Minden áron digital?

Wick termékcsalád 2014-2015 szezon

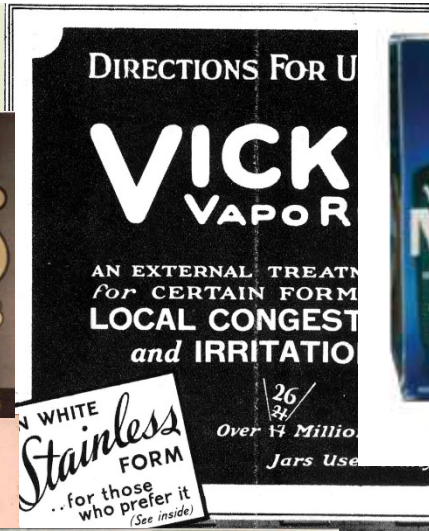
Szuromi Péter – I.M.S. Intermedia Solution


MEGBÍZHATÓ MÁRKA
A MEGFÁZÁS MINDEN TÜNETÉRE

Több, mint 100 éves márka



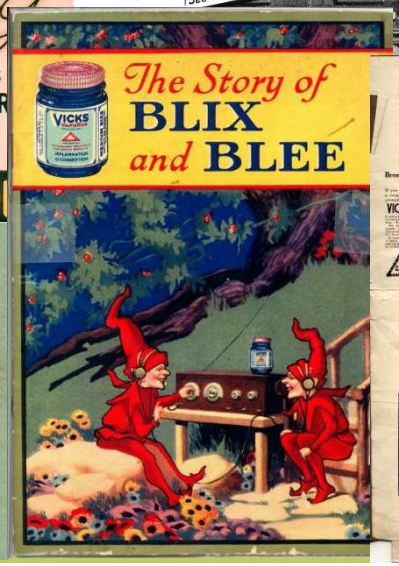


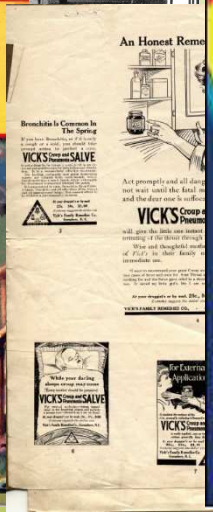


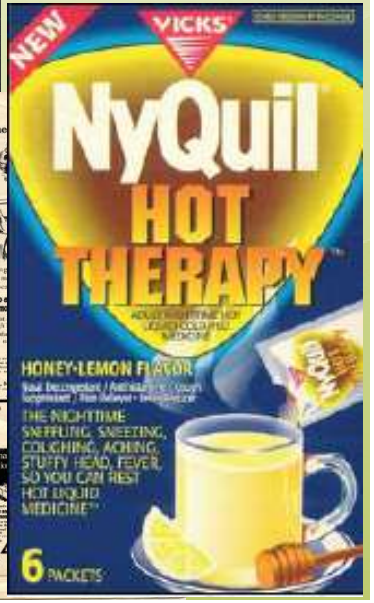


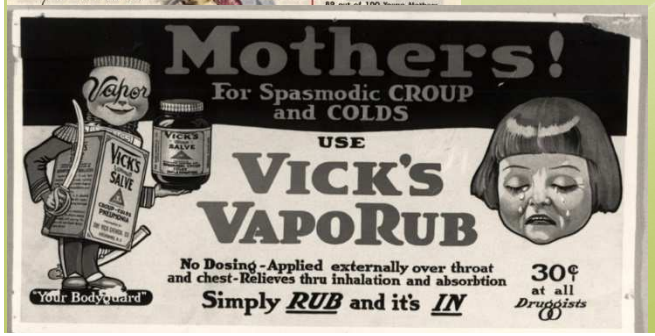














OTC	vs.	Digital
Lassú, nehézkes		Könnyed, gyors
Hibamentesség		Hibázz gyakran, tanulj sokat!
Helyi gondolkodás		Globális szemlélet
Formális és korlátozott kapcsolat a fogyasztóval		Személyesség és személyre szabottság

Forrás: Pőcze Balázs – mito; Pharma Goes Digital 2016.02.25

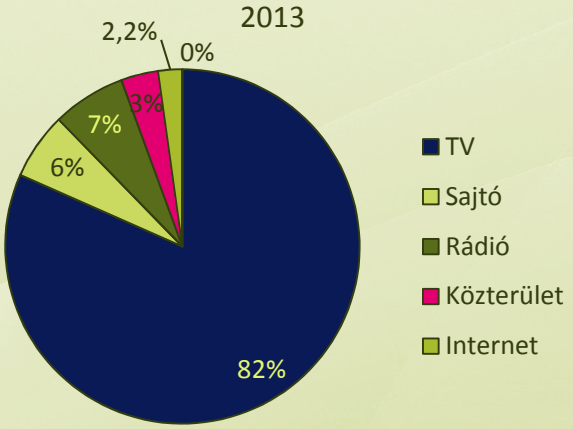
…és a csatatér

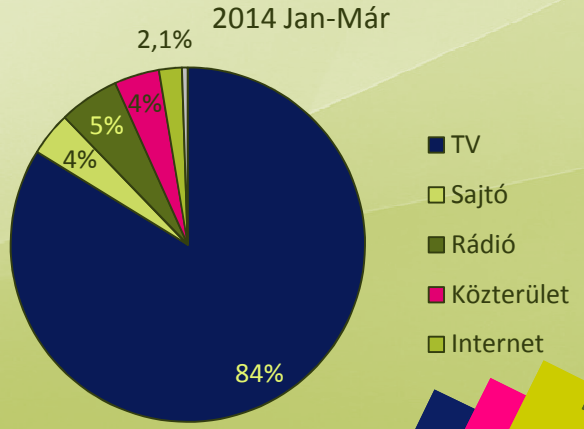
2014 vs 2013 szezon C&C: +40.8% költés

GRP tömeg 2012-as szezonban: 57 173 GRP

GRP tömeg 2013-as szezonban: 67 847 GRP

A piacvezető orrspray ’13-ról ’14-re közel azonos GRP tömeg mellett 21.12% SOV%-ról 12.76%-ra esett





Forrás: *I.M.S. (becsült net) Kantar listaárak alapján, Nielsen Media Research, TG: MS 25+*

A szezon ütemezése

	’14 Szept	’14 Okt	’14 Nov	’14 Dec	’15 Jan	’15 Febr	’15 Már
Televízió							
Rádió							
Online							

Az eredmények

- Sinex: +6% (YoY) (SOV%: 6.6%)
- VapoRub: +36% (YoY) (SOV%: 93.9%)
- Hot Remedies: +11% (YoY) (SOV%: 30.86%)
- Teljes kategórián belüli ROI: 2.5366

Forrás: *TEVA Gyógyszergyár Zrt.; Nielsen Media Research*