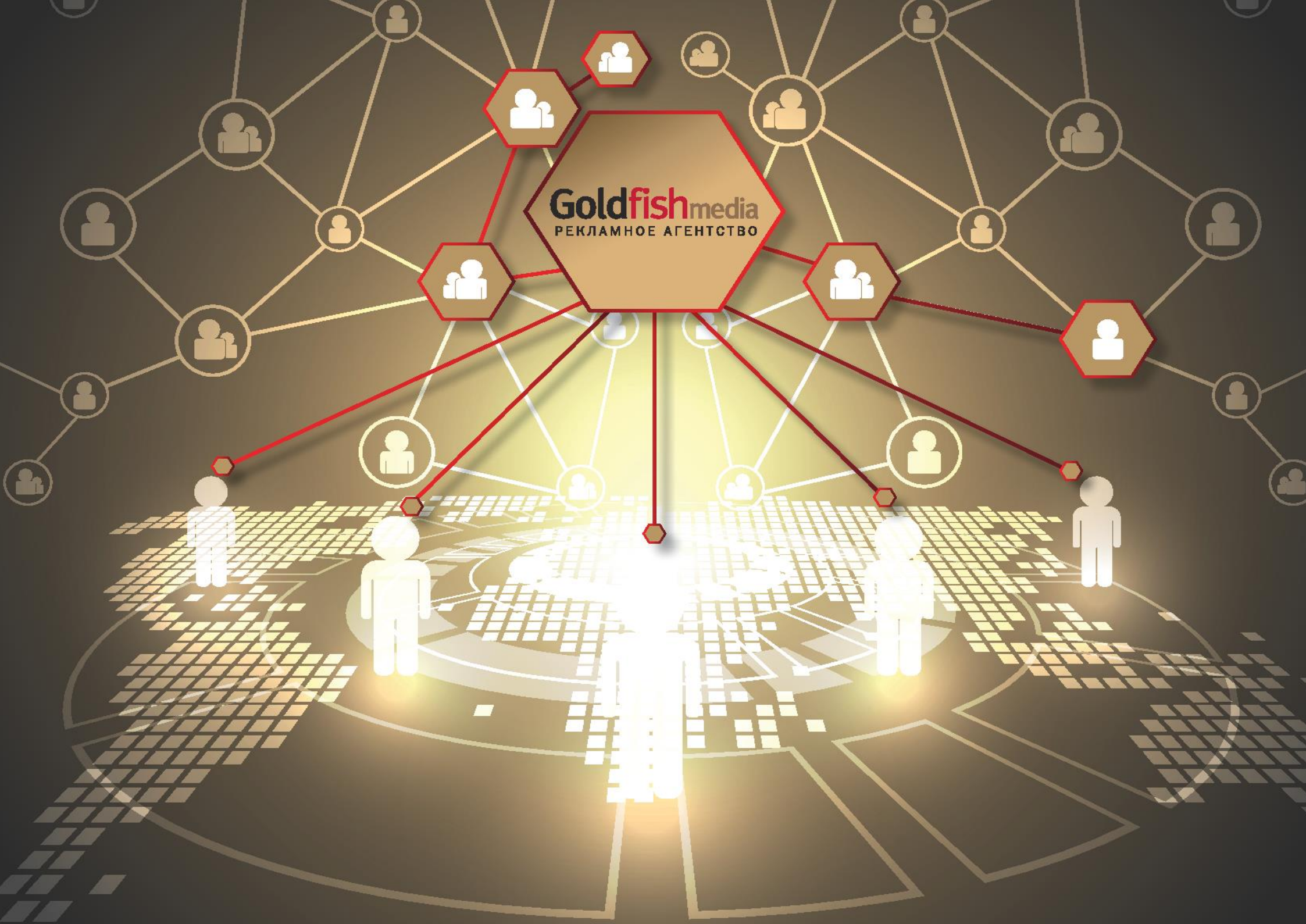




«GoldFish Media» обладает максимальной экспертизой на фармацевтическом рынке

российских и
международных
фармацевтических
компаний являются
нашими
клиентами

Более
45

фармацевтических
препаратов

Более
350

успешных
кампаний для
фармацевтических
препаратов

Более
1452

Наши клиенты



«GoldFish Media» digital агентство полного цикла предлагает следующие услуги:



Проведение количественных и качественных маркетинговых исследований в интернете, фокус группы на собственном оборудовании для исследований Eye Tracker, анализ usability сайтов



Разработка коммуникативной и медийной стратегии присутствия в интернете, прогноз эффективности



Digital комплекс (online/offline), использование различных цифровых каналов коммуникации с целевой аудиторией (радио, ТВ)



Ttarget * * *

Привлечение целевой аудитории на сайт заказчика по технологии нативной рекламы с вариантами оплаты CPC, CPA, CPI, CPO



Креатив и web-дизайн рекламно-информационных материалов, создание сайтов, тематических порталов, программирование мобильных приложений и другого софта * * * *



Медиа продвижение online по технологии RTB *



Hiddenagent * *

Скрытый маркетинг в интернете по технологии ORM и SERM, проведение PR кампаний в интернет СМИ



SMM активность в Facebook, Twitter, Instagram, Вконтакте, Одноклассники

Adindex MAPS

DIGITAL MATRIX 2016

TECHNOLOGY

[ПОКАЗАТЬ СПИСОК](#)

DATA

[ПОКАЗАТЬ СПИСОК](#)

STRATEGY

[ПОКАЗАТЬ СПИСОК](#)

TECHNOLOGY

MEDIA SELLER

Between Exchange
Buying Partner Media Group
C-Media
Condé Nast Россия
Digital Max / Microsoft
Gazprom Media Digital
Hearst Shkulev Media
Httpool
IMHO Vi
Interpool
Mail.Ru Group
MediaToday
Rambler&Co
Roden Media
Sanoma Independent Media
РБК

ADVERTISING NETWORK

Adlabs Media Network
Adeasy
AdRiver
Avito
Begun / Rambler & Co
Between Digital
Google
MaximaTelecom
myTarget / Mail.Ru
Republer
Spicy.DCA
tTarget
Wamba
Yandex

PROGRAMMATIC MEDIA BUYING PLATFORM

Amnet / Dentsu Aegis
Audiorius
Exebid.DCA
GetIntent
Hybrid
Intency
MediaSniper / AdSniper
RTB-media
Segmento
Soloway
tTarget
Каванга
Ястреб / Двигус

APP PUSHER

Advert Mobile
App in top
App to Top
Appat
Appbooster
Appbvtop
Clicky
Indiline
LiftApp
Mobio
MobiOffers
SupermarioAds
WakeApp

MOBILE MEDIA SELLER

AdPremium
AdWired

STRATEGY

MEDIA STRATEGY

Accord Digital
AdLabs
Advance Digital / АДВ
Adventum
AdWatch Isobar
Artics
Digital BBDO
GoldFish Media

Grape

IconText
i-Media
Ingate
Media Instinct
MEDIA STARS DIGITAL
GROUP
Mindshare
Mosaic
Nectarin

Pichesky

Positive Media
Resolution / OMD
SocialCraft
Starcom / Vivaki
Traffic Isobar
Ашманов и партнеры

E-COMMERCE STRATEGY

iProspect
AdLabs
Adventum
Artics
Blondinka
IconText
i-Media
Ingate
MEDIA STARS DIGITAL
GROUP
MGCom
Nectarin
PICONSLT
Shogo
Ашманов и партнеры

Рейтинг digital-агентств по опросу заказчиков услуг 2016

Рейтинг знания агентских брендов в сегменте Digital PR / SMM 2016

Goldfish Media

6.10%

В наших договорах с заказчиками есть пункт о неразглашении перечня услуг, которые мы оказываем. Поэтому мы не заявляем своих заказчиков в adindex. Наши заказчики также не охотно делятся информацией об услугах, которые получают от нас с третьими лицами, так как они в области hidden marketing. В результате мы получаем заниженный рейтинг.

Возможности для маркетинговых исследований: технология Eye-tracking

Eye-tracking — технология, которая позволяет отслеживать движение взгляда человека.

Для использования технологии используется специальный прибор, который называется Eye-Tracker, который состоит из компьютера с инфракрасной камерой и специального программного обеспечения, позволяющего анализировать поведение человеческого глаза, строить «карты внимания» и другие виды отчетов.

На какие вопросы можно ответить с помощью Ай-трекинга:

- Какие важные зоны предмета исследований остаются без внимания?
- Как распределяется внимание на интернет странице?
- Какие элементы дизайна вызывают повышенное внимание пользователей?
- Заметно ли контекстное объявление среди других?
- Обращают ли внимание на баннер?
- И многие другие.

Как проводится исследование сайта с применением технологии Ай-трекинг:

На основании данных о целевой аудитории проводится **набор респондентов (10 и более человек)**, респонденты приглашаются в офис;

На время проведения исследования (обычно на несколько дней) в нашем офисе **разворачивается мини-лаборатория по ай-трекингу**;

Для респондентов **составляется сценарий исследования**, состоящий из отдельных заданий, которые необходимо выполнить;

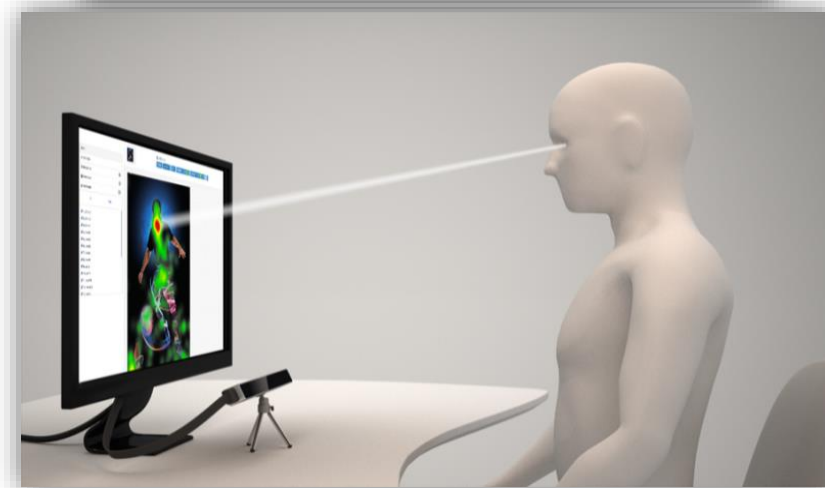
Проводится **тестирование респондентов**;

После тестирования проводится **анализ полученных данных**.

Для данного исследования была сформирована целевая группа из **12 респондентов** в возрасте от **25 до 43 лет**.

Поставлена задача: найти в Интернете решение своей проблемы – **Сухость глаз**.

Задание начиналось у всех респондентов одинаково: открывался браузер с поисковой системой (Яндекс), а далее респонденты самостоятельно производили поиск информации.



Кейсы

При оценке эффективности проведенной кампании (KPI) в качестве одного из индикаторов мы анализируем статистику частотности поисковых запросов от wordstat.yandex.ru

Рост числа поисковых запросов на продукт четко указывает на эффективность от проведенных маркетинговых активностей.

Для открытой публикации кейсов мы решили указывать проводимые активности и динамику роста поисковых запросов, остальные параметры эффективности (исследование узнаваемости бренда, конверсию в продажи, и т.д.) мы не можем открыто указывать, так как это нарушит конфиденциальность.

Большинство наших проектов сопровождаются строгими условиями о конфиденциальности.



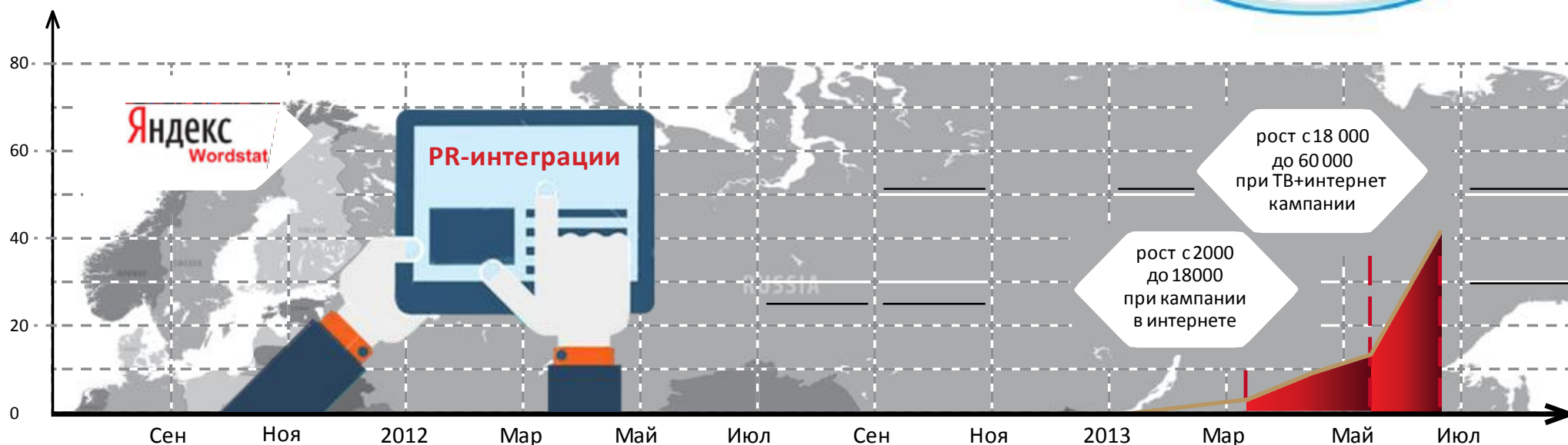
Примеры эффективных кампаний

Препарат ХХХ (противогрибковое средство (онихомикоз))

В кампании были использованы технологии:

- ✓ PR-интеграции (нативная реклама)
- ✓ WOM (комплекс ORM и SERM)

Мы делали launch на Российском рынке препарата от грибка ногтей. Это очень высококонкурентный рынок. В Марте стартовала только наша кампания в интернете и сразу начался рост запросов препарата «ХХХ», с 0 в Марте, до 18000 в Мае. В Июне добавилась кампания на ТВ и число запросов составило 60000.



Примеры эффективных кампаний

Препарат ХХХ (уросептическое средство)

В кампании были использованы технологии:

- ✓ PR-волны
- ✓ PR-интеграции (нативная реклама)
- ✓ WOM (комплекс ORM и SERM)

Количество поисковых запросов, по которым можно увидеть отзывы о препарате ХХХ в топе поисковой выдачи google yandex - более 50;

Количество прочтений (с учетом коэффициента сложной конверсии) - 1 904 971;

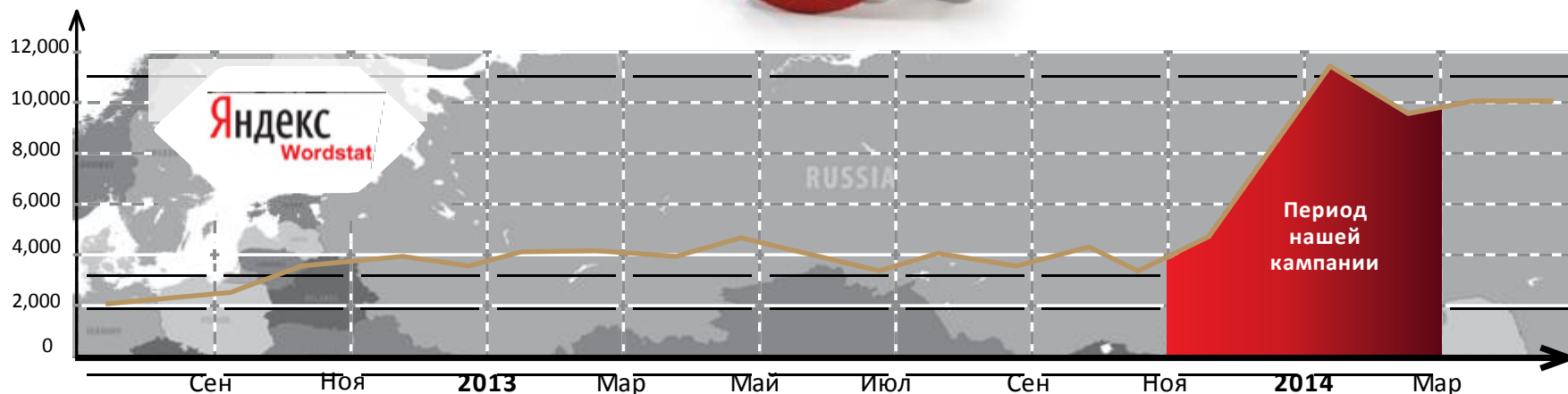
Аудитория кампании продолжает расти за счет того, что все сообщения с положительными отзывами остаются активными и в дальнейшем.

По данным IMS Health, был зафиксирован рост розничных продаж, совпадающий с периодом проведения кампании.

По итогам одной нашей WOM-кампании мы опередили прямого конкурента – препарат YYYU, который постоянно и агрессивно продвигается в Сети.



Данные статистики Yandex наглядно демонстрируют рост интереса к препарату ХХХ, полученный в результате кампании (кампания началась в Ноябре 2013 и продолжалась до конца Февраля 2014)

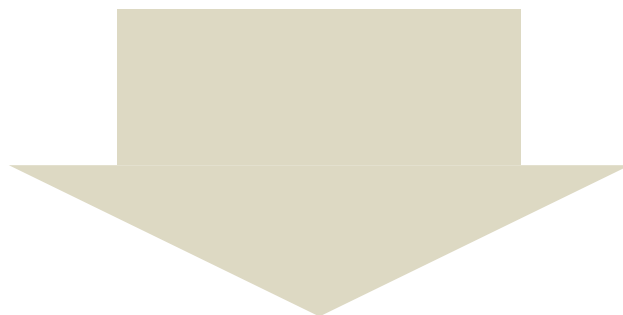




Пример эффективного долгосрочного сотрудничества

Препарат Энтеросгель. Производитель ООО ТНК «СИЛМА»
в 2009 году отдал нашему рекламному агентству функции отдела маркетинга
и рекламы на потребителей.

Мы самостоятельно занимаемся разработкой
и реализацией маркетинговой стратегии. Мы применяем наши собственные технологии
и технологии прямой рекламы, и стараемся
минимизировать бюджет.
За время сотрудничества мы
добились
следующих результатов:



Пример эффективного долгосрочного сотрудничества

**Топ-10 самых продаваемых в розничном сегменте
коммерческого сектора РФ Энтеросорбентов, % МАТ.
Июнь 2014 (руб.,уп.), по данным IMS HEALTH**

[HTTP://WWW.PHARMVESTNIK.RU/PUBLS/LENTA/V-ROSSII/TOKSINAM-NET.HTML#.VMXKL9KSVQG](http://www.pharmvestnik.ru/publs/lenta/v-rossii/toksina-net.html#.VMXKL9KSVQG)

ТОП10 торговых марок энтеросорбентов по доле розничных продаж в розничном коммерческом секторе российского фармрынка, МАТ июнь 2014 г. (руб., упак.), %				
Рейтинг	ТМ	Доля розничных продаж, % МАТ июнь 2014		Прирост розничных продаж (руб.), % МАТ июнь 2014/ МАТ июнь 2013
		руб.	упак.	
1	Энтеросгель	30,29	3,52	18
2	Уголь активированный	21,69	87,09	-8
3	Смекта	19,46	4,05	2
4	Лактофилтрум	17,22	2,19	39
5	Фильтрум-СТИ	4,12	0,73	26
6	Энтеродез	3,59	1,15	-4
7	Неосмектин	2,08	0,68	-2
8	Полифепан	1,06	0,45	-7
9	Ультра-адсорб	0,22	0,05	-41
10	Карбопект	0,16	0,07	118
	Итого ТОП10	99,89	99,97	9

Источник: IMS Health

Пример эффективного долгосрочного сотрудничества

**Энтеросгель в январе 2015 г. поднялся
на 4 место среди самых продаваемых препаратов в Москве**

Лекарственные препараты: 20 полных наименований за Январь по региону Г.МОСКВА

* рейтинг построен по стоимостным показателям объемов продаж по данным розничного аудита Январь 2015 года

Торговое наименование препарата	Место в рейтинге	Изменение к прошлому месяцу
КАГОЦЕЛ ТБ 12 МГ №10	1	1
ИНГАВИРИН КАПС 90 МГ №7	2	-1
ЭССЕНЦИАЛЕ ФОРТЕ Н КАПС 300 МГ №100	3	0
ЭНТЕРОСГЕЛЬ ПАСТА Д/ВН.ПРИЕМА [СЛАДК] 225 Г №1	4	6
МИРАМИСТИН Р-Р МЕСТН 0,01% 150 МЛ №1	5	9
ТИЗИН КСИЛО СПРЕЙ НАЗАЛ 0,1% 10 МЛ №1	6	-2
ЛИЗОБАКТ ТБ Д/РАССАС 20 МГ+10 МГ №30	7	24
БИФИФОРМ КАПС КИШЕЧНОР №30	8	-2
ДЮФАСТОН ТБ П/О 10 МГ №20	9	9
ГЕПТРАЛ ТБ П/О 400 МГ №20	10	5
ЭКЗОДЕРИЛ Р-Р НАРУЖ 1% 10 МЛ №1	11	-2
ДЕТРАЛЕКС ТБ П/О 500 МГ №60	12	-1
СУМАМЕД ТБ 500 МГ №3	13	-5
КАРДИОМАГНИЛ ТБ П/О 75 МГ+15.2 МГ №100	14	51
КРЕОН 10000 КАПС КИШЕЧНОР 150 МГ №20	15	6
СНУП СПРЕЙ НАЗАЛ 0,1% 15 МЛ №1	16	9
НАЙЗ ТБ 100 МГ №20	17	-12
МАГНЕ В6 ТБ П/О №50	18	21
РИНОФЛУИМУЦИЛ АЭРОЗ НАЗАЛ 10 МЛ №1	19	5
КАНЕФРОН Н ДРАЖЕ №60	20	10



Благодарим за внимание!

Агентство GoldfishMedia

Услуги по инновационному продвижению.

г. Москва

Бакунинская ул., д.69

info@ra-goldfish.com

Телефон: +7(495) 783-43-63

<http://ra-goldfish.com/>