



VI ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ И БРЕНДОВ

3 апреля 2015
Санкт-Петербург, Кронштадтская Улица
+7 (495) 995-80-04

Организатор:

Генеральный
информационный партнер:



ВНИМАНИЕ! В программе конференции:
Ежегодная номинация «**Лучший рекламный ролик**»
Вечер «пожирателей рекламы» и награждение победителей!
Ждем ваши заявки **до 1 марта** на адрес: rolik@infor-media.ru

Проект программы

09.00 – 09.30 Регистрация делегатов, утренний кофе, знакомство с коллегами
09.30 Открытие конференции. Приветственное слово организатора

Модератор конференции: ОЛЕГ ФЕЛЬДМАН, Директор подразделения здравоохранения, **Synovate Comcon Healthcare**

09.30 – 10.00 Аналитический брифинг: Обзор основных перспектив 2015 года

Кризис и стратегия продвижения лекарственных средств: Новые проблемы, новые возможности, новые решения

- Потребительское поведение в кризисный период
- Новые аспекты в оценке эффективности продвижения
- Приоритеты в выборе целевых аудиторий и их сегментации
- Кризис и цифровые технологии

ОЛЕГ ФЕЛЬДМАН, Директор подразделения здравоохранения, **Synovate Comcon Healthcare**

10.00 – 10.30 Мастер класс 1: Последние мировые тренды и возможности для фармацевтического бизнеса.

DOGAN FIDAN, VP, Early Stage Products Global Strategic Development CoE, **Sanofi**

10.30 – 11.00 Мастер класс 2: Как построить бренд на рынке специализированной продукции?

- Как учесть различные системы регулирования?
- В чем базовое отличие российского рынка от других?
- Действительно ли необходимо создавать бренд или всё же развивать рынок с базой МНН?

Екатерина Митина — продюсер конференции, Тел.: +7 (495) 995-80-04 доб. 1147, e-mail: e.mitina@infor-media.ru

Следите за обновлениями на сайте: <http://www.pharmabrand.ru/>

Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.

- Каковы составляющие marketing mix (звонки, доступ на рынок, GR-менеджмент, PR-менеджмент, многоканальный маркетинг), которые маркетинг-специалист должен учесть?
- Каковы особенности этих направлений на рынке специализированной продукции?
- Как сбалансировать marketing mix, учитывая особенности систем регулирования в разных странах?

GOZDE GULLUOGLU, Regional Therapeutic Area Lead Inflammation, **Pfizer**

11.00 – 11.20 Перерыв на кофе

11.20 – 11.50 Мастер класс 3:

Инновации в области продвижения фармбрендов: мобильные приложения, веб-порталы, интегрированные решения. Практический опыт европейских компаний

Жан-Люк Халенг, директор по маркетингу компании **Medicatable LLC (Бельгия)**

Норберт Осселаар, директор по продажам, **Medicatable LLC (Бельгия)**

11.50 – 16.30 Практическое пособие: Разработка стратегии продвижения фармбренда в современной реальности. Как меняется модель продвижения в современных условиях?

11.50-12.10 Стратегии построения коммуникации в условиях кризиса, за счет использования синергий мультимедийности и правильной комбинации push и pull стратегии

ОКСАНА КОЛОСОВА, управляющий партнер, **Клуб практикующих врачей iVrach**

12.10-12.30 Продвижение рецептурных препаратов в условиях дислокации бюджетов в аптечные сети

КОНСТАНТИН ПОПОВ, директор по развитию, **«Гленмарк»**

12.30-12.50 Точечные подходы к коммуникации с целевой аудиторией

ВИКТОРИЯ КУЗНЕЦОВА, Sales & Marketing Director Pharma division, **Компания «Вита Медиа»**

12.50-13.10 Нарушения рекламного законодательства при продвижении фармацевтических товаров и брендов. Недобросовестное манипулирование ассоциативными представлениями потребителей

- Стратегии защиты добросовестного фармбизнеса в условиях совершенствования технологий недобросовестной рекламы лекарственных средств;
- Реклама безрецептурных лекарственных средств, имеющих названия, сходные с названиями рецептурных лекарственных средств, законно ли это?
- Предложения по совершенствованию правоприменительной практики антимонопольных органов.

РОМАН ЗАХАРОВ, генеральный директор, **Юридическое бюро TM Defence**

13.10-13.30 Эффективность маркетинга в аптеках

КОНСТАНТИН ТИУНОВ, директор по маркетинговым коммуникациям, **A.v.e Group**

13.30-13.50 Возможности Интернета для повышения эффективности розничного бизнеса

АНАТОЛИЙ ТЕНЦЕР, Директор по развитию **АО НПК «Катрен»**

13.50-14.10 Новые подходы в эффективной коммуникации с врачами

ЮЛИЯ БЕЛОВА, руководитель отдела маркетинговых коммуникаций и инноваций, **Takeda в России**

Екатерина Митина — продюсер конференции, Тел.: +7 (495) 995-80-04 доб. 1147, e-mail: e.mitina@infor-media.ru

Следите за обновлениями на сайте: <http://www.pharmabrand.ru/>

Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.

14.10 – 15.00 Обед

15.00-15.30 **Фокус-тема!** Трейд-маркетинг фармацевтической компании: быстрее-лучше-эффективнее. BTL – технологии для роста продаж в условиях кризиса

- Фармацевтический маркетинг на новом этапе развития рынка: почему BTL технологии показывают свою эффективность и набирают популярность на падающем рынке
- Новая мультимедийная модель **«TradeSocialMarketing»** - интеграция технологий интернет- и трейд-маркетинга в продвижении брендов в цепи поставок
- Трейд-маркетинг в оптовом звене: недооцененный маркетинговый потенциал фармацевтических дистрибьюторов
- Набор BTL-программ для продвижения фармацевтических брендов в несетевой аптечной рознице.
- Аптечные сети – возможности продвижения брендов и типовые проблемы в работе с сетями. Эффективный маркетинговый контракт.
- Как получить максимум от продаж и сэкономить маркетинговый бюджет: инновационные информационные on-line порталы для управления брендами в фармацевтическом ритейле.
- Аптечные ассоциации и маркетинговые альянсы: модный тренд или реальная эффективность? Кому? Когда? Зачем?

ИГОРЬ КЛИМАНОВ, директор по корпоративному развитию, **«ПрофитМед»**

15.30-15.50 Оптимизации SF: Возможные методы оценки эффективной работы sales-force

МАРИЯ РУСИНОВА, руководитель отдела стратегического планирования, развития бизнеса и аналитики, **«Сентисс» (Промед Экспортс)**

15.50-16.10 Продвижение и Врачи БУДУЩЕГО

ЕЛЕНА КАНАЕВА, директор департамента продвижения, **«БИОКАД»**

16.10-16.30 Эффективность маркетинга в фарме после введения законодательных ограничений

Представитель **GfK Rus**

16.30-16.50 Перерыв на кофе

16.50-17.20 Мастер класс 4: Управление портфелем коммерческих Rx препаратов: зрелые бренды vs новые лончи. Гастро-кейс.

Вопросы к рассмотрению:

- Особенности продвижения коммерческих рецептурных препаратов в России
- Всегда ли инвестирование в лонч такого продукта целесообразнее реанимации зрелого бренда?
- Что лучше лончевать на коммерческом рынке: новую молекулу или модификацию старой?
- Трансформация эффективных инструментов продвижения в России

ИГОРЬ ВОРОЖЦОВ, заместитель генерального директора по развитию бизнеса, **SHIRE Pharmaceuticals**

ДМИТРИЙ ЭСТУЛИН, медицинский менеджер, **TEVA Pharmaceuticals**

Екатерина Митина — продюсер конференции, Тел.: +7 (495) 995-80-04 доб. 1147, e-mail: e.mitina@infor-media.ru

Следите за обновлениями на сайте: <http://www.pharmabrand.ru/>

Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.

17.20 – 18.20 Серия параллельных круглых столов «Атипичная российская фарма: все что делает работу на российском рынке уникальным опытом». Все тонкости построения эффективной системы маркетинга.

Вопросы к обсуждению:

- особенности поведения потребителей
- регуляторные и комплаенс особенности
- оценка ролей врачей, фармацевтов
- как измерить неизмеримые каналы коммуникации

17.20-17.40 Круглый стол 1: Госпитальный бизнес/ Льготные лекарства: Стратегии развития в условиях падающей маржинальности продаж.

17.40-18.00 Круглый стол 2: Ритейловый бизнес OTC: Особенности продвижения и продаж OTC в масс-маркете.

Фокус-тема. Стратегии развития в условиях растущих барьеров входа и конкуренции за полку
АРИЭЛЬ БОРИСОВ, Директор по маркетингу, **Замбон Фарма**

18.00-18.20 Круглый стол 3: Ритейловый бизнес Rx: Особенности продвижения.

Фокус-тема. Стратегии развития маркетинга в условиях растущей генериковой конкуренции
ИГОРЬ ВОРОЖЦОВ, заместитель генерального директора по развитию бизнеса, **SHIRE Pharmaceuticals**
ДМИТРИЙ ЭСТУЛИН, медицинский менеджер, **TEVA**

18.20 Завершение конференции

18.30 – 19:30 Вечер «пожирателей рекламы»! Финальное голосование и награждение победителей номинации «Лучший рекламный ролик 2014».

Екатерина Митина — продюсер конференции, Тел.: +7 (495) 995-80-04 доб. 1147, e-mail: e.mitina@infor-media.ru

Следите за обновлениями на сайте: <http://www.pharmabrand.ru/>

Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.