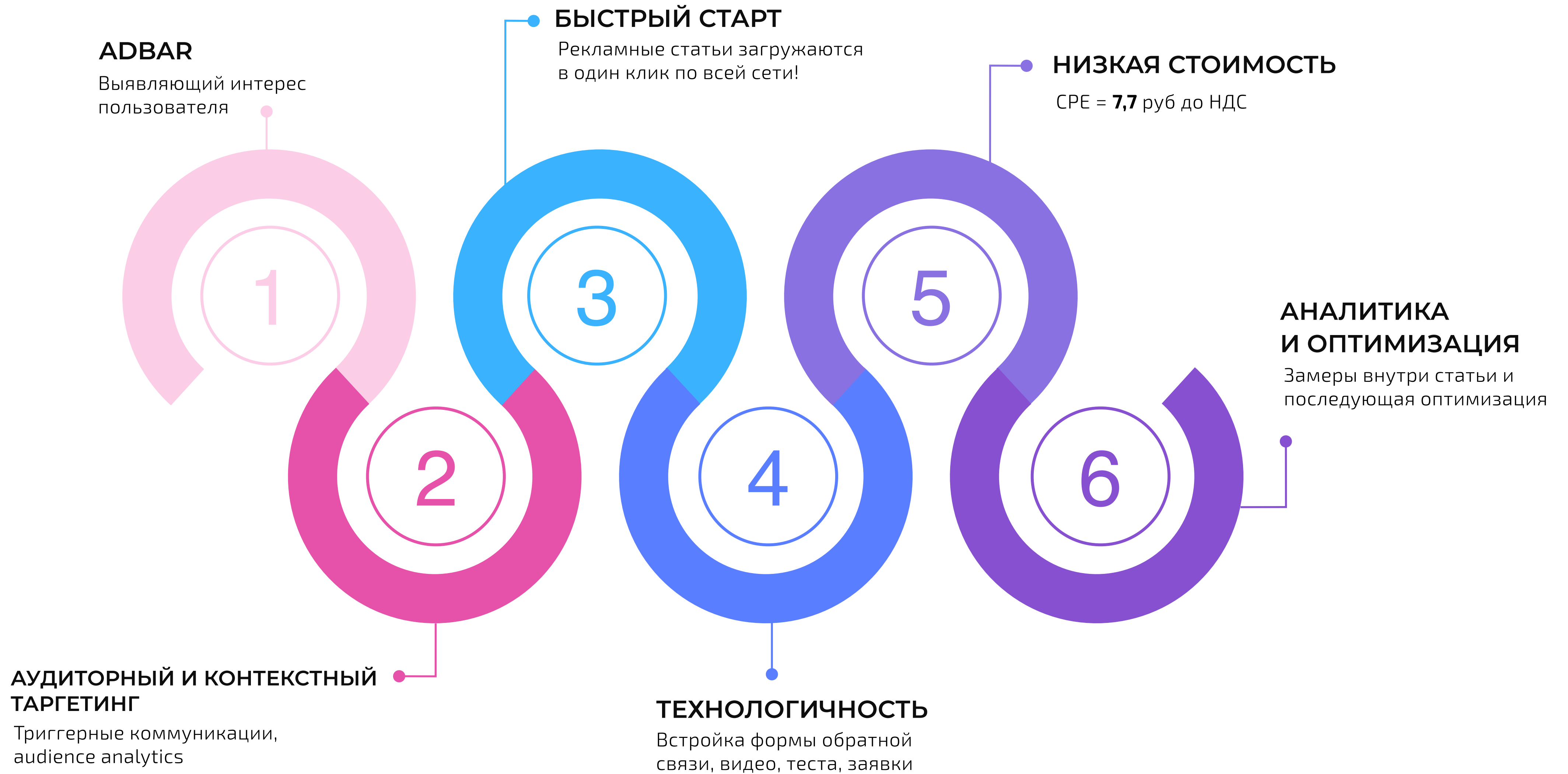
ADTEXT



КАК ЭТО БЫЛО







И если бы что-то
пошло не так



на помощь приходит...

Оптимизация AdText



ОПЕРАТИВНОЕ ВНЕСЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В

- Контент
- Настройки
- Таргетинги

НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПАРАМЕТРОВ:

- Время проведенное на странице AdText
- Показатель отказов
- Скроллы
- Выполнение целевых действий
Нажатие на кнопки, досмотры видео ролика, переходы на сайт и пр





ПРОЦЕСС РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ




АУДИТОРНЫЙ ТАРГЕТИНГ



РЕЗУЛЬТАТЫ ●

VTR – 3% CR – 2%
100% доскрол – 14.7%

Какая Омега-3 лучше?



На рынке огромный выбор препаратов Омега-3. Как выбрать действительно полезный?

Сегодня, пожалуй, всем известно, что Омега-3 необходима для здоровья сердца и сосудов, поддержания в норме уровня холестерина, для здоровья суставов, хорошего зрения, правильной работы нервной системы и мозга, сохранения памяти, внимания. Она незаменима для красоты и сияния кожи, и в целом – сохранения молодости. Однако не все знают, как определиться с выбором препарата в том изобилии средств, которое представлено сегодня на рынке.

1. Чистота сырья. Раньше рыбий жир был достаточно чистым и безопасным. Но постепенно, с развитием промышленности, повысилась загрязненность водоемов. Сегодня, зачастую, наблюдается заражение рыбы потенциально опасными продуктами такими как соли тяжелых металлов, диоксины, металлы и полихлорированные бифенилы. Попадая в организм, соли тяжелых металлов может привести к нарушению функции центральной нервной системы и другим нарушениям, кроме того, в неочищенном рыбьем жире могут присутствовать пестициды.


Поэтому рекомендуется принимать такие препараты, в которых для производства капсул используются только высокоочищенные Омега-3 ПНЖК. Для этого выбирайте препарат Омега-3 от производителей, который работает по международным стандартам качества GMP. Только производители высокого уровня и сырье высокого качества могут обеспечить по-настоящему качественный и чистый продукт.

Также важна страна-поставщик сырья. Норвегия или Германия. Они считаются одними из лучших поставщиков Омега-3 в мире.

Так, например, сырье высокой степени очистки содержит капсулы "Тройная Омега-3 Эвалар". В составе этих капсул рыбий жир из тела лососид хэмси и скумбрии. Это сырье высочайшего качества из Норвегии, закупленное у компании с мировым именем (SAS-Finno-Royce) с вышнейшей степенью очистки, превышающей требования даже европейской фармакологии. Препарат выпускается в условиях контроля качества GMP.

ПЕРЕТЯЖКА ADVAR

Какая ОМЕГА-3 лучше? [Узнать >>](#)



Отражает нативное коммуникационное сообщение. При наведении курсора открывается в fullscreen.



ОПТИМИЗАЦИОННЫЕ МЕРЫ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМОВ



КОНТЕКСТУАЛЬНЫЙ ТАРГЕТИНГ

Более 70 широкочастотных ключевых слов



РЕЗУЛЬТАТЫ ●

VTR – 4,5% CR – 7%
100% доскрол – 17.64%

POST-VIEW РЕТАРГЕТИНГ

ANTI-AGE

В 3 раза больше*

Омега-3

из отборной морской рыбы



*По сравнению с самой распространенной дозированной омега-3 - 300 мг

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ

CR - 3.4%



РЕКОМЕНДАЦИИ



- 01** Лучшие результаты показал таргетинг по ключевым словам
- 02** Чем короче текстовый контент, тем лучше результаты
- 03** Желательно проведение сплит-тестирования текстов разных статей и заголовков в тизере
- 04** Пользователь получает контент там, где ему удобно, "здесь и сейчас" без дополнительного перехода на внешние сайты

Хотите так же?

mediatoday



+7 (499) 959-13-73



partner@mediatoday.ru