

Goldfishmedia
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО



«GoldFish Media» обладает максимальной экспертизой на фармацевтическом рынке

Российских и международных фармацевтических компаний являются нашими клиентами

Более
45

фармацевтических препаратов

Более
350

успешных компаний для фармацевтических препаратов

Более
1452

Наши клиенты

БУАРОН®

BAYER Bayer

Johnson & Johnson

BERLIN-CHEMIE MENARINI

phs Фармстандарт–Медтехника

STADA CIS

ИНТЕРОСТЕЛЬ

PRO.MED.CS Praha a.s.

Ликолид®

jgl

Бинфарм

БИОТИКИ

ПРОМОМЕД

Roche

Основано в 1994 году
МЕДИНТОРГ
акционерное общество

SERVIER

ФИТОСИЛА
Товары для здоровья

АКРИХИН

ПРОФИТ ФАРМ
МЫ ЗАБОДИМСЯ О ВАШЕМ ЗДОРОВЬЕ!

Мост к счастью®

ФАРМАСОФТ

ЭКОЛОГИЯ ЖИЗНИ

ratiopharm

astellas
Leading Light for Life

glenmark

DINAMIKA®

Техномедсервис
фармацевтическое предприятие

КРАСНОГОРСКИЕ СРЕДСТВА
МАРКА КАЧЕСТВА

ТЭСКОМ

TEVA

Chiesi
People and Ideas for Innovation in Healthcare

RUSFIC GROUP

INNOTECH RUSSIA

МосФАРМА

Montavit

EAU THERMALE Avène

DENIS pharm group

materia medica

ИНВАР®

Grindex

VALEANT®
Pharmaceuticals North America

Ceva

VALENTA

VALENTA

NOVARTIS PHARMACEUTICALS

АКВИОН

Zambon

Верофарм

ИНФАМЕД
EID
"INFAMED"

МЕДА



Рекламное агентство «GoldFish Media» использует все современные диджитал технологии, которые показали эффективность.

Интернет-услуги:

- ✓ «PR-волна»,
- ✓ «PR-интеграция» (нативная реклама),
- ✓ «Advanced WOM»,
- ✓ Тематический таргетинг («TTarget») – собственные разработки агентства и модернизации существующих технологий.



Понимание ожиданий и потребностей потребителей залог успешной стратегии.

Интернет – это удобная площадка для проведения исследований. Goldfish media всегда начинает разработку стратегии с выполнения комплекса исследований.

Методика сбора принятых убеждений потребителей, отношения к бренду, категории.

Проведение открытых и закрытых опросов на ресурсах, афинитивных для целевой аудитории, для определения поведенческих инсайтов.

Тестирование коммуникативных стратегий, позиционирования бренда.



Коммуникационная и медийная стратегия это сложный комплекс диджитал инструментов, каждый из которых последовательно выполняет определённые цели:

**Коммуникативное
сообщение
должно полностью**

- ✓ отвечать принятым убеждениям потребителей
- ✓ формировать в сознании потребителя необходимость и переводить ее в мотивацию к покупке



**Медийная
активность должна:**

- ✓ доносить коммуникацию нативно, там где потребитель будет готов ее воспринять, в то время когда ему это нужно.
- ✓ последовательно закреплять в сознании необходимую коммуникацию, формировать доверие, сопровождать до совершения покупки



Digital комплекс (online/offline) Спец. проекты на ТВ, радио, в прессе и другие формы цифровых каналов.

Для повышения эффективности online-активности мы используем offline-каналы коммуникаций, такие как ТВ, радио, пресса. Под них разрабатываются PR-форматы с информационным поводом.

Такое
сочетание
позволяет:

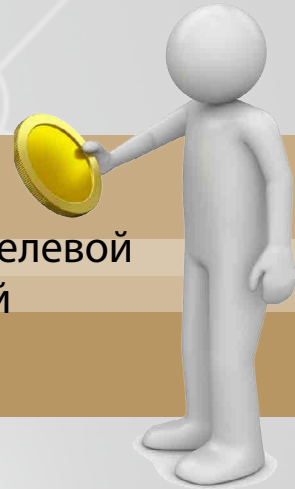
поднять
значимость
коммуникации



повысить
уровень доверия
к маркетинговому
сообщению



получить
контакт с целевой
аудиторией
offline.



Пример



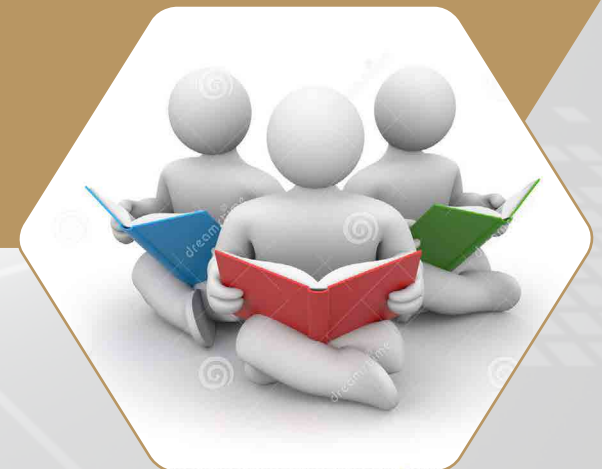
1. Необходимо убедить целевую аудиторию выбрать препарат по лечению псориаза у мужчин.
2. Разрабатывается информационный повод федерального уровня и приглашается авторитетный эксперт на аффинитивную для мужчины 30+ радиостанцию Эхо Москвы
3. По итогам выступления спикера создаются новостные статьи с упоминанием препарата, которые цитируются в интернете основными новостными сайтами и поисковыми системами.
4. В результате достигается максимальный охват ЦА, маркетинговое сообщение воспринимается доверительно, совершается покупка.

Digital комплекс (online/offline) Спец. проекты на ТВ, радио, в прессе и другие формы цифровых каналов.

Технология тематического таргетинга работает по принципу нативной рекламы и позволяет собирать с интернет ресурсов заинтересованных в выборе продукта пользователей, переводить их на продуктовый сайт заказчика и убедительно формировать решение о покупке продукта.



Наше агентство привлекает экспертов и создает статьи интересные только целевой аудитории, в том числе потенциальной. Данные статьи мы размещаем на сайте заказчика.
(визуализация, человечки читают)



Digital комплекс (online/offline) Спец. проекты на ТВ, радио, в прессе и другие формы цифровых каналов.

Заголовки таких статей размещаются в тематических статьях на специализированных сайтах, или в тематических рубриках популярных сайтов. Заголовки создаются с использованием ключевых слов и востребованы только заинтересованными потребителями. Например, заголовок: «Как псориаз провоцирует пиодермию» понятен и привлекателен только пациентам с данным заболеванием, либо специалистам по соответствующему профилю. Остальные пользователи не будут на него кликать. Наша технология имеет понятный и прозрачный для заказчика KPI. Оплата происходит только за осознанные действия в виде перехода, подтвержденного независимыми счетчиками и аналитическими системами. Дополнительно, данная технология работает на поисковую оптимизацию сайта (SEO), так как статьи по тематике соответствуют поисковому запросу, содержат ключевые слова. Прямые переходы посетителей с популярных интернет ресурсов фиксируются поисковой системой, и сайт поднимается в поисковой выдаче.



Digital комплекс (online/offline) Спец. проекты на ТВ, радио, в прессе и другие формы цифровых каналов.

Преимущества нашей системы хорошо видно при сравнении с принципом аудиторных закупок по технологии RTB. Наиболее продвинутые системы RTB достаточно точно определяют, какой интерес проявил пользователь, определяют наиболее активных, которые совершили целевые действия: например пользователь зашел на сайт фарм. препарата, перешел на страницу «где купить», то есть продемонстрировал заинтересованность в покупке. Система запоминает его cookie и в дальнейшем

предлагает рекламодателю показывать ему продукты в данной тематике.

Но если это был реальный покупатель, то он уже купил фарм. препарат и находится в стадии курсового приема.

В отличие от аудиторных закупок технология тематического таргетинга - нативной рекламы работает для тех пользователей, которые именно сейчас планируют совершить покупку.

Наши кейсы

При оценке эффективности проведенной кампании (KPI) в качестве одно из важных 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.



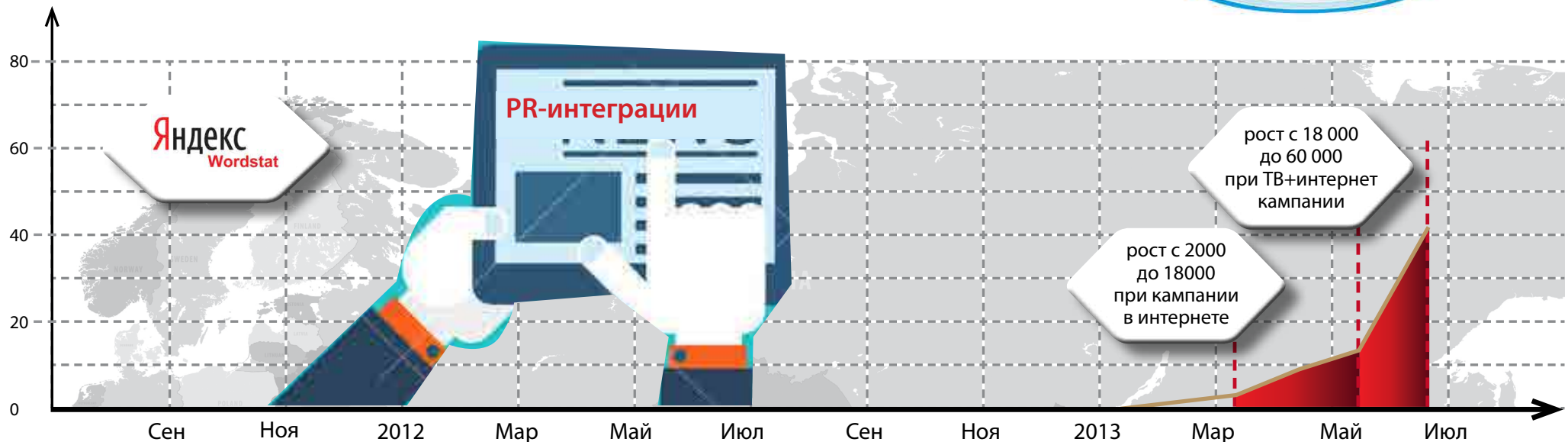
Примеры эффективных кампаний

Препарат ХХХ (противогрибковое средство (онихомикоз))

В кампании были использованы технологии:

- ✓ PR интеграции
- ✓ WOM (сарафанное радио)

Мы делали launch на Российском рынке препарата от грибка ногтей. Это очень высоко конкурентный 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 началась кампания на ТВ и число запросов составило 60000, но здесь уже невозможно выделить долю от инет продвижения.



Примеры эффективных кампаний

Препарат ХХХ (уросептическое средство)

В кампании были использованы технологии:

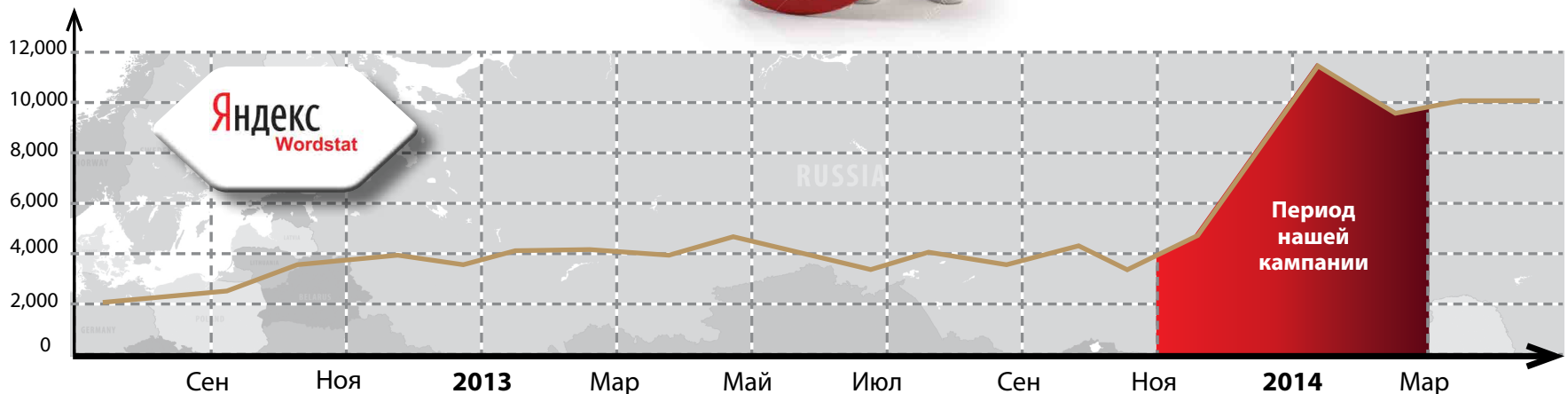
- ✓ PR волны
- ✓ PR интеграции (нативная реклама)
- ✓ WOM (сарафанное радио)

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;

Данные статистики Яндекс наглядно демонстрируют рост интереса к препарату ХХХ, полученный в результате кампании



(кампания началась в ноябре 2013 и продолжалась до конца февраля 2014). **(НЕ ВЛЕЗАЕТ)**

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.



Примеры 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:**

Примеры 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.PHARVESTNIK.RU/PUBLS/LENTA/V-ROSSII/TOKSINAM-NET.HTML#.VMXKL9KSVQG](http://www.pharmvestnik.ru/publs/lenta/v-rossii/toksinam-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.), %
		руб.	упак.	МАТ июнь 2014/ МАТ июнь 2013
1	Энтеросгель	30,29	3,52	18
2	Уголь активированный	21,69	87,09	-8
3	Смекта	19,46	4,05	-2
4	Лактофильтрум	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	1,05	0,45	-2
9	Ультра-адсорб	0,22	0,05	-41
10	Карбопект	0,16	0,07	118
	Итого TOP10	99,89	99,97	9

Источник: IMS Health

Примеры 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
МИТРАМИСТИМ 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
НАГІЗ ТБ 100 МГ №20	17	-12
МАГНЕ В6 ТБ П/О №50	18	21
РИНОФЛУМИЦИЛ АЭРОЗ НАЗАЛ 10 МЛ №1	19	5
КАНЕФРОН Н ДРАЖЕ №60	20	10

Кейс №2

Кампания: Биннофарм

Продукция: Нобен

Период: 01.07.2015-31.07.2015

Кол-во переходов: 100 000

Ноотропный препарат.

Уникально сочетает в себе энерготропное, антиоксидантное и нейропротекторное действия.

Для повышения интеллектуальной и общей активности, работоспособности и снижения повышенной утомляемости, избавления от астенодепрессивного и умеренно выраженного депрессивного состояния, избавление от головной боли и шума в ушах.



Пример размещения:

atmedicine.net/depressiya-osnovnyye-formy-zberizkiy-depressiya

Занятия:

К сожалению, небывалый интерес к депрессии оправдан тем, что это стало одной из самых распространенных заболеваний, с которыми может столкнуться каждый. И чем чаще встречается случай депрессии, тем больше мифов возникает вокруг этого заболевания: в принципе, возникающая и методы лечения большинству остаются неизвестными.

Бесстыжностью депрессии!



Будет депрессия достаточно много, одиночество, бессонница, апатичность, а также дистимия, сезонное аффективное расстройство и множество других. В этих ситуациях сразу можно разобраться - в столкновение с ними всегда неприятно.



Симптомы депрессии

Депрессию можно заподозрить, если появляется бессонница, а по утрам — преобладающая сонливость, чувство вины, подавленное состояние, постоянное плохое настроение, расстройство во всем по поводу, забывчивость, существующие или мнимые проблемы. Часто наблюдается отсутствие интереса к жизни, причем ни любимые раньше занятия, ни хобби, ни общение с друзьями и любимыми человека не могут его пробудить.

Женская депрессия

По статистике, женщины страдают депрессией гораздо чаще, чем мужчины. Это объясняется особенностями женского организма от мужского на биологическом уровне. Однако, люди, страдающие депрессией, а именно, женщины, агрессивна, раздража.

Привлечение депрессии у мужчин и женщин так же различается, что обусловлено различиями организмов и особенностями полов. Но в любом случае, привлекать депрессию выступает длительный стресс. Когда с ним сталкивается

www.pobeda.ru/ru/2/depresiya-mishayet-zhizn/

ДЕПРЕССИЯ МЕШАЕТ ЖИТЬ

Обновлено 23.07.2015

Эксперты Всемирной Организации Здравоохранения (ВотЗ) считают, что в 2020 году именно депрессия станет вторым по распространенности заболеванием после сердечно-сосудистых заболеваний. Она и пандемия, война, ухудшающаяся экономическая обстановка в странах, рост распространенности употребления алкоголя... Все чаще и интереснее в социальных сетях можно встретить таргеты описывающие людей, которые не могут справиться с инструкциями, чувствами, неуверенностью, страхом и боязнью безразличия на работе. И даже тут же в нем или несомненной уверенности в себе. Прогнозы таких состояний куда глубже, чем кажется на первый взгляд.

Что такое стресс?

Вспушев собой понятие депрессивного состояния, человек ощущает потерю интереса к жизни, работу, близким, друзьям, увлечениям и проч. На смену любой радости — скуке, приходят тревожащие, как нарушение сна, застревание памяти и концентрации внимания, очень часто развивается головная боль без видимых на то причин. Тревожа настроение и засонливость, обостряются нарушениями восприятия, преобладанием негативных в жизни, высокой концентрации гормонов стресса.

Учимся жить заново

В таком состоянии восприятие окружающей действительности искажается, человек инстинктивно избегает общения, становится не способен на самые ответственные поступки. Сделавшись озабоченным, ты в бегстве забываешь об очевидном, случившемся или несомненном случае. Понимая, насколько важно не раскиснуть, важно и действовать, принимать серьезные решения, общаться с близкими, выполнять обязательства, раскрываем собственным талантом и т.д.



В такие периоды особенно важную роль в поддержании выхода из депрессии играет поддержка близких, друзей и сильное желание самого человека бороться с проблемой, ставшей препятствием к полноценной жизни. Важно сконцентрироваться на позитиве в жизни, отбросить и забыть об обстановке — отличный способ справиться с грустью и печалью, увидеть новые стороны, встретиться со старыми друзьями, пойти вперед на давно интересующие вопросы. Депрессию — подкрепляет время, уделять внимание себе, заняться делом любимыми вещами, отвлечься в фильмах, гулять, заняться все время на машине, заниматься с новыми людьми и старыми друзьями.

Иногда состояние человека может достигать критического уровня, так что без квалифицированной помощи врача или психолога здесь не обойтись. Специалисты не рекомендуют при таких состояниях прибегать к употреблению серьезных медикаментов. Лучше выбрать натуральное средство Nature, которое обеспечивает улучшение настроения, возвращение и способствует снижению концентрации гормонов стресса в крови. Так достигается активация всех клеточных процессов, памяти, восприятия, внимания, что позволяет человеку справиться с негативом на позитив.

Можно, конечно, попытаться не стать жертвой не на субъективные ощущения, поэтому желательно избегать таких