



СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ И БРЕНДОВ

12 апреля 2013г., Swissotel «Красные холмы»

Программа

ВНИМАНИЕ! В программе конференции:
Номинация «**Лучший рекламный ролик!**»
Вечер «пожирателей рекламы» и награждение победителей!

08:30 – 09:00 Регистрация участников. Приветственный кофе

09:00 – 09.10 Начало работы конференции. Вступительное слово организатора и модератора

Модератор конференции: **ОЛЕГ ФЕЛЬДМАН**, директор подразделения здравоохранения, «**Синовект Комкон**»

09:10 – 10:00 ТРЕНИНГ: Разработка эффективной интернет-стратегии для фарм.брендов

Вопросы к обсуждению:

- Эволюция интернет - маркетинга
- Существующие форматы взаимодействия в медицинском интернете
- Использование цифровых инструментов российскими фарм. компаниями
- Выбор площадки
- Интернет-стратегия и ее оценка
- Как посчитать ROI для социальных медиа

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

10:00 –11:40 СЕССИЯ 1. Управление продуктовым портфелем: лучшие практики

10.00-10.20 Покупательское поведение россиян на рынке лекарственных препаратов
ЕВГЕНИЯ ЭЙРАМДЖАНЦ, руководитель отдела синдикативных исследований фармацевтического рынка, **GfK Rus**

10.20-10.40 Вероятностные прогнозы развития системы лекарственного обеспечения РФ. Основные сценарии, предпосылки и последствия
GERMAN ИНОЗЕМЦЕВ, директор по стратегии и развитию бизнеса, **Synovate Comcon Healthcare Russia**

10.40-11.00 Новые форматы взаимодействия фармкомпаний с гос.органами и аптеками
ДАВИД МЕЛИК-ГУСЕИНОВ, директор, **ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

11.00-11.20 Стратегия управления портфелем продуктов в изменяющихся условиях рынка. Фокус на эффективность
ЕЛЕНА СЕМЁНОВА, Sales & Marketing Director, **«Такеда»**

11.20-11.40 В поисках «magic pill» или потребительские «инсайты» в фармацевтике
СТАНИСЛАВ РЕШЕТНИКОВ, управляющий отделом маркетинга безрецептурных препаратов (Терапия и Профилактика), **«Фармстандарт»**

11:40 – 12:10 Кофе-пауза. NEW! Networking session

Во время сессии вы получите возможность обменяться контактами со всеми участниками конференции

12:10 – 13:00 ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ: Управление рисками в продуктовом портфеле

Модератор клуба: **АЛЕКСАНДР КУЗИН**, заместитель генерального директора, **«Аптечная сеть «Ригла»**

Вопросы для обсуждения:

- Выявление, оценка, квантификация, моделирование, прогнозирование и управление маркетинговыми рисками
- Состав и структура процессов маркетингового риск менеджмента
- Влияние взаимоотношений аптечной сети и производителя на продвижение портфеля производителя
- Соотношение оригинальных препаратов, брендированных генериков и небрендированных генериков на аптечной полке
- Основные методы моделирования рисков с практическими примерами применения

Участники дискуссионного клуба:

ДИЛЯРА АКБУЛАТОВА, Автор-преподаватель **Школы Фармацевтического Маркетинга**, Преподаватель Научно-исследовательского университета **Высшая Школа Экономики**, Директор по собственным торговым маркам **«Аптечной сети 36,6»**

АРИЭЛЬ БОРИСОВ, директор по маркетингу, **«Замбон Фарма»**

GERMAN ИНОЗЕМЦЕВ, директор по стратегии и развитию бизнеса, **Synovate Comcon Healthcare Russia**

ИГОРЬ КЛИМАНОВ, директор по маркетингу, **«НПО Петровакс Фарм»**

СЕРГЕЙ МАСТЯГИН, менеджер по развитию инновационных каналов продвижения, **«АстраЗенека Россия»**

ВЛАДИМИР БОЙКО, директор Коммерческих операций по России и странам СНГ, **MSD Consumer Care**

13:00 – 14:00 Обед

14:00 – 15:40 ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ СЕКЦИИ

Секция 1. Маркетинг будущего: все

Секция 2. Коммуникационные

секреты от признанных экспертов рынка	стратегии: время новых возможностей. Лучшие кейсы
<p>Модератор заседания: ОЛЕГ ФЕЛЬДМАН, директор подразделения здравоохранения, «Синовейт Комкон»</p> <p>14.00 – 14.20 <u>Case study</u>: Запуск нового продукта. Типичные ошибки при выводе препаратов на рынок ВЛАДИМИР БОЙКО, директор Коммерческих операций по России и странам СНГ, MSD Consumer Care</p> <p>14.20 – 14.40 <u>Case study</u>: Технологии BTL в практике фармацевтического производителя. Самое важное в маркетинге в каналах дистрибуции - Зачем нужен BTL для фарм.производителя - Трейд-маркетинг для Rx и OTC - Работа с аптечными сетями - Трейд-маркетинг производителя для дистрибьютора - Что нам принесет новое законодательство? - Лекарства в супермаркетах – взгляд фармпроизводителя на возможности партнёрства с нефармацевтической розницей ИГОРЬ КЛИМАНОВ, директор по маркетингу, «НПО Петровакс Фарм»</p> <p>14.40-15.00 <u>Case study</u>: Современные инструменты в работе Sales force АНТОН КАСЬЯНЕНКО, начальник отдела маркетинга, департамент безрецептурных препаратов, «ШТАДА Маркетинг»</p> <p>15.00 – 15.20 <u>Case study</u>: Опыт телемаркетинга с врачами: “pros” & “cons” АРИЭЛЬ БОРИСОВ, директор по маркетингу, «Замбон Фарма»</p> <p>15.20 – 15.40 <u>Case study</u>: iPad в руках медицинского представителя: блестящая игрушка или инструмент для повышения продаж? ДАМИР САМИГУЛЛИН, управляющий партнер, Коммуникационное агентство «НестЛайн»</p>	<p>Модератор заседания: представитель компании, «Михайлов и Партнеры. Управление стратегическими коммуникациями»</p> <p>14.00 – 14.20 <u>Case study</u>: Управление репутацией на фармрынке: какие задачи решать? Роль корпоративных коммуникаций в достижении целей компании ЯНА КОТУХОВА, руководитель отделения по работе с государственными и общественными структурами и корпоративным коммуникациям компании Ново Нордиск в России и странах СНГ</p> <p>14.20 – 14.40 <u>Case study</u>: Построение кластеров в регионах: особенности PR ЕКАТЕРИНА АРТЕМЬЕВА, руководитель PR-отдела, группа компаний "Герофарм"</p> <p>14.40-15.00 <u>Case study</u>: Стратегические коммуникации со СМИ: лучшие практики построения успешной и результативной работы ЕВГЕНИЯ ГИМЕРВЕРТ, руководитель направления по корпоративным коммуникациям, «АстраЗенека Россия»</p> <p>Дискуссия по итогам секции. Вопросы для обсуждения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crisis management: правильный пиар при «плохой игре». Как с помощью пиара «скрыть» проблемы компании? • Оптимизация расходов и повышение эффективности PR-компаний • Работа пресс-службы в период реорганизации компании • PR и GR: эффективная работа с государственными органами <p>Участвуют докладчики секции</p>

15.40 – 16.10 Кофе-пауза. Просмотр конкурсных рекламных роликов

16:10 – 17:00 СЕССИЯ 2. Реклама как эффективное средство фармацевтического маркетинга

Модератор сессии **ОЛЕГ ФЕЛЬДМАН**, директор подразделения здравоохранения, «Синовейт Комкон»

16.10 - 16.30 Возможность точечного воздействия на потребителя при помощи инструментария сегмента Indoor. Качество рекламной коммуникации

ВИКТОРИЯ КУЗНЕЦОВА, Sales & Marketing Director, Pharma division, **VITA media group**

16.30 - 16.50 Роль креатива при небольших бюджетах или есть ли жизнь за пределами BigPharma

ЮЛИЯ ДУЛЬКИС, директор по маркетингу, «Московская фармацевтическая фабрика»

16.50 - 17.10 Управление эффективностью маркетинговых кампаний с помощью CRM
ЕВГЕНИЙ ШКУТ, консультант направления «Фармацевтика», **Группа компаний Terrasoft**

17:10 – 18:30 СЕССИЯ 3. Интернет-маркетинг в России: особенности продвижения фармбрендов

Модератор сессии: **ОЛЕГ ФЕЛЬДМАН**, директор подразделения здравоохранения, «Синовейт Комкон»

17.10 - 17.30 Создание и использование персонального профиля потребителя для эффективных e-commerce продаж фармацевтических товаров
КРИСТИНА ТАНЦЮРА, генеральный директор, «Драгстор тех.»

17.30 – 17.50 Особенности дистанционного продвижения фармбрендов
СЕРГЕЙ МАСТЯГИН, менеджер по развитию инновационных каналов продвижения, «АстраЗенека Россия»

17.50 – 18.10 Интернет-маркетинг. Возможности интегрированного продвижения безрецептурных препаратов в интерактивных коммуникациях
ОЛЬГА ВАРНАВСКАЯ, бренд менеджер «Бепантен», категория Дерматология, подразделение безрецептурных препаратов, **Bayer Consumer Care**

18.10 – 18.30 Эффективная работа с социальными сетями. В поисках универсальных стратегий
ДЕНИС ТЕРЕХОВ, управляющий партнер, **Агентство «Социальные сети»**

18:30 Завершение конференции. Подведение итогов.

18:20 – 20:00 Шампанское, фуршет. Номинация «Лучший рекламный ролик».
Онлайн-голосование и награждение победителей.

Внимание! В номинации может принять участие рекламный ролик вашей компании, не забудьте его прислать организаторам конференции не позднее 10 апреля! Ждем ваши заявки по адресу:

rolik@infor-media.ru

* — ожидается подтверждение участия и темы доклада. Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам.