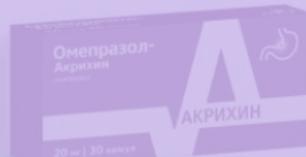


**ЦИФРОВОЙ
BRAND
DAY**

«Акридерм СК» и Future Lab: КАК ВЫРАСТИТЬ НОВЫЙ ПРОДУКТ В УЗКОЙ НОЗОЛОГИИ БЕЗ ТВ ПОДДЕРЖКИ



«АКРИДЕРМ СК» – ФОКУС ВМЕСТО МАСШТАБА:

РАЗБЕРЁМ РЕШЕНИЯ, КОТОРЫЕ ДАЮТ ПРИРОСТ ЭФФЕКТИВНОСТИ



ХРУСТАЛЕВА МАРИНА

Старший бренд-менеджер
АО «АКРИХИН»



МАРЦЕВА ЕВГЕНИЯ

Менеджер по развитию
цифровых коммуникаций
АО «АКРИХИН»

АКРИХИН

– компания с 90-летней историей заботы о здоровье

>200

Препаратов в портфеле

Топ-5

В рейтинге российских
фармацевтических
производителей¹

#1

в дерматологии

№1 по доле рынка²,
№1 в выписке дерматологов³

34

млн туб
в год

2,3

млрд таблеток
в год

100

млн упаковок лекарственных
препаратов в год

800

млн капсул
в год

2024: ЗАПУСК БРЕНДА АКРИДЕРМ СК.

Пополнение портфеля дерматологических средств



АРХИТЕКТУРА ПОДДЕРЖКИ

Фокус на построение доверия через нативную коммуникацию в digital медиа



ЗАПРОСЫ¹

+108 %
(2024/2025 г.)

РОСТ ВЫРУЧКИ РАСТВОРА²

x2,5
(2024/2025 г.)

Поэтапная работа с целевой аудиторией через построение знания среди аудитории в проблематике

2024 – старт Digital PK в марте

Задача:

Построение знания среди хроников, страдающих псориазом, с целью переключения на Акридерм СК раствор, как более доступную по цене альтернативу лидеру

#1 Отсутствие широкой поддержки: основная задача: переключение с конкурентов

#2 Синергия SEO & SEM: обработка поискового спроса в рамках брендовых и категорийных запросов

#3 Social-парсинг ключевых слов по узким тематикам и Display с ОФД- data

#4 ORM – контроль онлайн-репутации



2025 – укрепление позиций с начала года

Задача:

Рост знания об Акридерм СК среди хроников, страдающих перхотью
Стимулирование первой покупки бренда

Инструментарий:

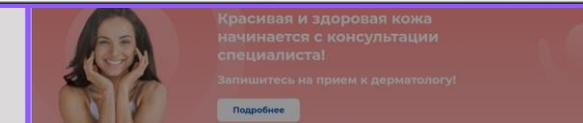
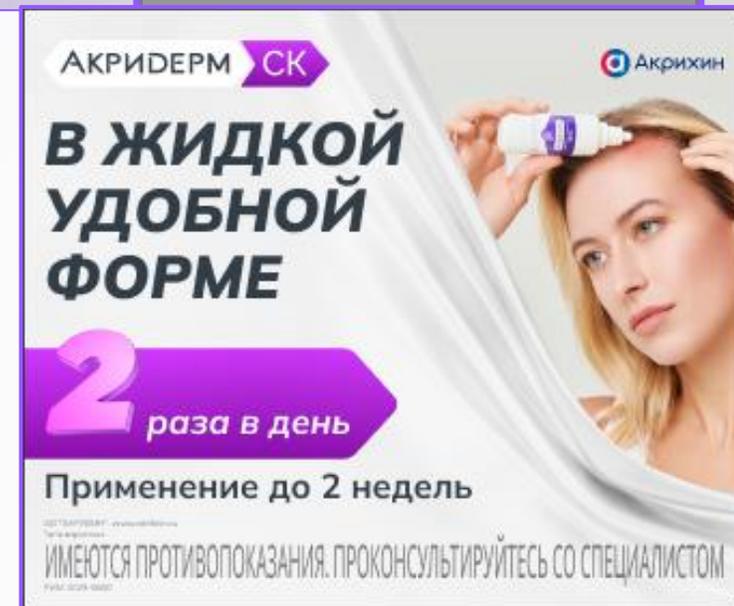
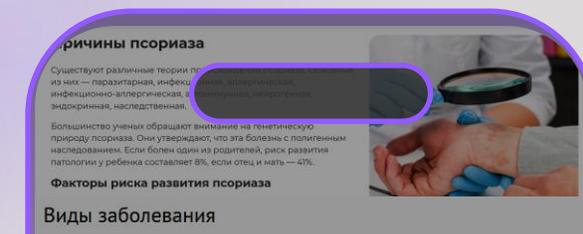
Display, Paid Social, Paid Search, SEO, E-pharm

- Акцент на нативные форматы для построение знания среди ЦА в момент потребности



- Стратегия продолжительного присутствия в течение года с акцентом на осень

- Подключение K50 для оптимизации Paid Search



Рост бренда – результат поэтапной комплексной работы с инструментарием и always on оптимизации

#1 РОСТ УЗНАВАЕМОСТИ И ИНТЕРЕСА ЧЕРЕЗ НАТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

ПромоСтраницы

Тактика точечного охвата поведенчески вовлечённой аудитории с актуальным запросом на решение кожных симптомов

UPLIFT:

+ 119% Search Lift, + 128% Visit Lift,
+ 14% CR Lift
- 78% Cost per Read

astralab

Brand Lift:

+7пп знание бренда*

+20пп запоминаемость бренда*

*среди группы, видевшей рекламу

#2 SEO поведенческий фактор

Получение **ВИДИМОСТИ** в Яндекс.Нейро

28%

запросов в ТОП-10 выдачи

↑
авг.2025

70-72%

запросов в ТОП-10 выдачи

↑

дек.2025

#3 E-PHARMACY CO-PROMO

Продвижение SKU через Яндекс Поиск и синтетический счетчик Я.Метрики на сайте ритейлера

ПОЛУЧЕНИЕ ДАННЫХ ПО ПРОДАЖАМ

Успешные практики:

- Тест стратегий «Конверсия в корзину» и «Конверсия в покупку»
- Снятие ограничения максимального CPC для успешного вхождения в аукцион

apteka.ru



#4 СЛЕДОВАНИЕ БЕНЧМАРКАМ

14+

бенчмарков, кроме стандартных медиа показателей

Ad Fraud (GIVT, SIVT), Targeting Accuracy, CR, Discrepancy (расхождение с верификатором) и др.

#5 АВТОМАТИЗАЦИЯ С ДАШБОРДОМ STARVISUAL

Starvisual Alert System

оперативные оповещения при превышении доли фрода в кампании

-44% бенчмарк IVT для 2-х подключенных брендов (10%-->5%).

-6% освобождено FTE команды на аналитическую работу

Starvisual

Обнаружены площадки с превышением уровня IVT

Период: с 30.11.25 по 03.12.25
Benchmark: 3%

Ниже представлена детализация по площадкам:

Бренд	Площадка	Показы	Доля IVT показов	Клики
Brand name 1	First Data	128 948	3,40%	0
Brand name 2	MediaToday	1 197 799	5,60%	8 518
Brand name 2	ivi (Smart TV)	759 114	3,20%	0
Brand name 3	MediaToday	1 503 409	4,50%	15 261

[Перейти в дашборд](#)

Это письмо отправлено автоматически системой мониторинга Starvisual. Не отвечать. В случае необходимости обращайтесь в отдел аналитики.

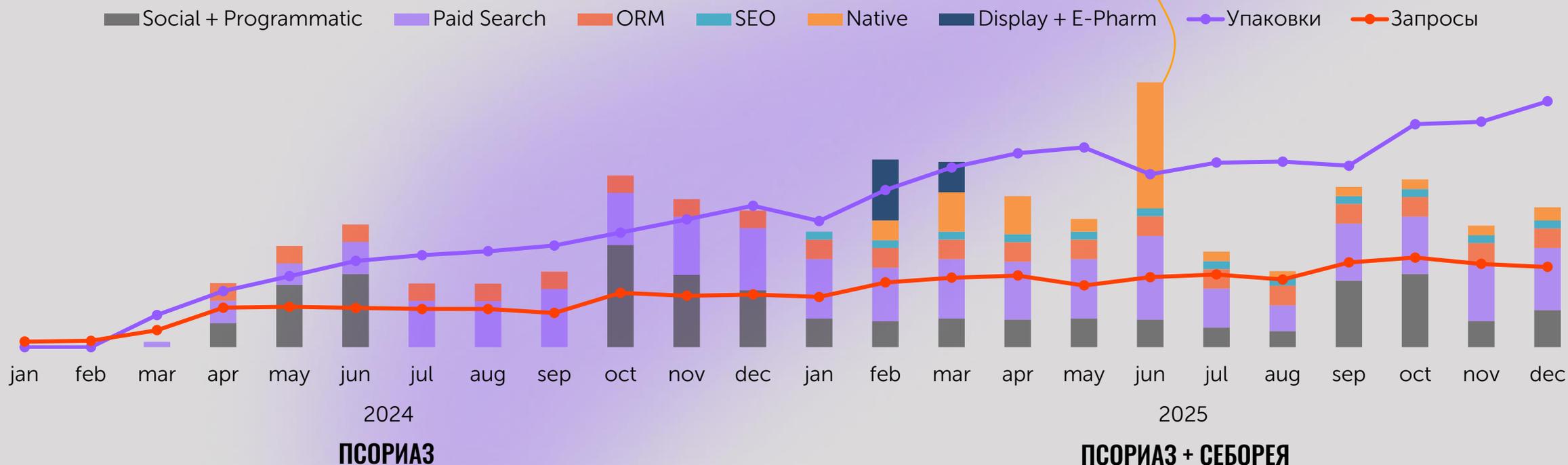
Регулярная оптимизация digital-тактики

для повышения эффективности РК и усиления НСР и промо-канала – дополнительный драйвер спроса

ДИНАМИКА МЕДИА-ИНВЕСТИЦИЙ, ЗАПРОСОВ И ПРОДАЖ

Проверенный сплит инструментов с доказанной эффективностью для информирования о запуске новой формы Акридерм СК в цифровых медиа

Эффект запуска Промостраниц и их последующей оптимизации: селекция лучших нативных статей для максимизации отдачи вложений

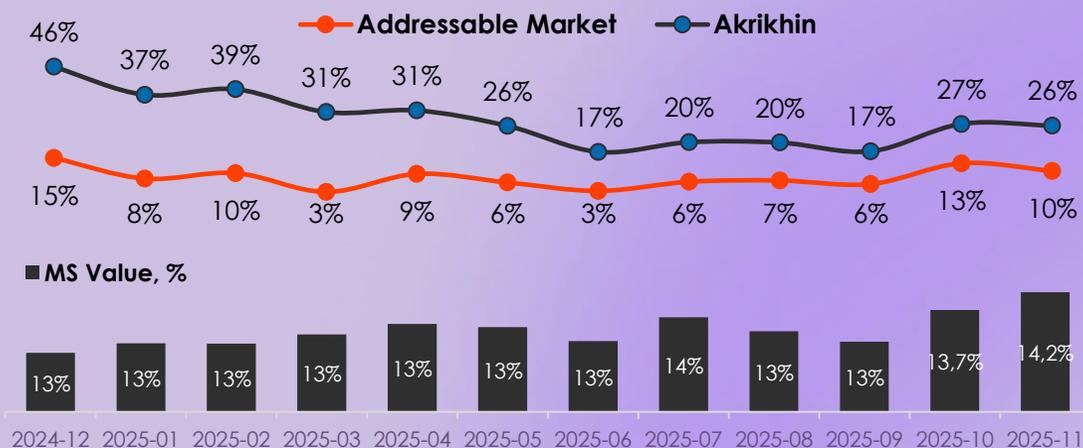


Раствор Акридерм СК стал самым быстрорастущим, оказав Halo-эффект и на SKU Акридерм СК мазь

#1 Форма раствора Акридерм СК успешно переключила на себя пользователей конкурентной группы и показала наиболее интенсивный рост в категории в натуральном и в денежном выражении

#2 Halo-effect: инкрементальный рост SKU мази

Динамика роста портфеля Акридерма vs категория, денежное выражение



ЗАПРОСЫ

+60 %

(Q4: 2025 VS 2024)

УПАКОВКИ

+81 %

(Q4: 2025 VS 2024)

РУБЛИ

+90 %

(Q4: 2025 VS 2024)

ДОЛЯ РЫНКА

+2 п.п.

(Q4: 2025 VS 2024)

Акридерм СК успешно растет в стагнирующей категории и является ее драйвером на фоне падения лидера

СИНЕРГИЯ ПОРТФЕЛЯ И ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ АКРИДЕРМ СК

ЦЕЛЬ 2026 – АКСЕЛЕРАЦИЯ НОВОГО ВИТКА РОСТА АКРИДЕРМ СК В ПСОРИАЗЕ

Векторы развития:

- #1** Сила **Brand Heritage Акридерм** – лидера в лечении дерматозов – для Акридерм СК
- #2** **Преимственность лучших практик 2025** – бесшовный подход с увеличением доли на Consideration-стадию и обучающих форматов глубокого и продолжительного контакта
- #3** **Акселерация нового витка роста в категории псориаза в 2026 году**
- #4** Продолжение **проникновения в репертуар пользователей** с проблематикой **себореи в комплексном лечении** с шампунями



АКРИДЕРМ **СК** ОТ АКРИДЕРМ БРЕНДА №1 В ЛЕЧЕНИИ ДЕРМАТОЗОВ¹

ЛЕЧЕНИЕ ПСОРИАЗА

В УДОБНОЙ ФОРМЕ РАСТВОРА

НЕ ПАЧКАЕТ ВОЛОСЫ

СНИМАЕТ ЗУД, ШЕЛУШЕНИЕ, ПОКРАСНЕНИЕ²

БЫСТРО ВПИТЫВАЕТСЯ

УДОБНО НАНОСИТЬ

Акрихин

ТГКС — топические глюкокортикостероиды.
1. По назначению дерматологов в категории ТГКС, Prindex Q3'2025.
2. Инструкция по медицинскому применению Акридерма СК раствора.
Реклама. АО «АКРИХИН». www.akrikhin.ru.

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ, НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ.

РИМ-2026-0067.



ЦИФРОВОЙ
**BRAND
DAY**

**Фокус – это экономия без потери
результата: концентрируем ресурсы там,
где рождается выбор**



Акрихин
90 лет заботы

future/lab



Starlink™