

Как бьётся сердце фармы

Тренды и возможности роста индустрии

Константин Исанин

Индустриальный лидер категории «Фарма» в Яндекс Рекламе

Курс на здоровье

1,86
трлн руб.

+16%
2024 г.

Бюджет на здравоохранение
в 2025 году

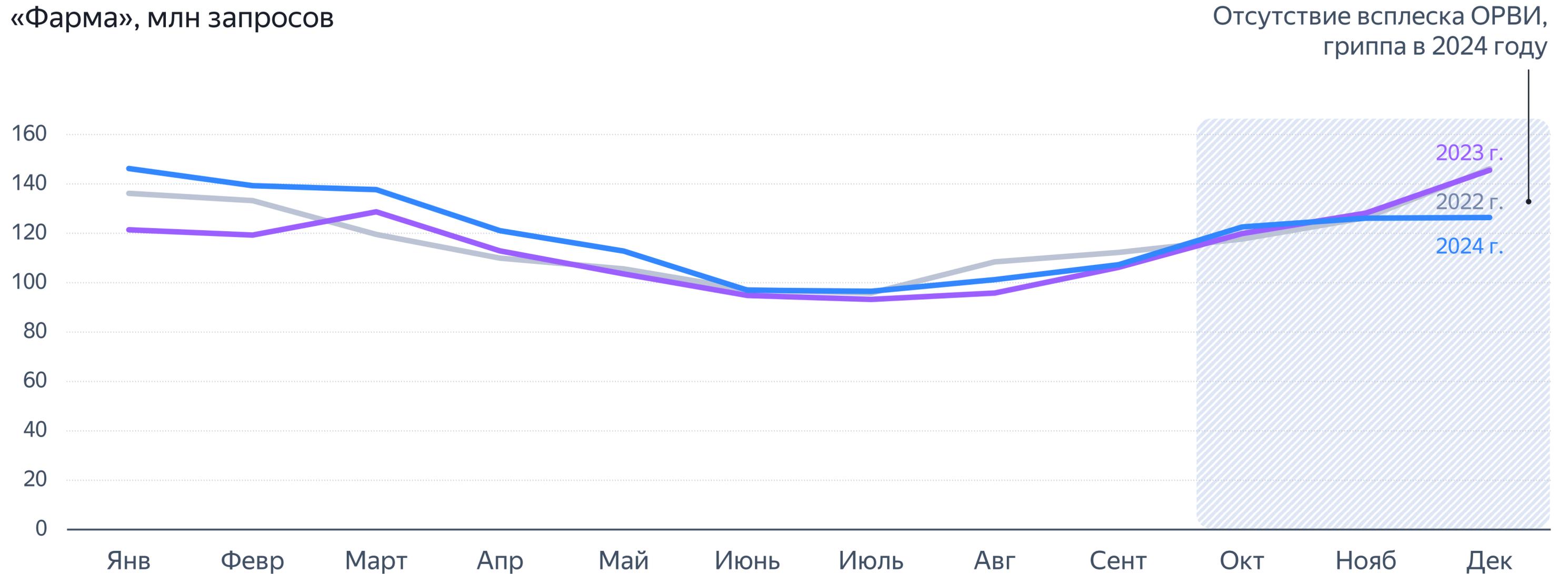
[Федеральный закон о бюджете на 2024 г.](#)
[Федеральный закон о бюджете на 2025 г.](#)

370
млрд руб.

На национальный проект
«Продолжительная и активная жизнь»

Интерес к категории «Фарма» вырос на 5% в 2024 году

«Фарма», млн запросов



Источник

Данные Яндекс, 2022–2024 гг. Россия

Основные драйверы категории — витамины, БАДы, обезболивающие и препараты для лечения ЖКТ

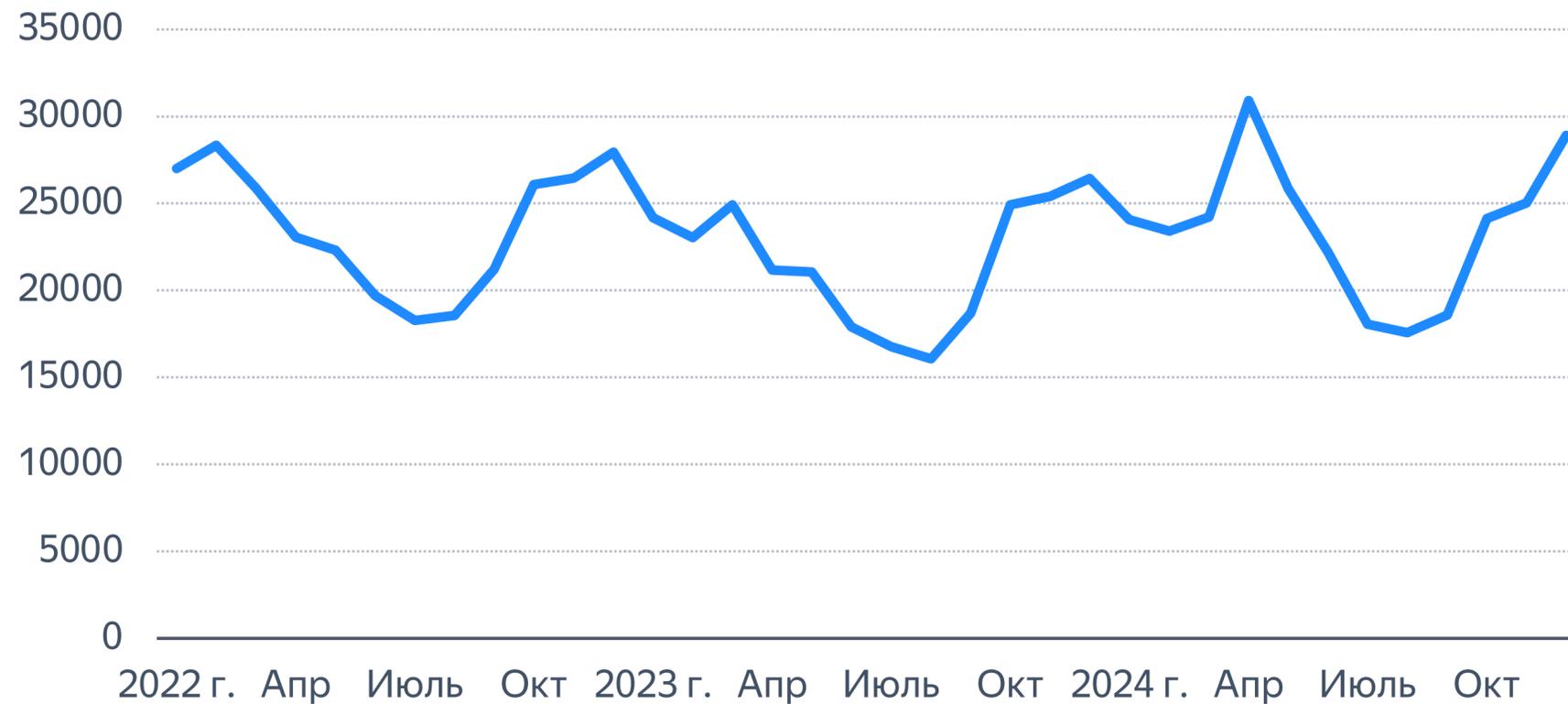
Источник
Данные Яндекса, 2023–2024 гг. Россия



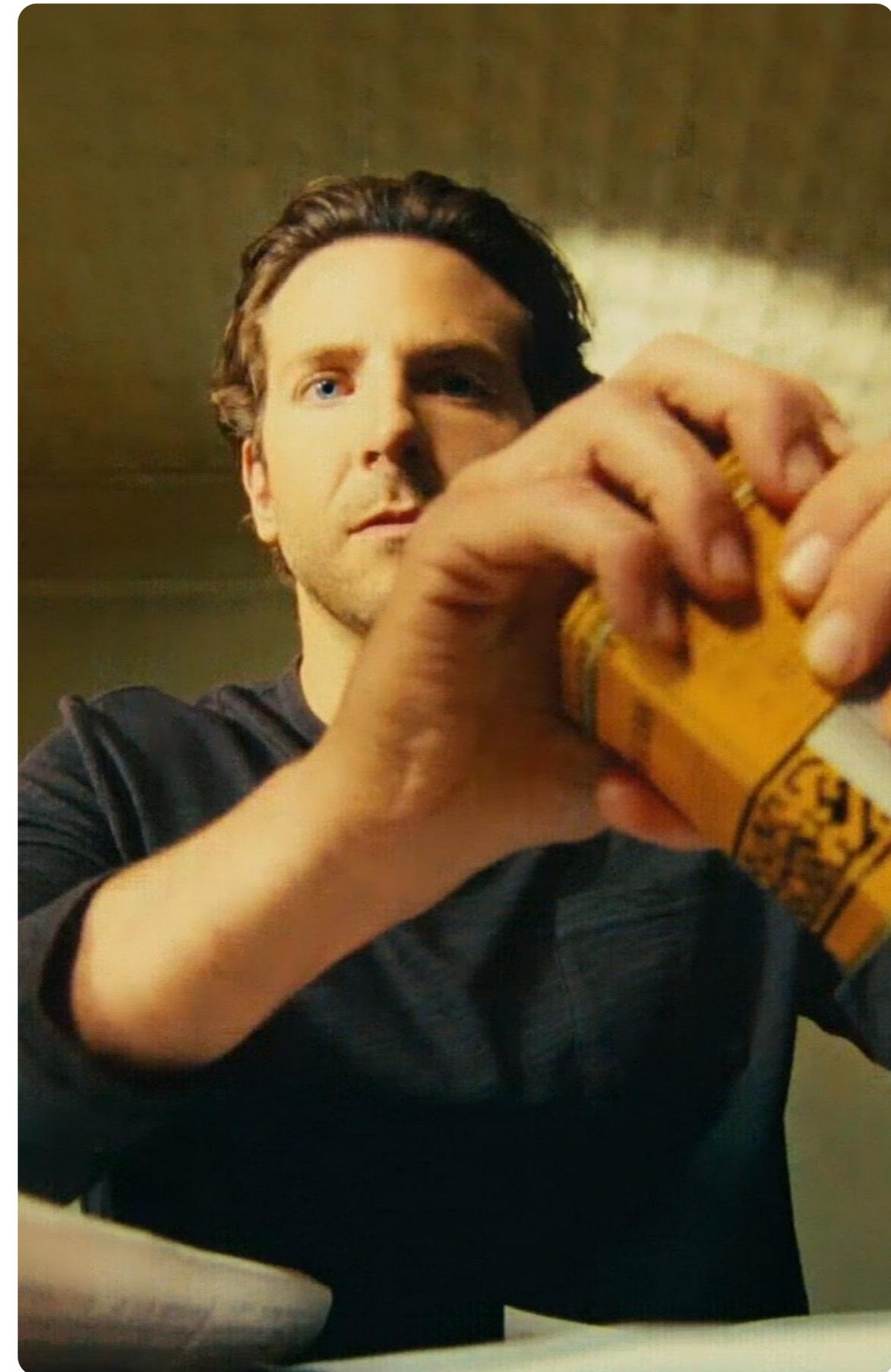
Летний сезон оздоровления: поиски универсального лекарства ежегодно набирают обороты

Лекарство от всех болезней

Найти

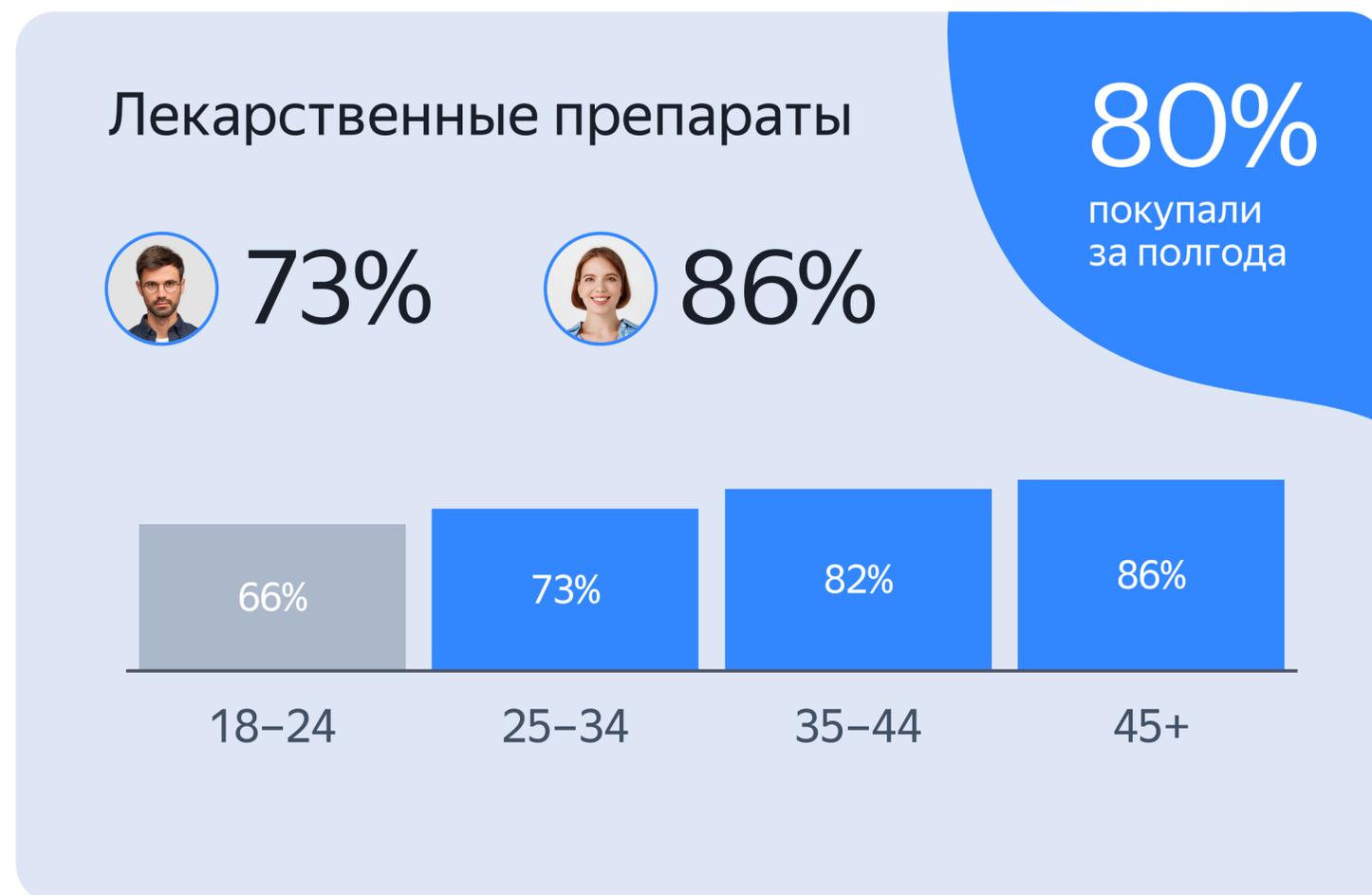


Данные Яндекса. Сегмент «Лекарство от всех болезней». Декабрь 2024 г. Россия



... но большинство остаётся верно традиционным лекарствам, витаминам и БАДам

Q: Что из перечисленного вы лично покупали за последние полгода?



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели. Пользователи в возрасте 18–64 года из городов России с населением 100 000+.
Период проведения опроса — декабрь 2024 года

65%

потребителей покупают
лекарства, витамины
и БАДы онлайн

Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели.
Пользователи в возрасте 18–64 года из городов
России с населением 100 000+. Период проведения опроса —
декабрь 2024 года, выборка: 1 091 респондент.
Q: Где вы покупали лекарственные препараты,
БАДы, витамины за последние 6 месяцев?

Q: Где вы совершили последнюю покупку
лекарственных препаратов, БАДов, витаминов?



На 14 п. п. выросла доля аудитории, у которой есть любимая онлайн-аптека

69% пользователей выбирают определённую **офлайн-аптеку**

Q: Чем вам нравится эта аптека?

Расположение — 66%

Ассортимент — 44%

Цены — 57%

Хорошее обслуживание/консультации — 37%

Предыдущий опыт — 35%

Наличие акции/скидки — 29%

Известный бренд аптеки — 18%

Отзывы — 7%

72% ▲ 14 п. п. пользователей выбирают определённый **онлайн-сервис**

Q: Чем вам нравится эта аптека?

Цены — 64%

Ассортимент — 50%

Расположение ПВЗ — 44%

Скорость доставки — 42%

Возможность сравнить цены — 40%

Предыдущий опыт — 39%

Скидки, программы лояльности — 35%

Удобный сайт — 25%

Доступность редких лекарств — 19%

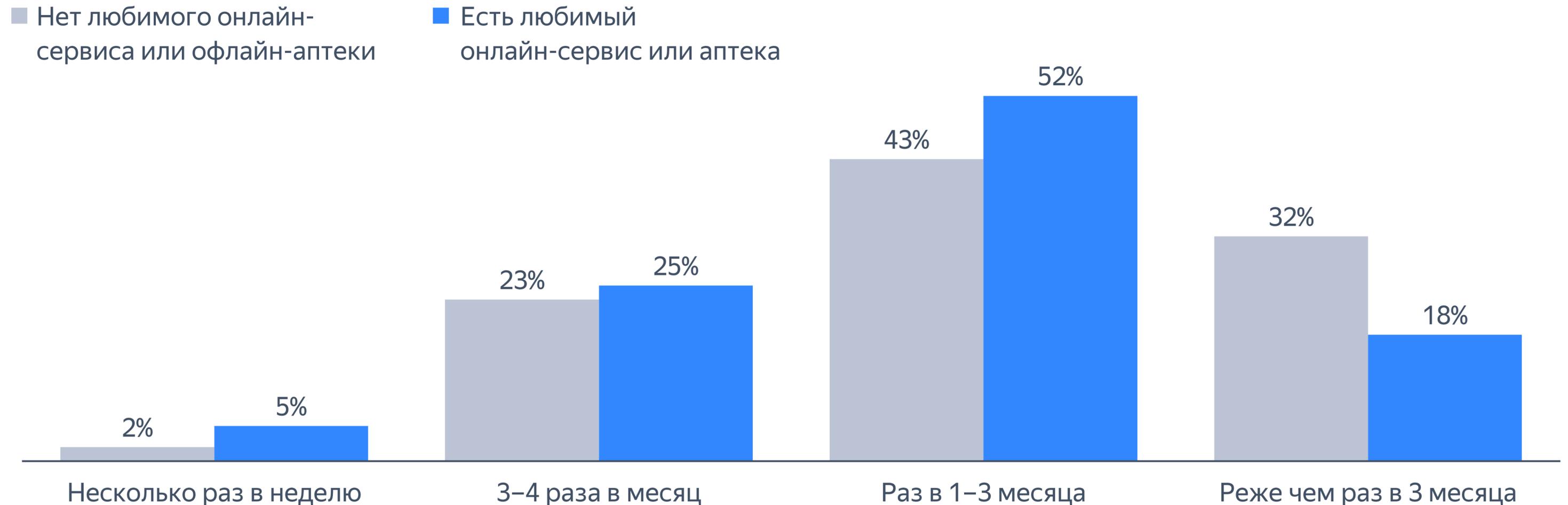
Известный бренд онлайн-сервиса — 15%

Отзывы — 12%

▲ Динамика по сравнению с опросом в октябре 2023 г.

Лояльные клиенты покупают чаще

Q: Как часто вы покупаете лекарственные препараты, БАДы или витамины?



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели. Пользователи в возрасте 18–64 года из городов России с населением 100 000+.
Период проведения опроса — декабрь 2024 года

КЕЙС

Единая перфоманс-кампания: больше покупок в приложении и снижение ДРР за 3 месяца оптимизации

«МАКСАВИТ» & E-PROMO

НОЯ '24 — ЯНВ '25

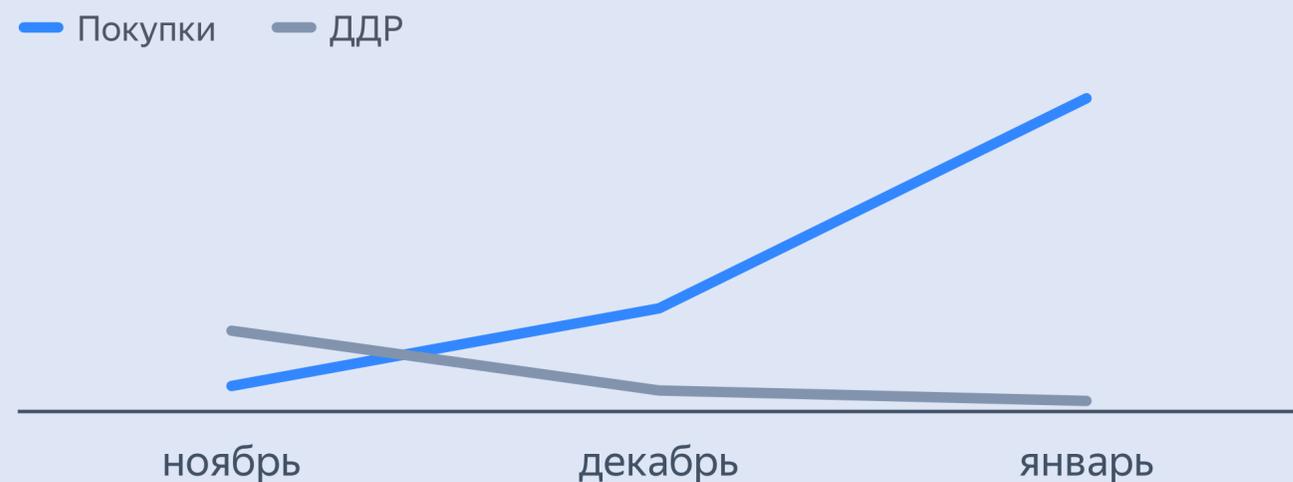
в 12 раз
больше покупок
от новых
пользователей*



в 7 раз
ниже ДРР в январе
по сравнению
с ноябрём



Динамика покупок и ДРР за три месяца размещения



Инвестиции в рекламу отрасли растут

Активные
рекламодатели

+8,6%



Performance-
инвестиции

+10,4%

+6,8%
Поиск

+17,2%
Сети

Медийные
инвестиции

+12,7%



Целевая аудитория аптек активно использует сервисы Яндекса

Топ-10 сервисов Яндекса по доле посетившей аудитории

Aff.

 Карты	76%	135
 Маркет	49%	153
 Go	39%	133
 Погода	33%	153
 Почта	29%	146
 Кинопоиск	22%	126
 Навигатор	22%	124
 Видео	21%	139
 Диск	17%	148
 Авто.ру	15%	127

Данные Яндекса. Аудитория сайтов аптек. 23 февраля 2025 г. — 22 марта 2025 г. Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область

57%

посещали один или более сервисов Яндекса до конверсии

91%

посетил один или более сервисов Яндекса за месяц

4+

сервисов в среднем посетил один пользователь за месяц

Растёт интерес не только к классическим форматам медийной рекламы

+57%

ПромоСтраницы



+24%

Баннеры в Медиа сервисах



+757%

Медийные спецпроекты
в сервисах Яндекса

+513% Яндекс Еда
и Деливери Клуб



Данные Яндекса. Россия. Сравнение 2024/2023

* Кроме Директа

Больше чем в 60% конверсий участвует медийная реклама

61%

видели медийные
объявления

80%

видели контекстные
объявления



Данные Яндекса. 1 января — 20 марта 2025 г. Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область. Доли от всех пользователей, которые совершают конверсию

Ключевые показатели увеличиваются с использованием умных рекламных стратегий

Фарма и медицина

СТРАТЕГИЯ

«Рост запросов в Поиске»

+40%*



СТРАТЕГИЯ

«Рост целевых действий на сайте»

+22%*



* Медианный прирост за H2'2024

Большинство покупателей лекарств замечают рекламу в интернете

Q: Какую рекламу лекарственных препаратов вы видели?

■ Видели рекламу ■ Доля людей, которые видели рекламу только в этом медиаканале



Источник: данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели. Пользователи в возрасте 18–64 года из городов РФ с населением 100 000+. Период проведения опроса — декабрь 2024 г. Интернет включает в себя: баннеры, видео, соцсети, интеграции у блогеров, поисковые сети, рекламу в мобильных приложениях, рекламу в онлайн-играх

Формат цифровой наружной рекламы от Яндекса

-  Новые объекты
-  Новые технологии
-  Новые возможности



Развиваем 3 направления для размещения в городе

Витрины ПВЗ
и ритейла



Автобусы



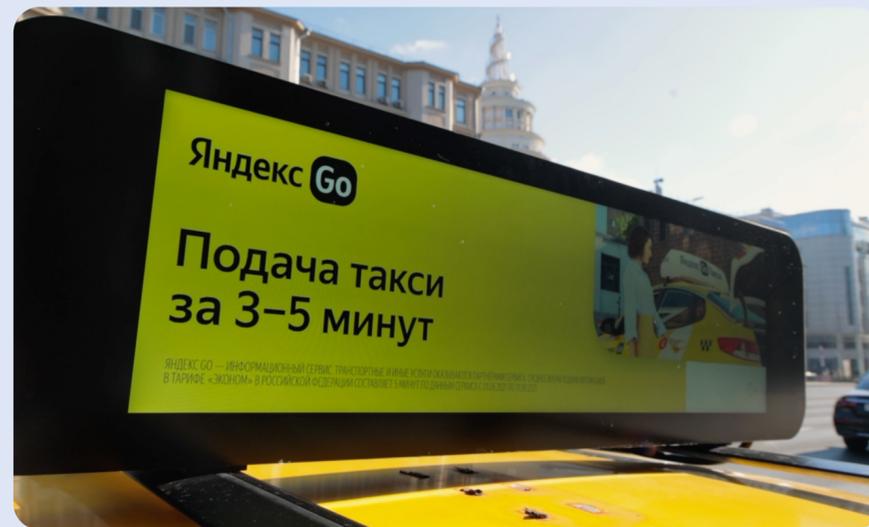
доступно
с апреля



Такси

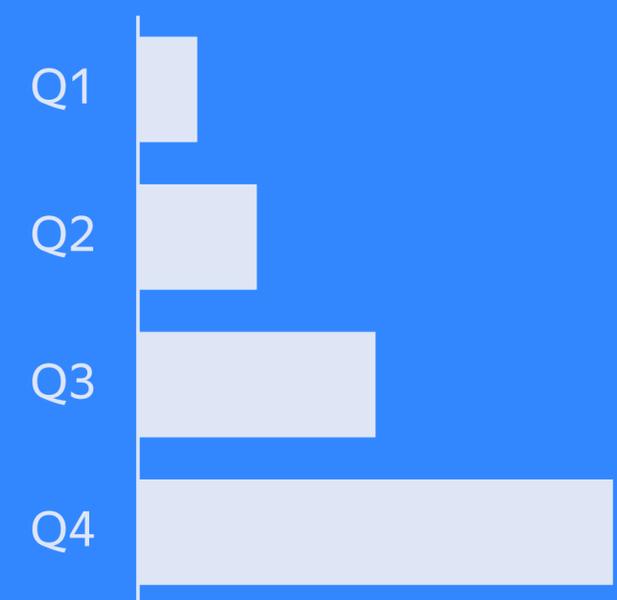


доступно
с апреля



С развитием нашего инвентаря объём доступных OTS будет расти в рамках года

OTS



Если кратко

- > Возможностей для онлайн-покупки лекарств становится больше
- > Важно оставаться на виду у пользователя в условиях растущей конкуренции
- > Не бойтесь экспериментировать с новыми форматами

Константин Исанин

Индустриальный лидер категории «Фарма» в Яндекс Рекламе

 Реклама

Спасибо
за внимание!