

Влияние Digital-рекламы на продажи в фарма-индустрии: миф или реальность? Кейс ОТРИВИН и MAIL.RU GROUP



АДИЛЯ ИЛЬЯСОВА
Digital Lead
GSK Consumer Healthcare

ЕВГЕНИЯ БАТУРИНА
Strategist
Mail.ru Group

ИРИНА ЗАБОЛУЕВА
Client Service Manager
Mail.ru Group

Фарма-индустрия и digital некоторое время назад



О бренде



линейка назальных
сосудосуживающих
спреев для взрослых и детей

Товарный знак принадлежит или используется группой компаний ГлаксоСмитКляйн АО «ГлаксоСмитКляйн Хелскер» РФ, 123112, г. Москва, Пресненская наб., д. 10, помещение III, комната 9, эт 6 +7 (495) 777-98-50



линейка аспираторов, сменных насадок
и изотонического раствора для малышей

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ОЗНАКОМИТЬСЯ С ИНСТРУКЦИЕЙ ПО ПРИМЕНЕНИЮ ИЛИ ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

Отривин



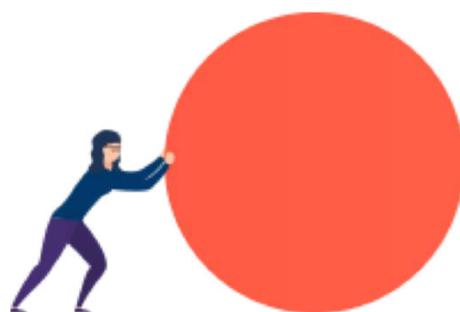
в категории



премиальная цена



сезонность



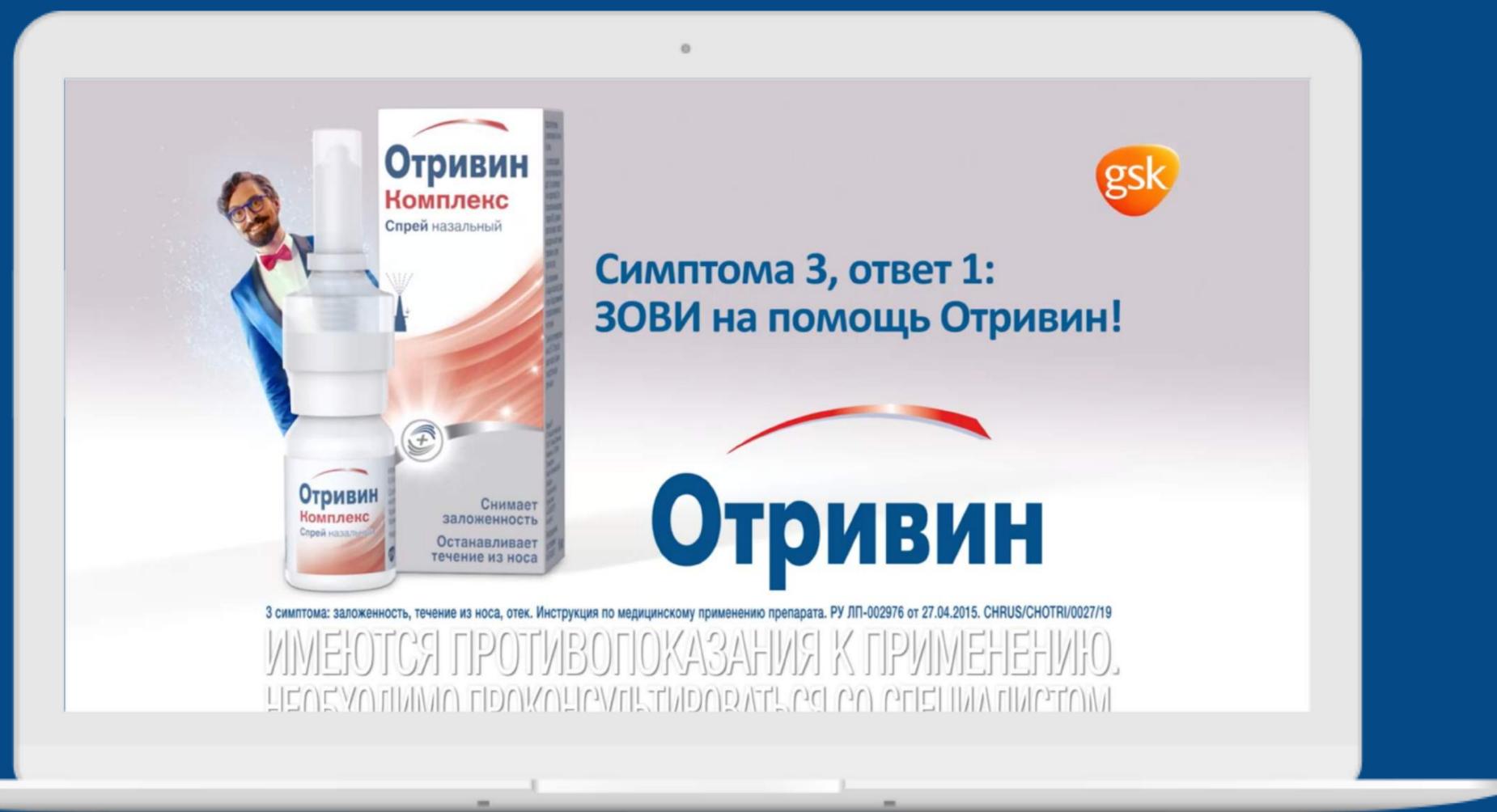
70 конкурентов

**ДОЛЯ
РЫНКА**



ПРОДАЖИ

Влияет ли digital на реальные продажи?



Запуск тестовой кампании
на ресурсах Mail.ru Group

Дизайн тестового исследования

1

Тест рекламной кампании на ограниченной географии для оценки влияния на продажи

2

Анализ базируется на сравнении тестового и контрольного города.

3

В тестовом городе запущена реклама на ресурсах Mail.ru Group, в контрольном городе показы сведены к минимуму

4

Остальные факторы дополнительно не контролируются

5

В ходе кампании анализируется динамика продаж в выбранных городах

6

По результатам кампаний оценивается прирост продаж

Выбор надёжного data-партнёра

В качестве партнёра для теста была выбрана компания Alpha Research & Marketing

Компания создает аналитические базы данных и проводит маркетинговые исследования по всем сегментам фарм рынка

Источник: данные Alpha Research & Marketing



>70%
покрытие аптек РФ

>100
клиентов

5 лет
на рынке

Сопоставимость – основной критерий выбора городов для теста

Саратов
тестовый город

Сопоставимость покрытия региона данными Alpha Research & Marketing

Географическое положение – города расположены в **350 км**

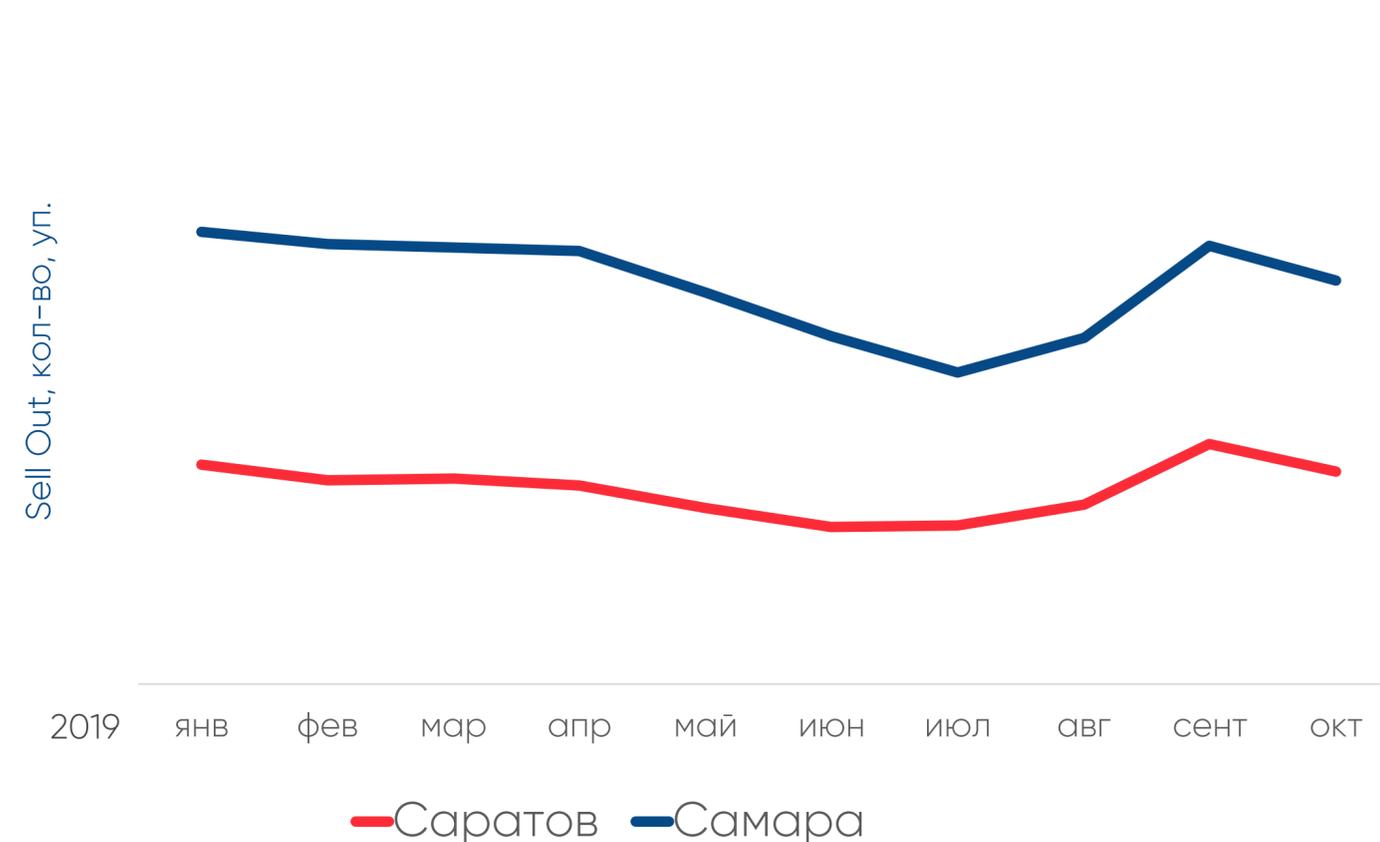
Крупные города России нас. > **800 000**

Самара
контрольный город

Сопоставимость тренда продаж, исходя из исторических данных

Возможность проведения охватной кампании в выбранном городе не менее **60%**

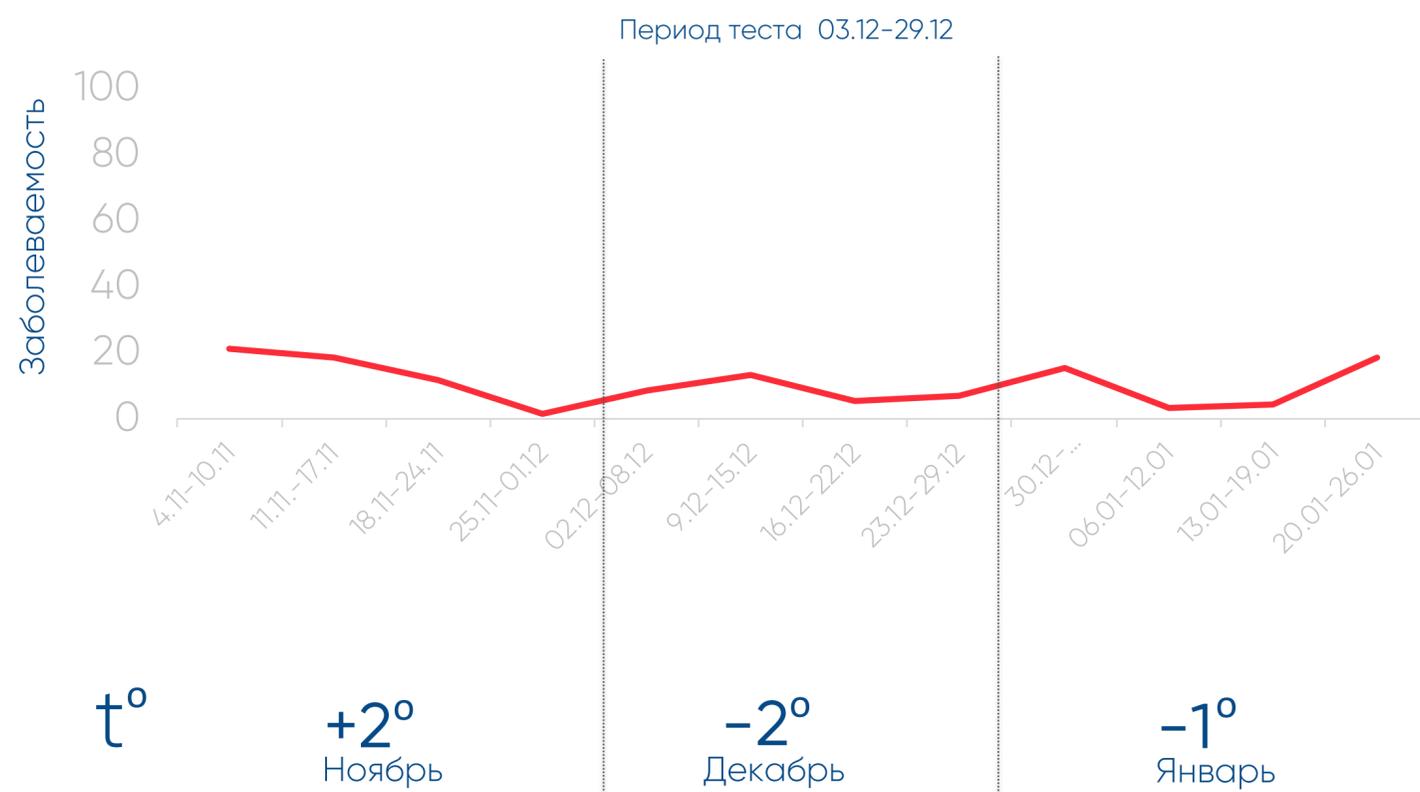
Продажи, категория, Sell out, уп.



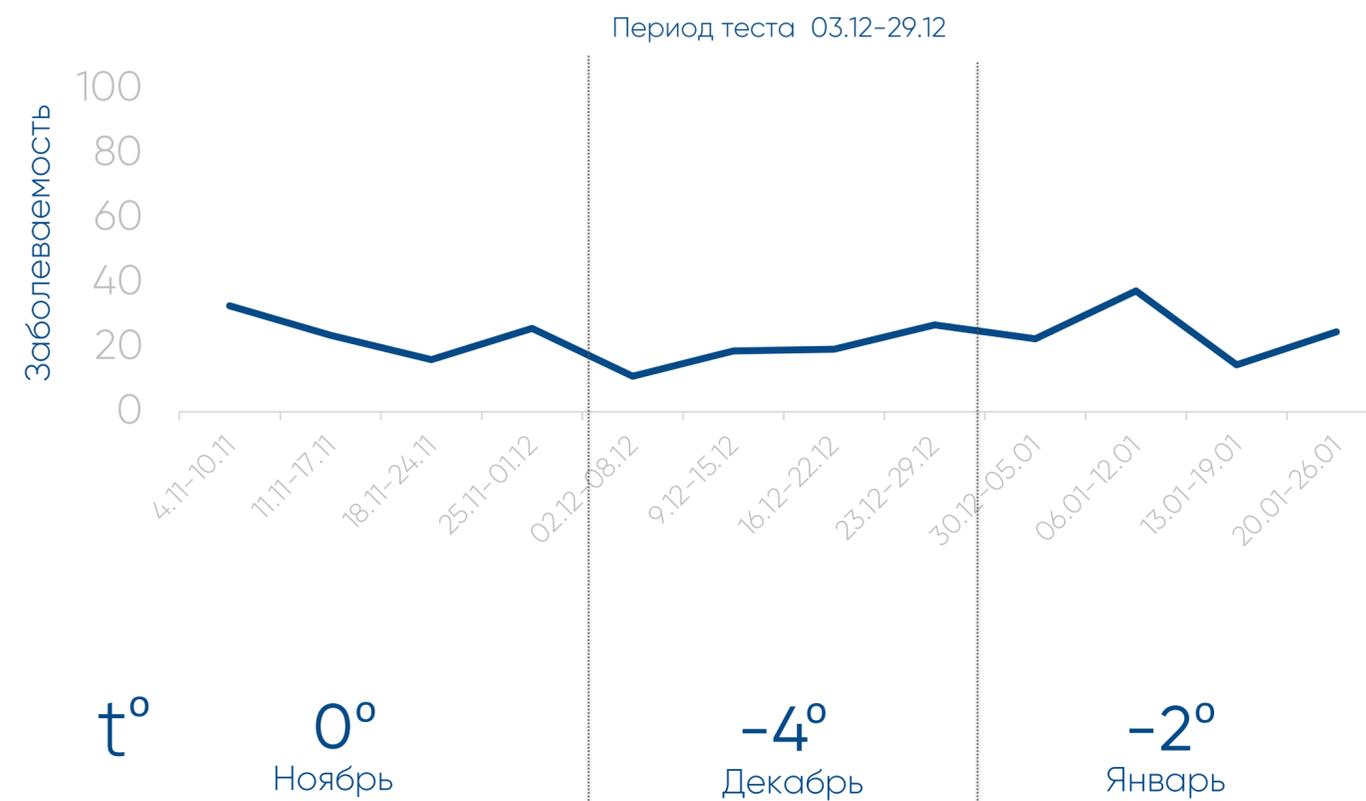
Уровень заболеваемости в городах в период теста был стабилен

В период теста уровень заболеваемости в обоих городах ни разу не превышал эпидемический порог более чем на 20%

Саратов



Самара



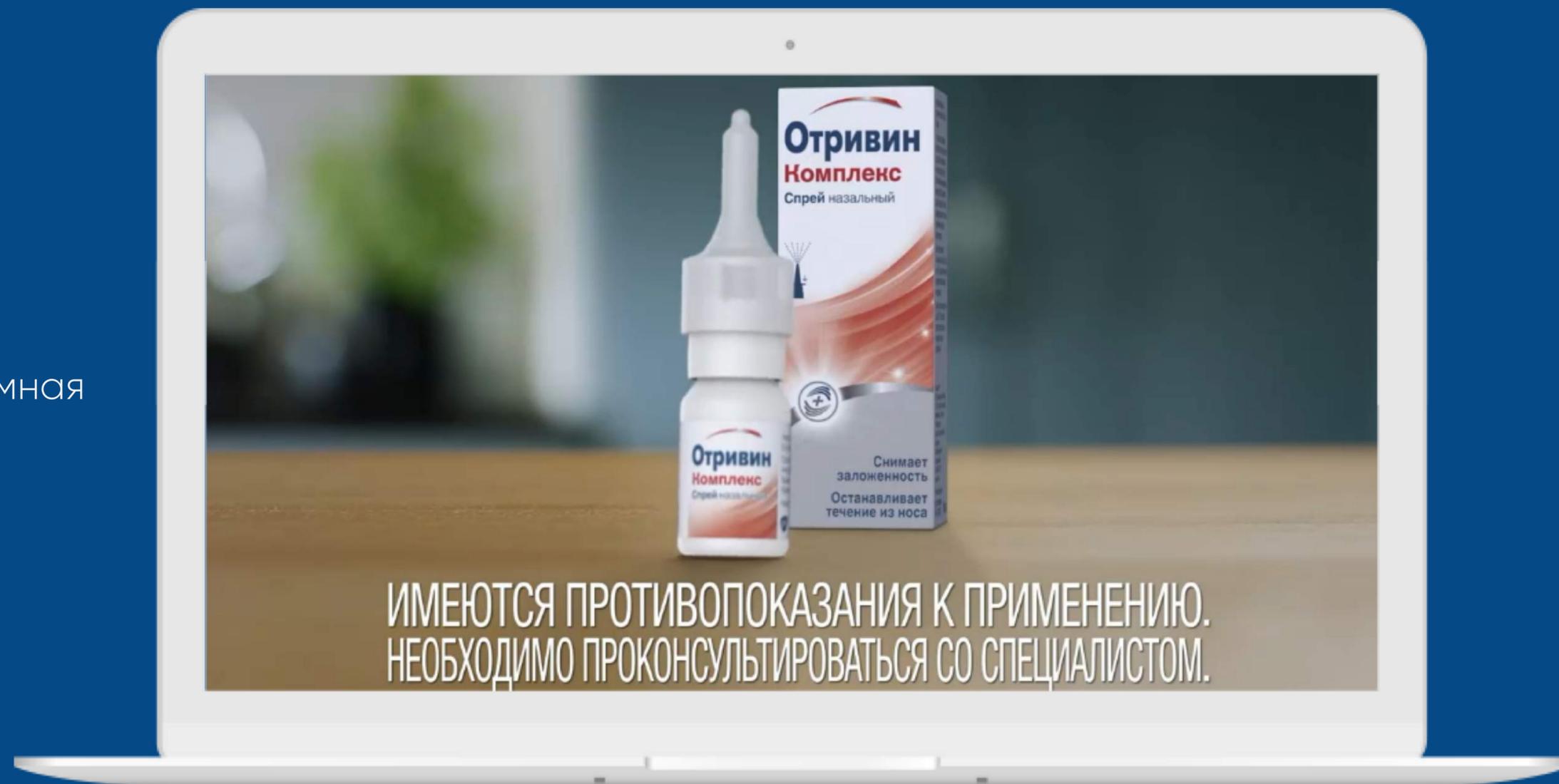
Параметры размещения

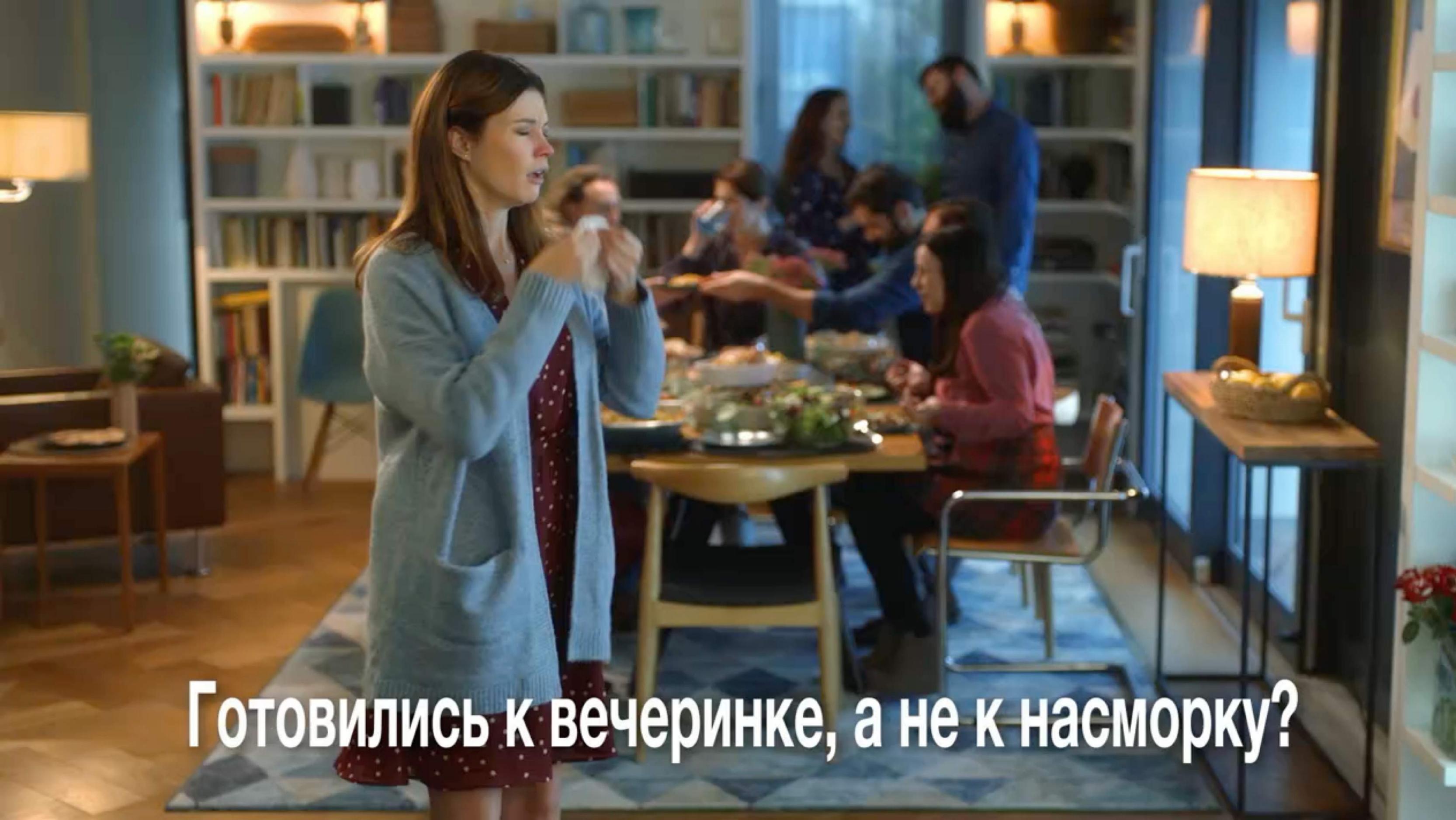
Продукт: Отривин Комплекс

Период: с 03.12.19 по 29.12.19

Формат: OLV, in-stream, 15 сек

Площадки: социальные сети и сервисы Mail.Ru Group и рекламная сеть myTarget



A woman with long brown hair, wearing a light blue cardigan over a dark red dress with white polka dots, stands in a dining room. She is holding a white tissue to her nose and sneezing. In the background, several other people are seated at a dining table, eating and talking. The room is dimly lit with warm lamps, and there are bookshelves filled with books in the background.

Готовились к вечеринке, а не к насморку?

Продажи Отривин в Саратове выросли в период теста

Саратов – тестовый город с размещением



Рост продаж Бренда в декабре при стабильной категории составил

+9%



В январе категория продемонстрировала незначительное снижение продаж, продажи Бренда остались на уровне декабря

Продажи Отривин в Самаре сопоставимы с продажами категорией

Самара – контрольный город без размещения



Динамика продаж Бренда совпадает с динамикой категории

Продажи Отривин vs. категория

САРАТОВ

Отривин

Категория

+9%
декабрь

← Период теста



→ Период теста

+1%
декабрь

+0%
январь

← Период теста



→ Период теста

-3%
январь

САМАРА

Отривин Категория

+24%
декабрь

← Период теста



→ Период теста

+20%
декабрь

-16%
январь

← Период теста



→ Период теста

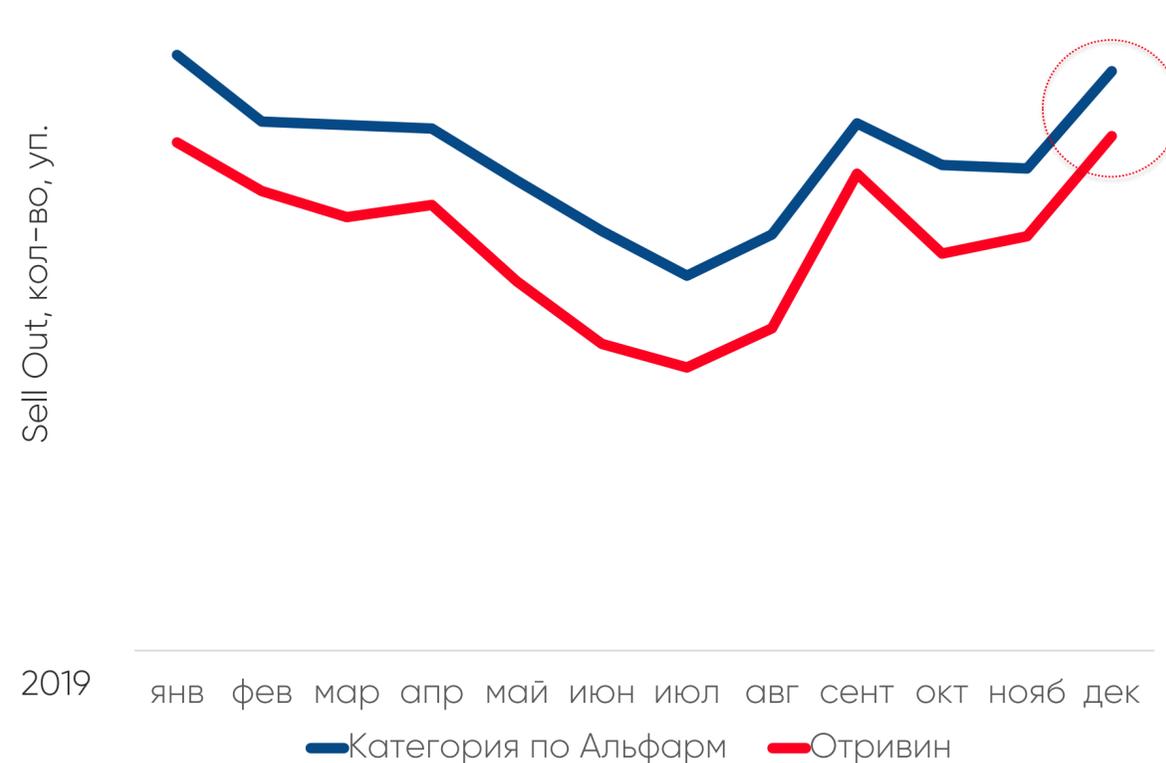
-14%
январь

Наличие рекламной поддержки в digital положительно сказывается на динамике продаж

Саратов – тестовый город с размещением

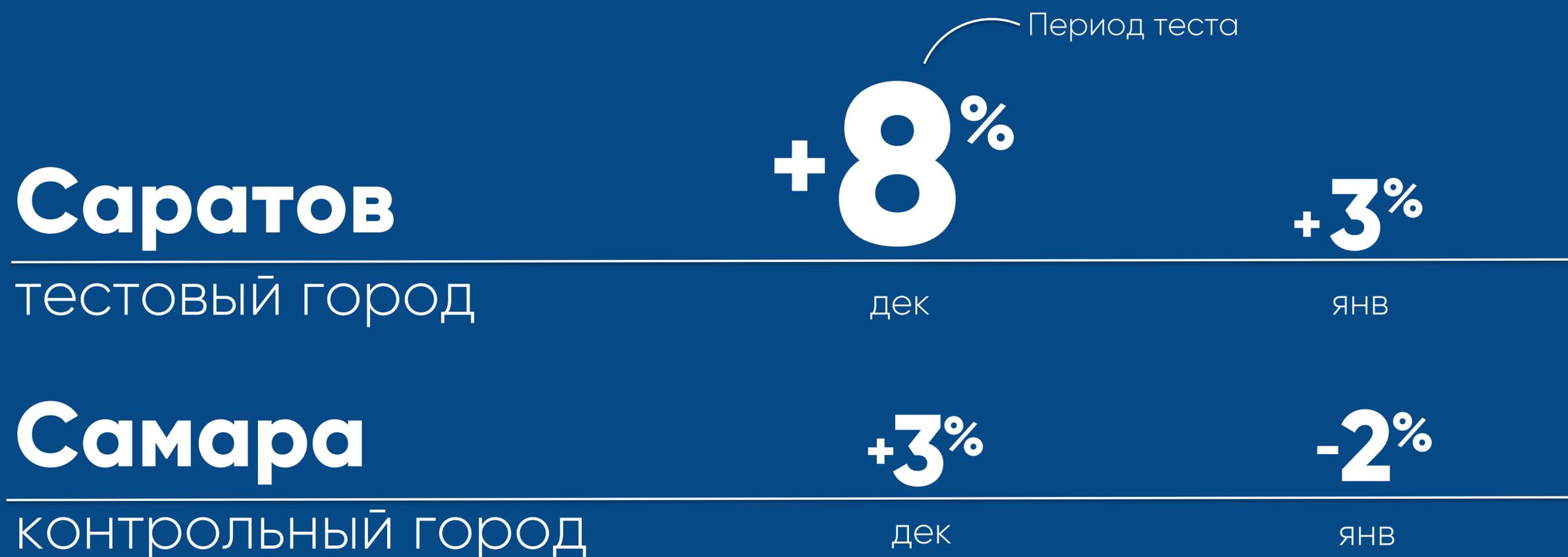


Самара – контрольный город без размещения



И на доле рынка

Доля продаж бренда в категории



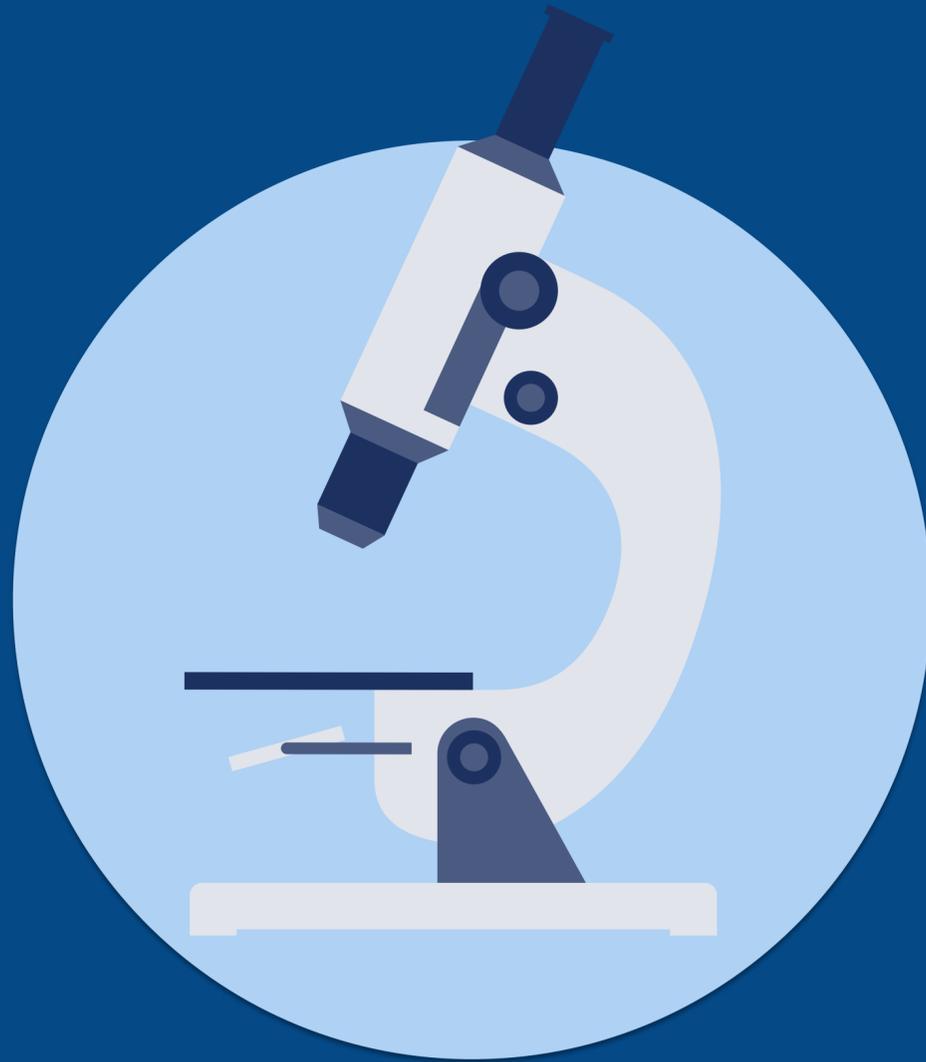
Выводы

Медийная поддержка на ресурсах Mail.ru Group относится к факторам, оказывающим влияние на продажи

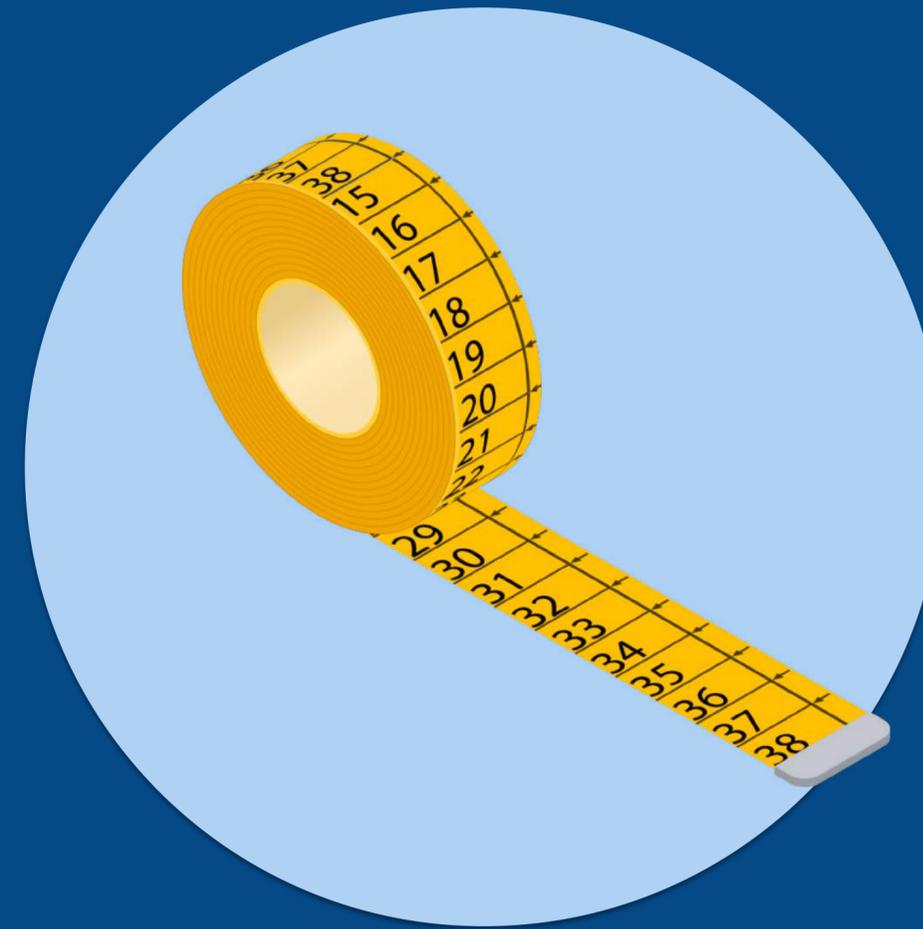
- увеличение поддержки приводит к росту продаж на фоне стагнации категории и конкурентов
- отсутствие поддержки – к следованию за категорией



Что дальше?



дополнительные исследования

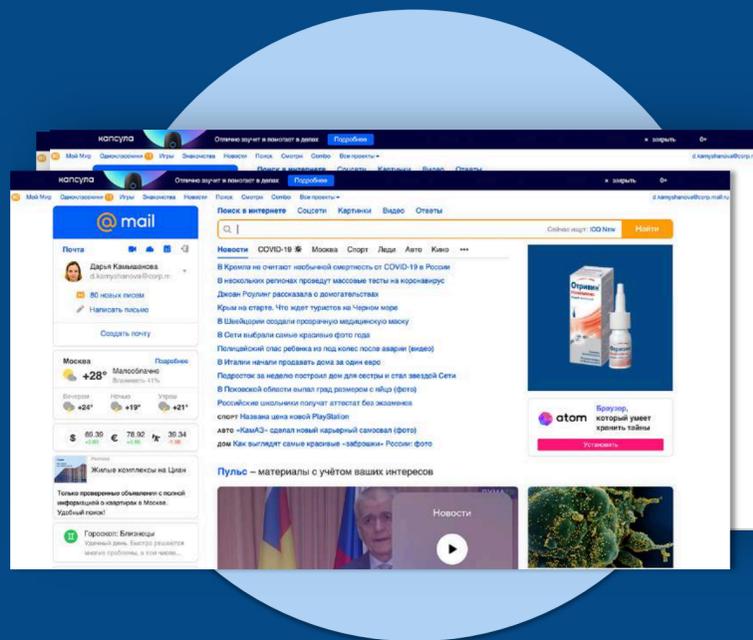


масштабирование

А можно "scale & re-apply"?



по сезонности



по объёмам
размещений



по архитектуре
кампании

А можно "scale & re-apply"?



расширение
по портфелю брендов

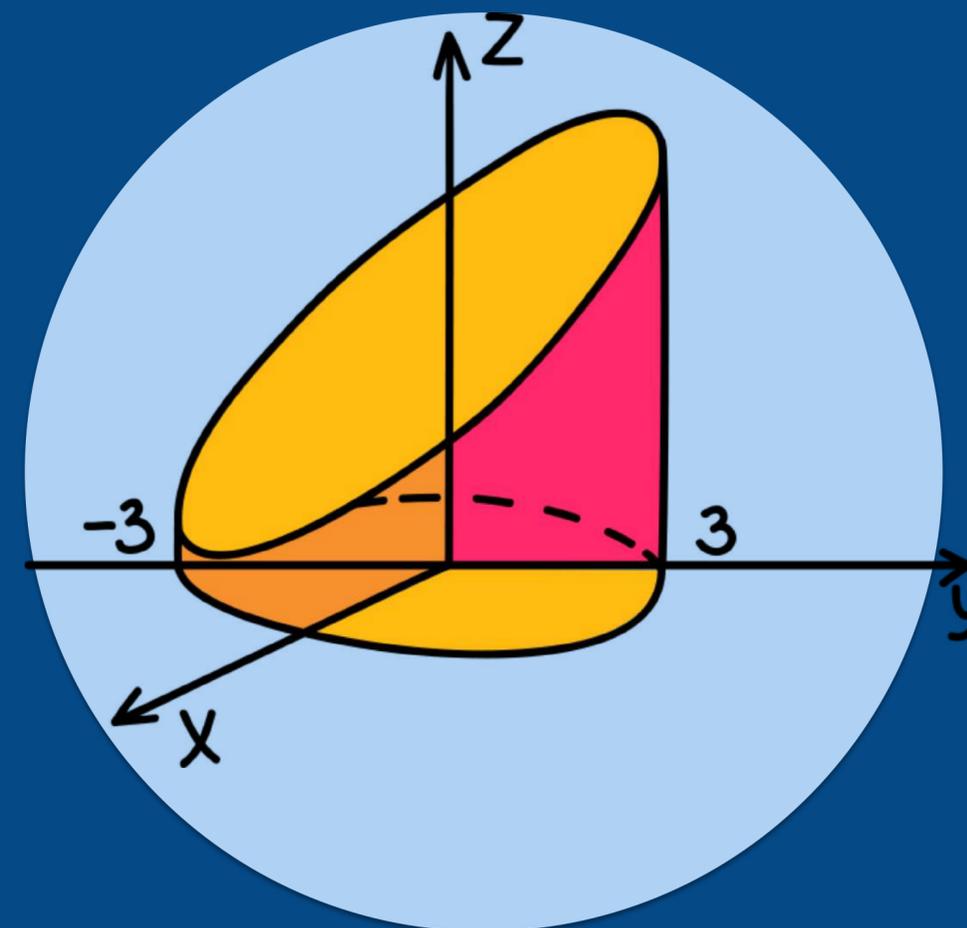


расширение
по географии

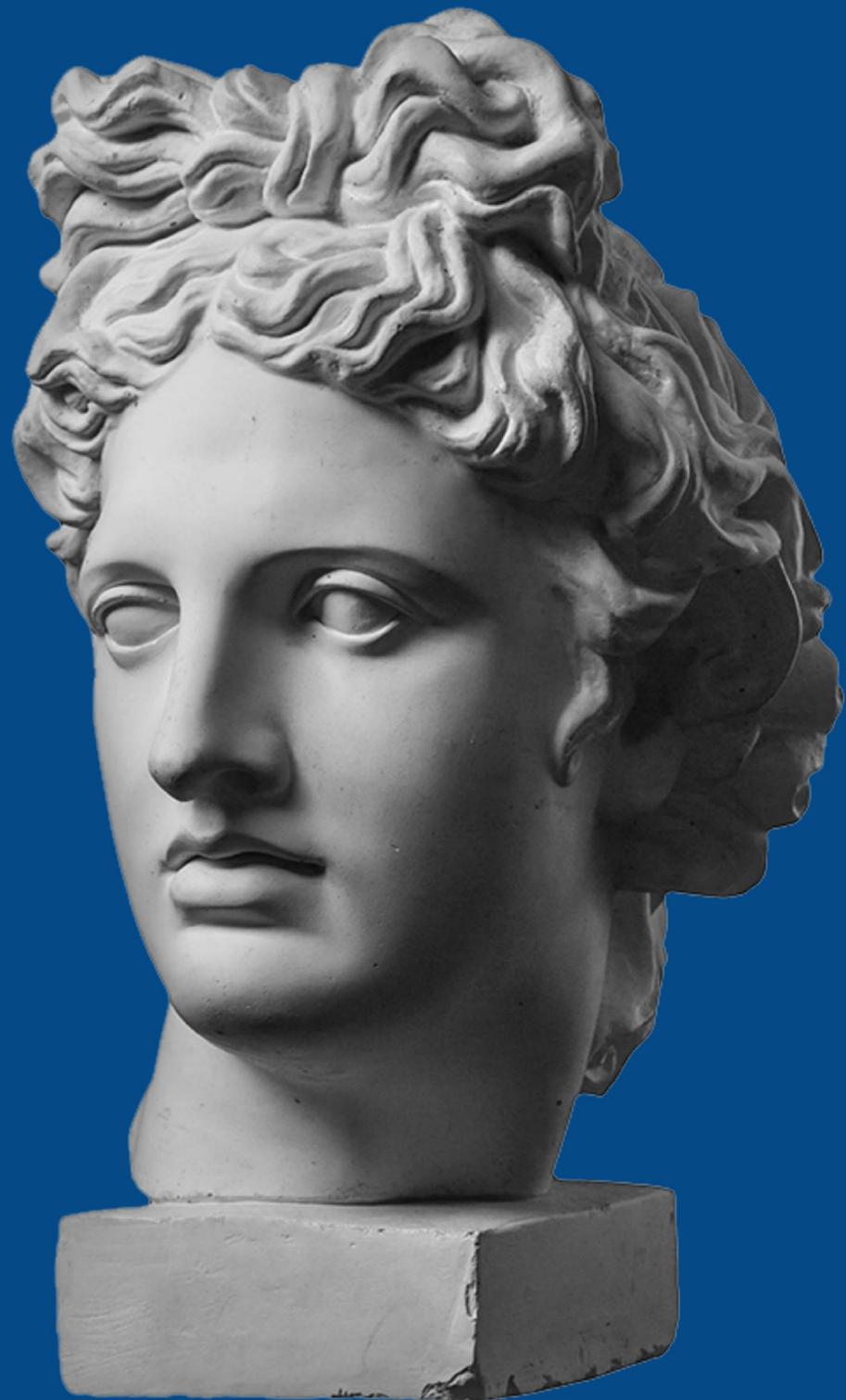
А можно "scale & re-apply"?



O2O



Эконометрическое
моделирование




Отривин



Спасиб



АДИЛЯ ИЛЪСОВА

DIGITAL LEAD, GSK CONSUMER HEALTHCARE
adilia.x.iliasova@gsk.com



ЕВГЕНИЯ БАТУРИНА

STRATEGIST, MAIL.RU GROUP
e.baturina@corp.mail.ru



ИРИНА ЗАБОЛУЕВА

CLIENT SERVICE MANAGER, MAIL.RU GROUP
i.zabolueva@corp.mail.ru