



thinkbrand
with **Google**™

Поисковые тренды в фарма индустрии (безрецептурные препараты)

Иван Бригida, аналитик Google

Темы для обсуждения



ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

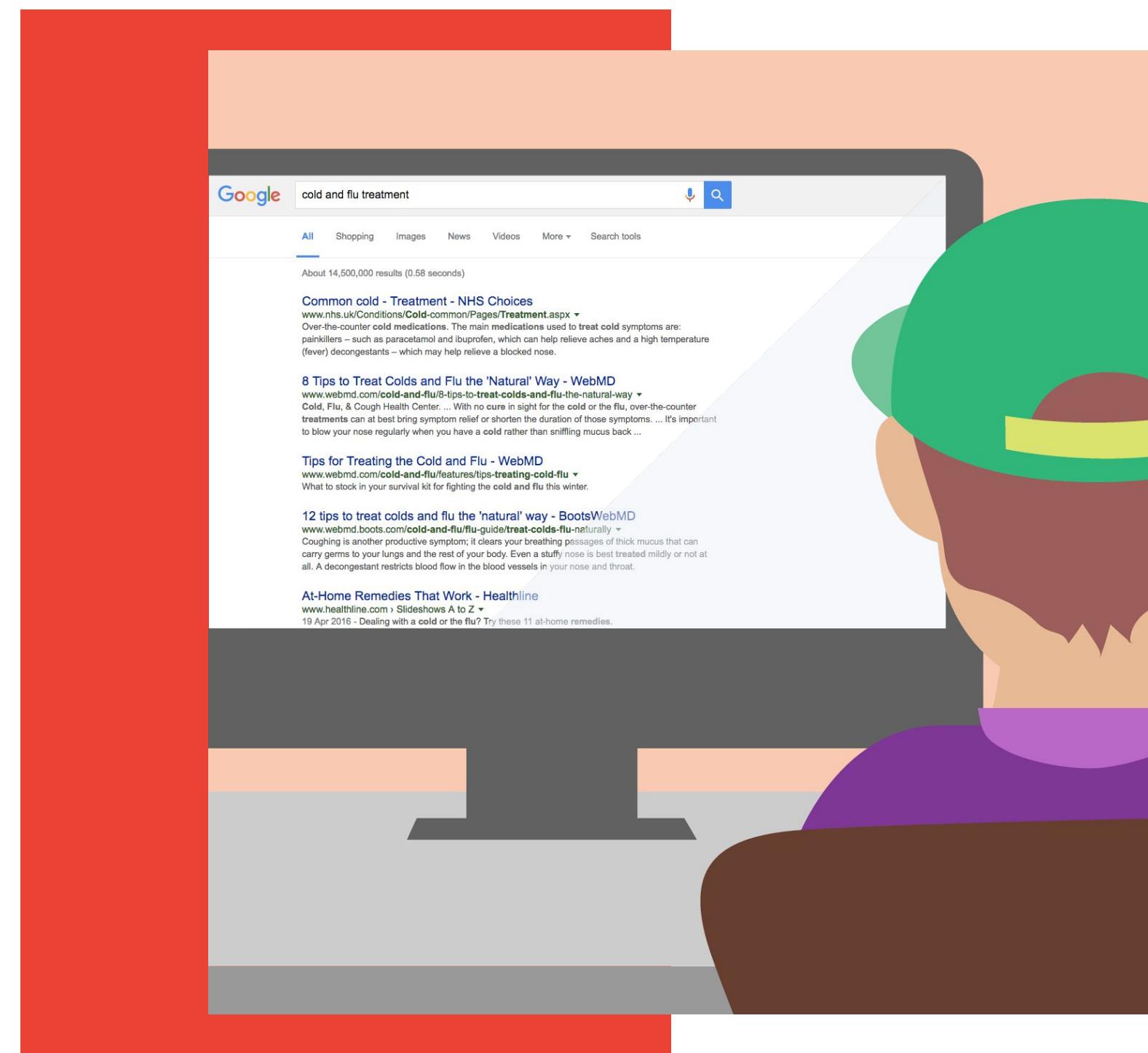


МОБИЛЬНЫЕ



ПОИСКОВЫЕ
ТЕНДЕНЦИИ

Поведение онлайн пользователя в фарма категории

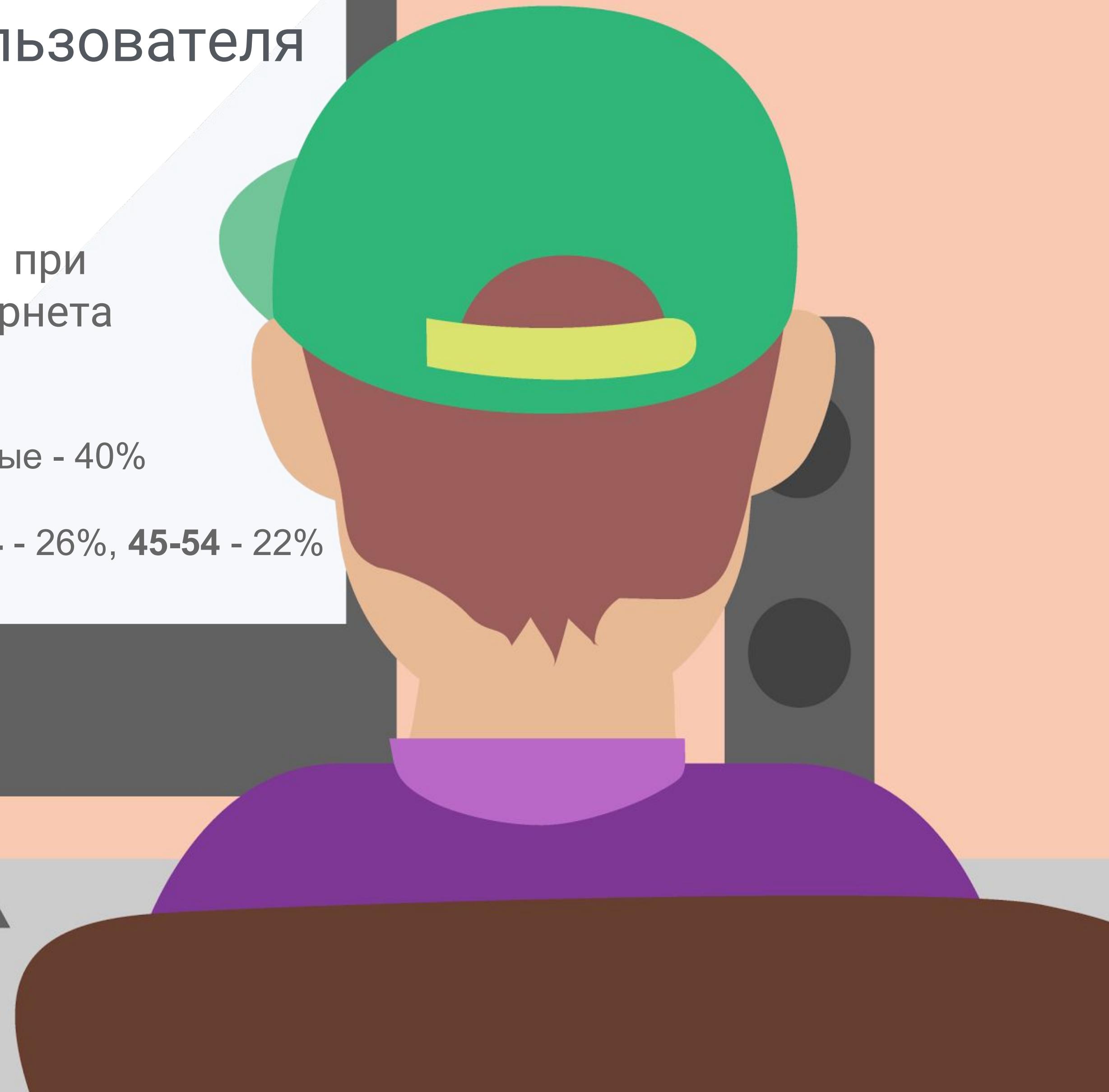


Изучение поведения пользователя через опрос

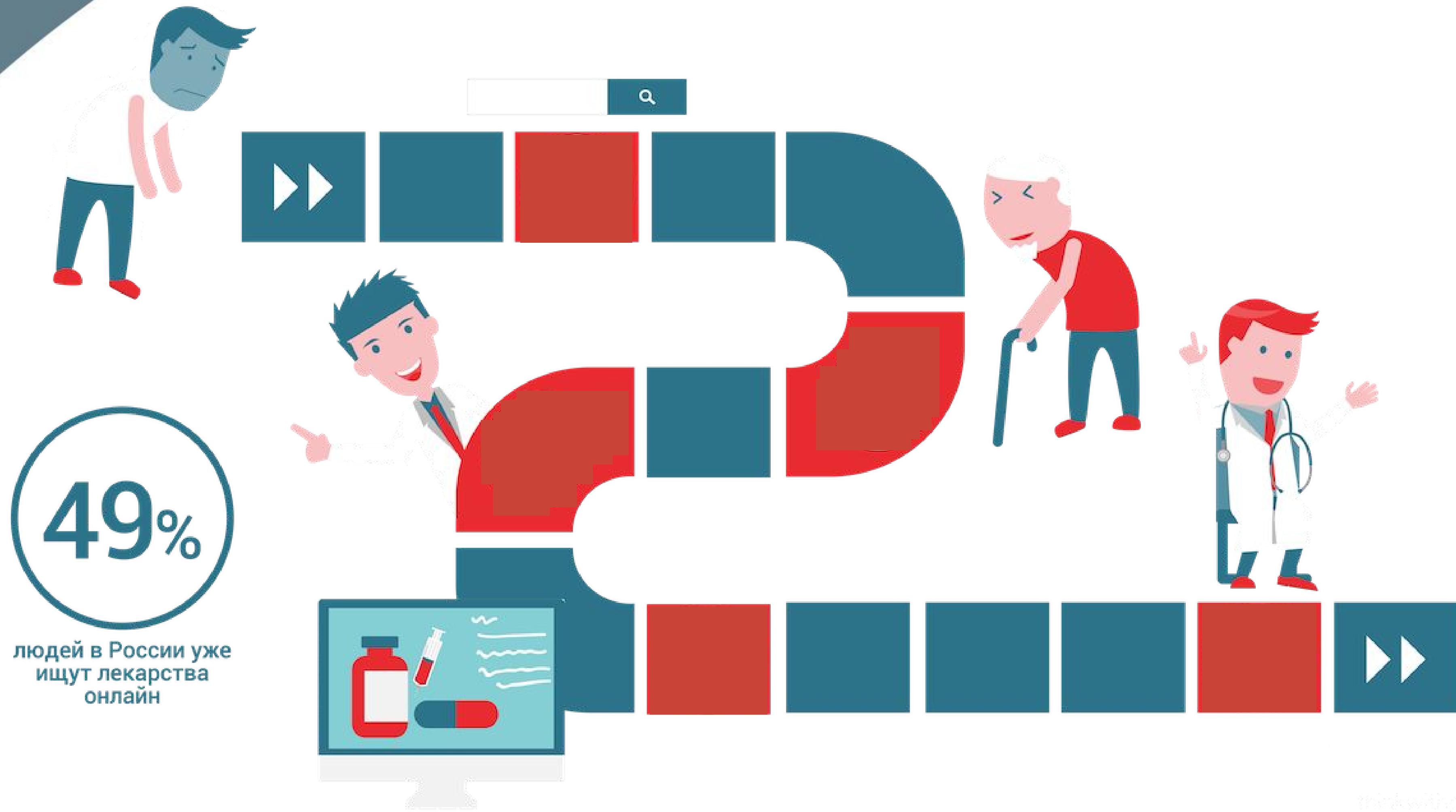
ЦЕЛЬ: понять путь пользователя при покупке лекарств и влияние интернета

Города 1млн+: МСК+СПБ 60%, остальные - 40%

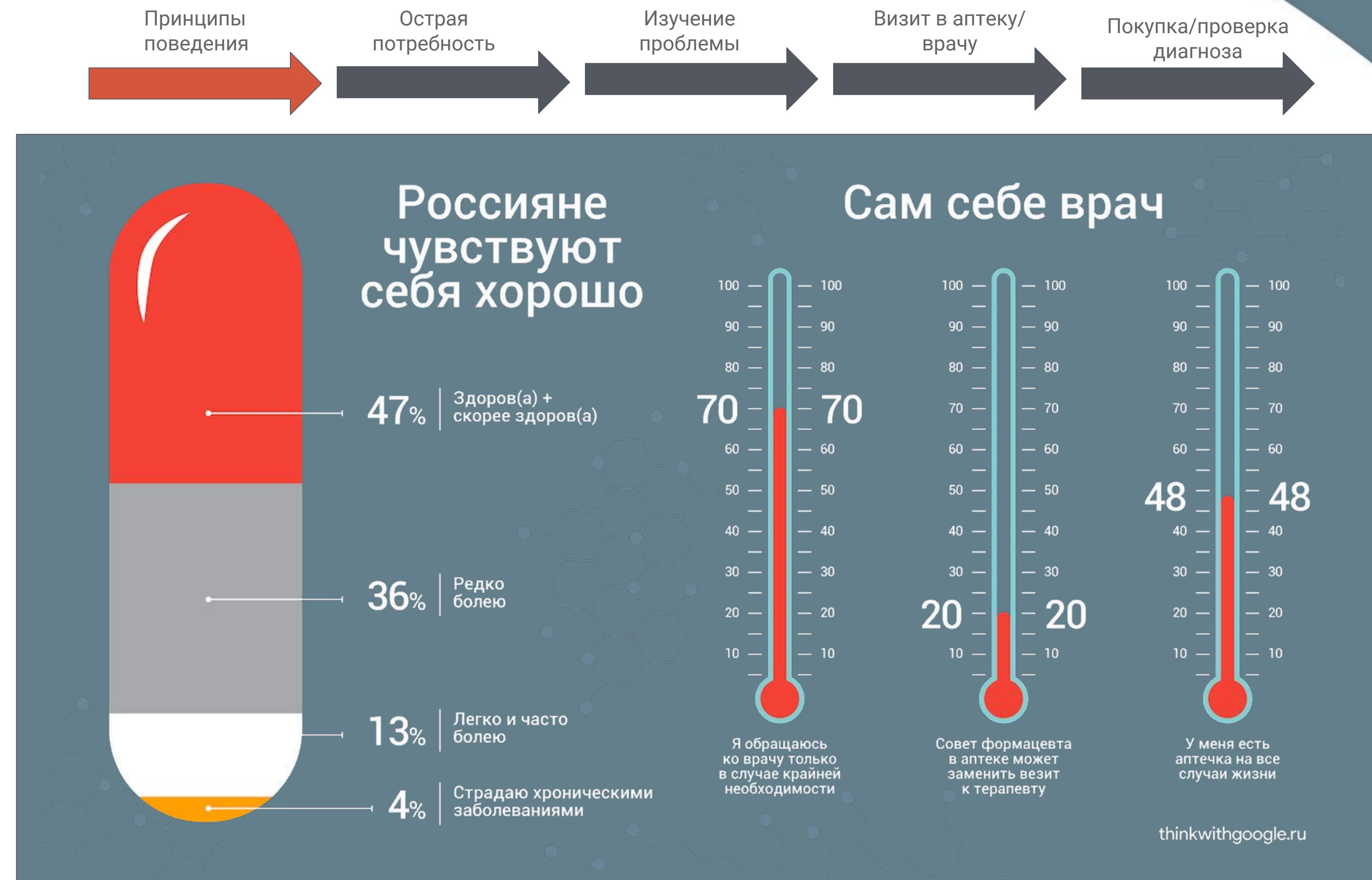
Возраст: 18-24 - 20%, 25-34 - 32%, 35-44 - 26%, 45-54 - 22%



Интернет важен при покупке лекарств



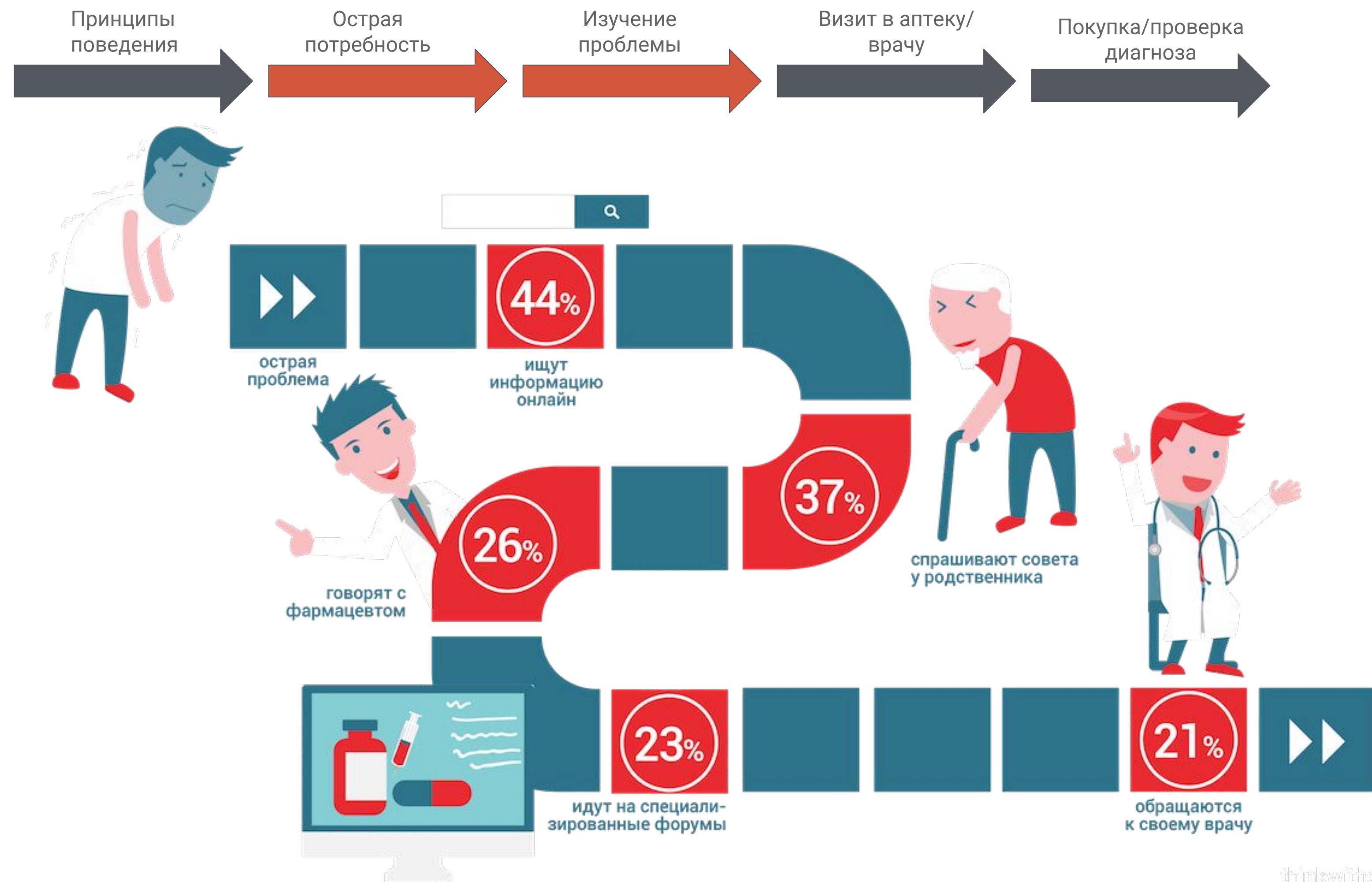
Состояние здоровья россиян



Разная стратегия получения информации в интернете про лекарства и болезни



Опрос пользователей о покупке лекарств



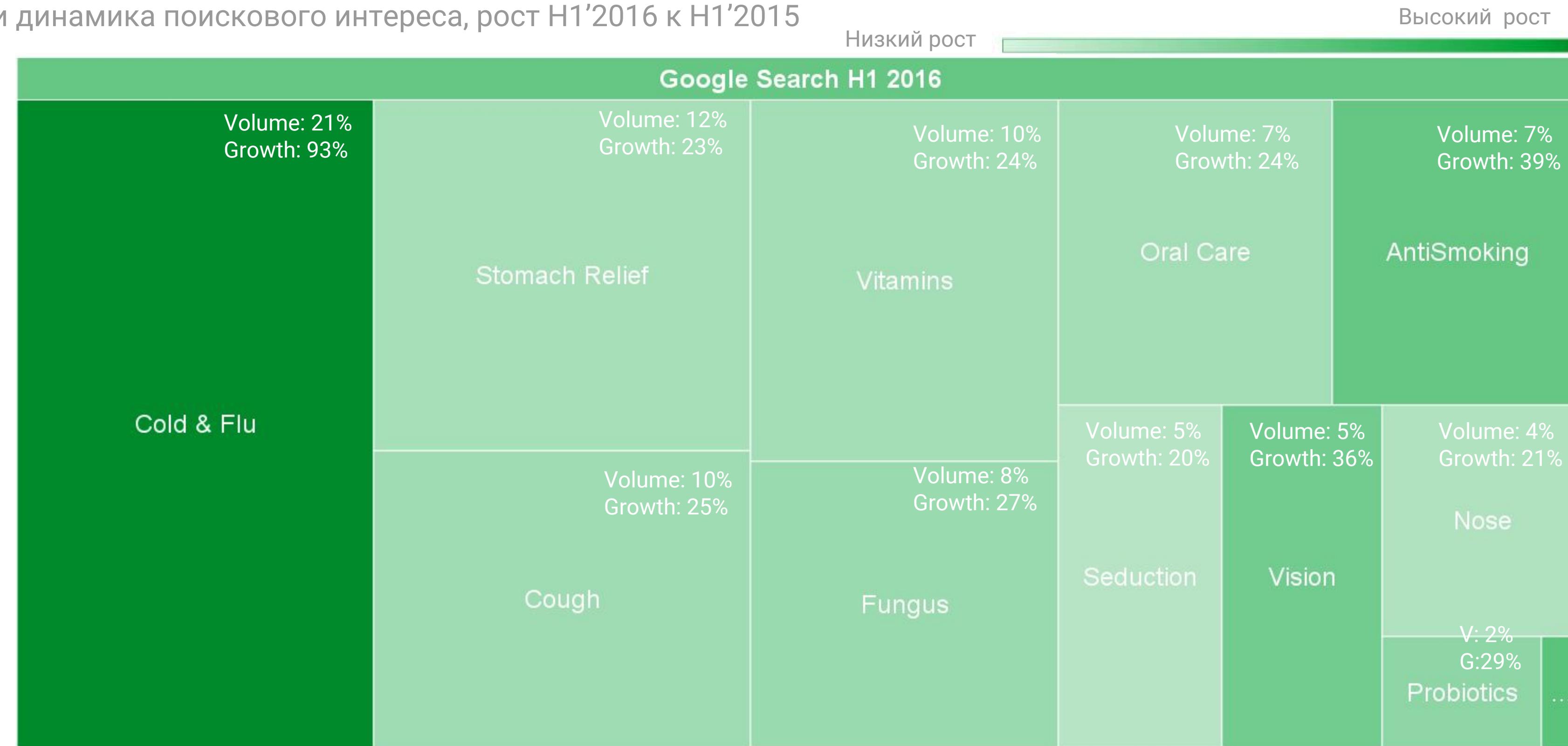
thinkwithgoogle.ru

После визита к врачу пациенты проверяют диагноз



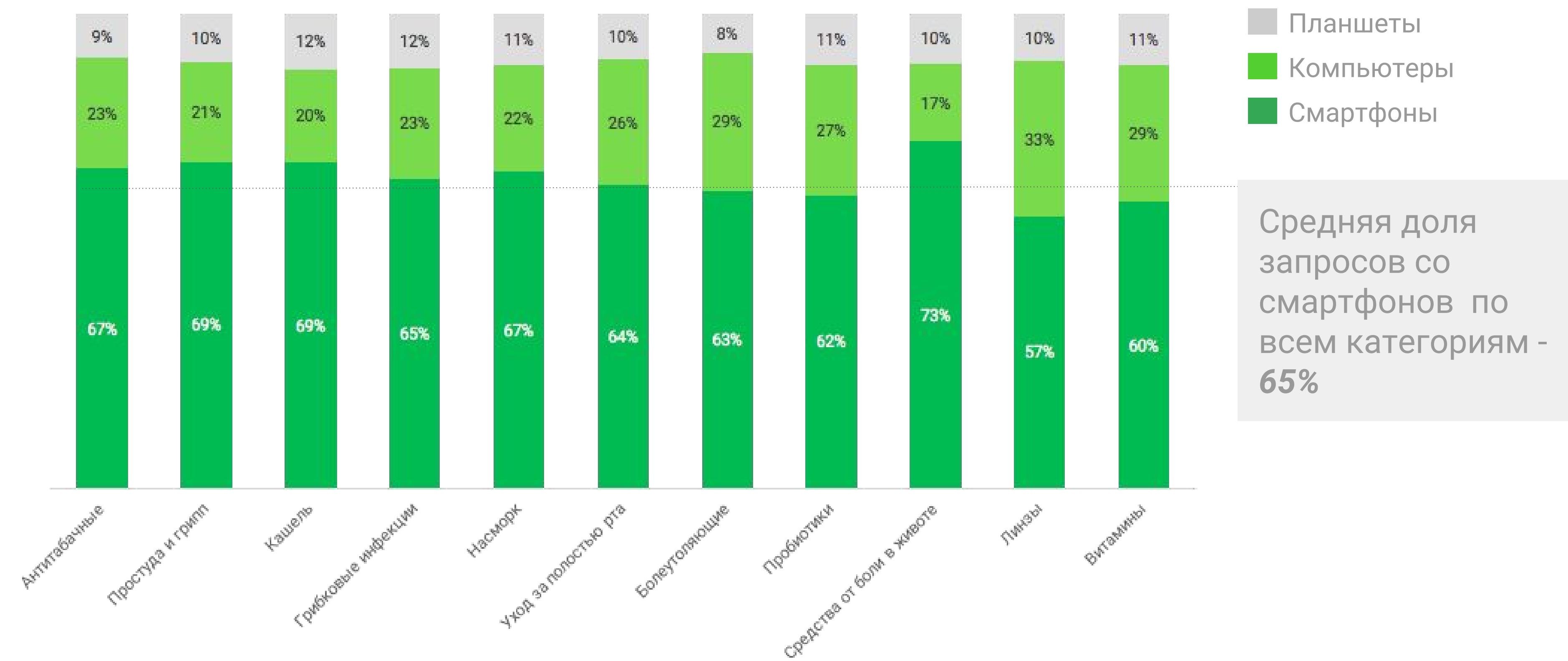
ПОИСК: тренды категории: средний рост 20-40% в год

Объем и динамика поискового интереса, рост H1'2016 к H1'2015



Наиболее мобильные категории - средства от боли в животе (73%)

Разбивка поисковых запросов по устройствам, Н1'16



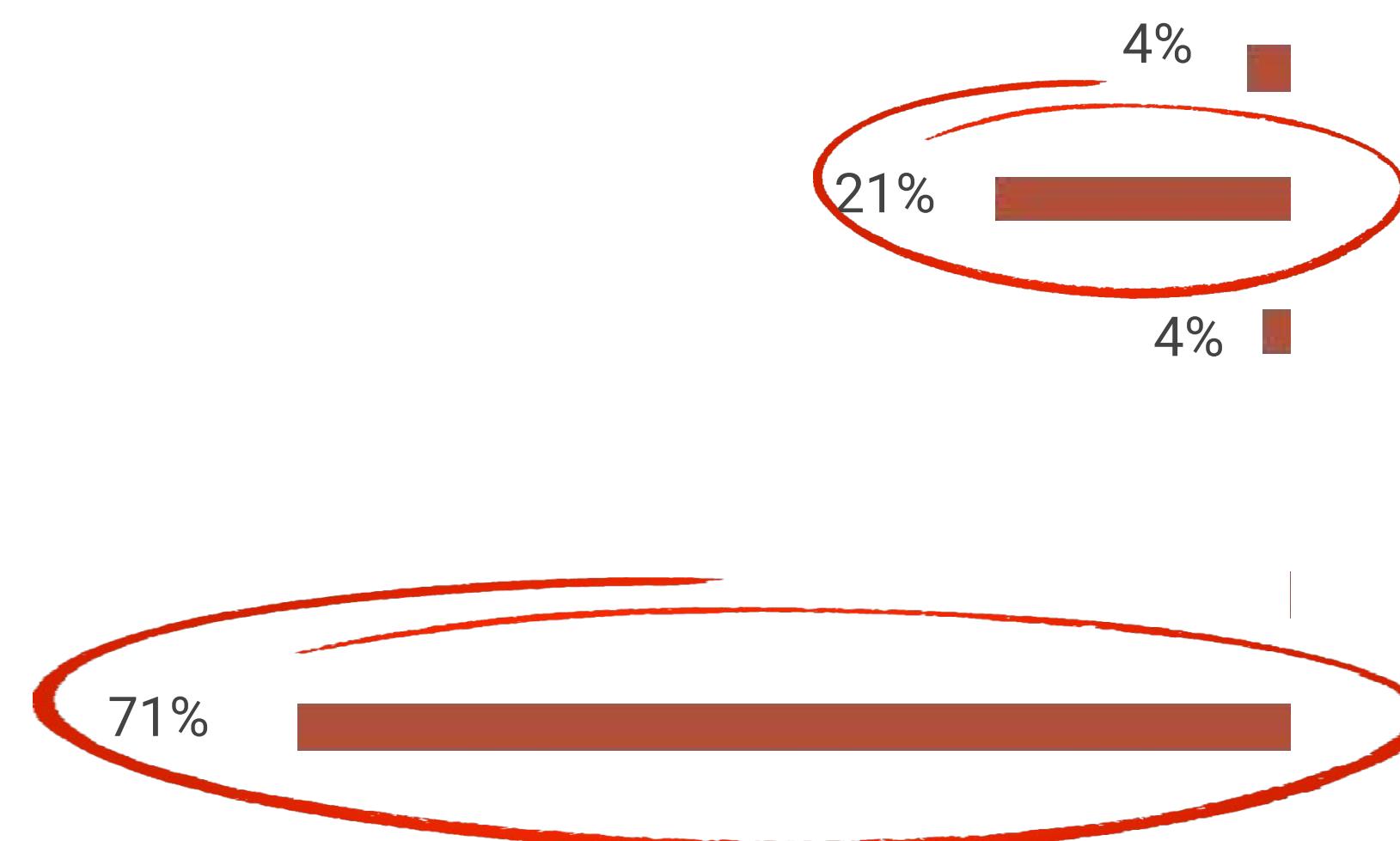
Тренды категории: болезни/симптомы/вопросы

С чем из перечисленного Вы сталкивались за последние 3 месяца?



Тренды категории: болезни/симптомы/вопросы

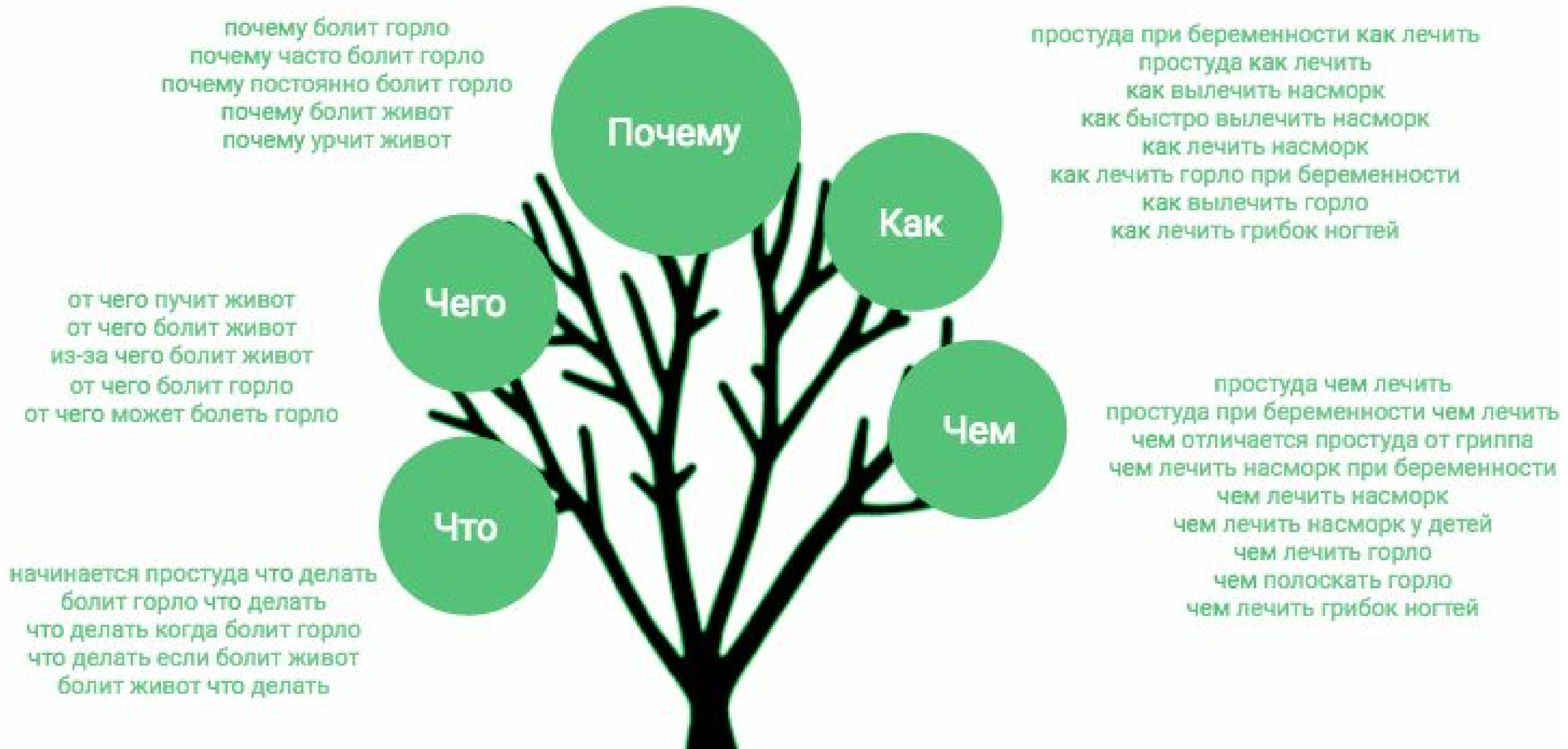
Объем фарма запросов по симптомам,
первое полугодие 2016 года



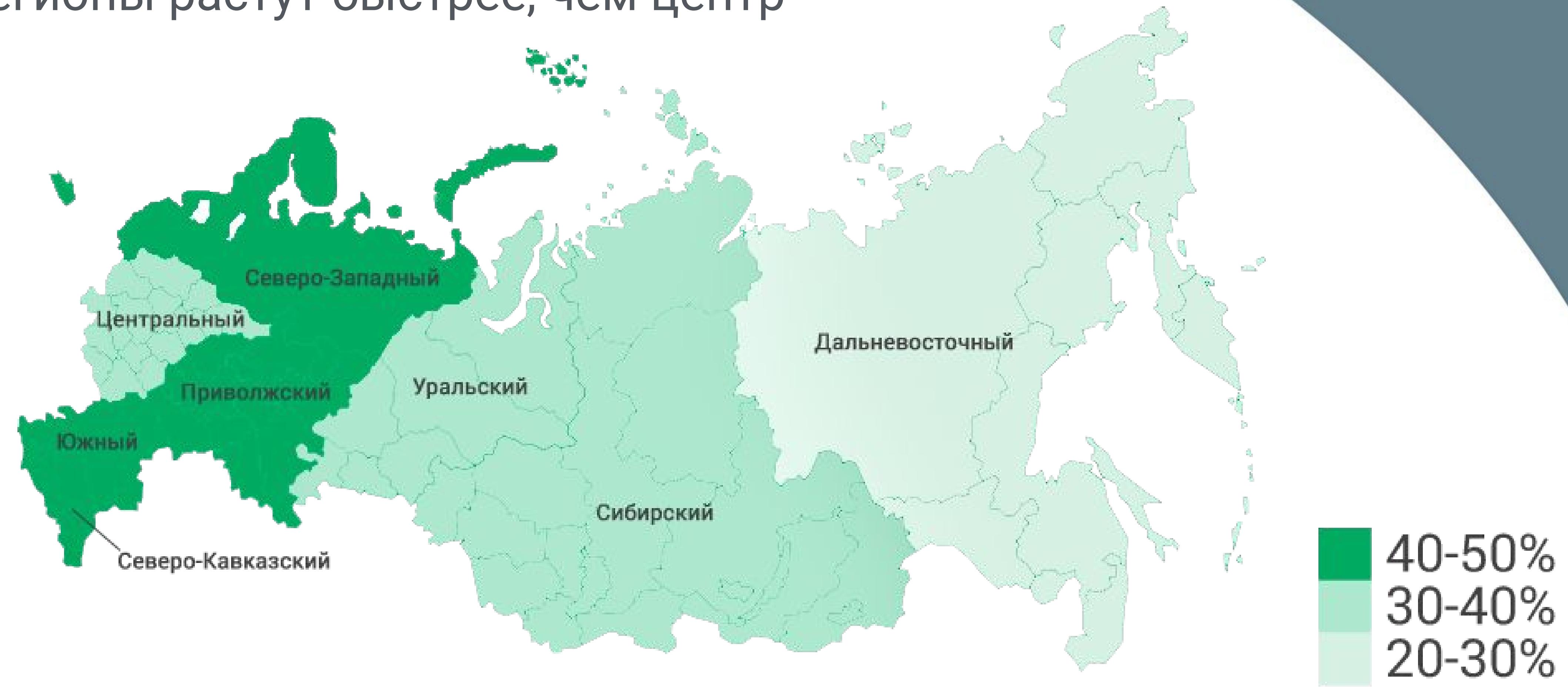
С чем из перечисленного Вы сталкивались за последние 3 месяца?



Вопросы - дополнительные инсайты аудитории



Регионы растут быстрее, чем центр

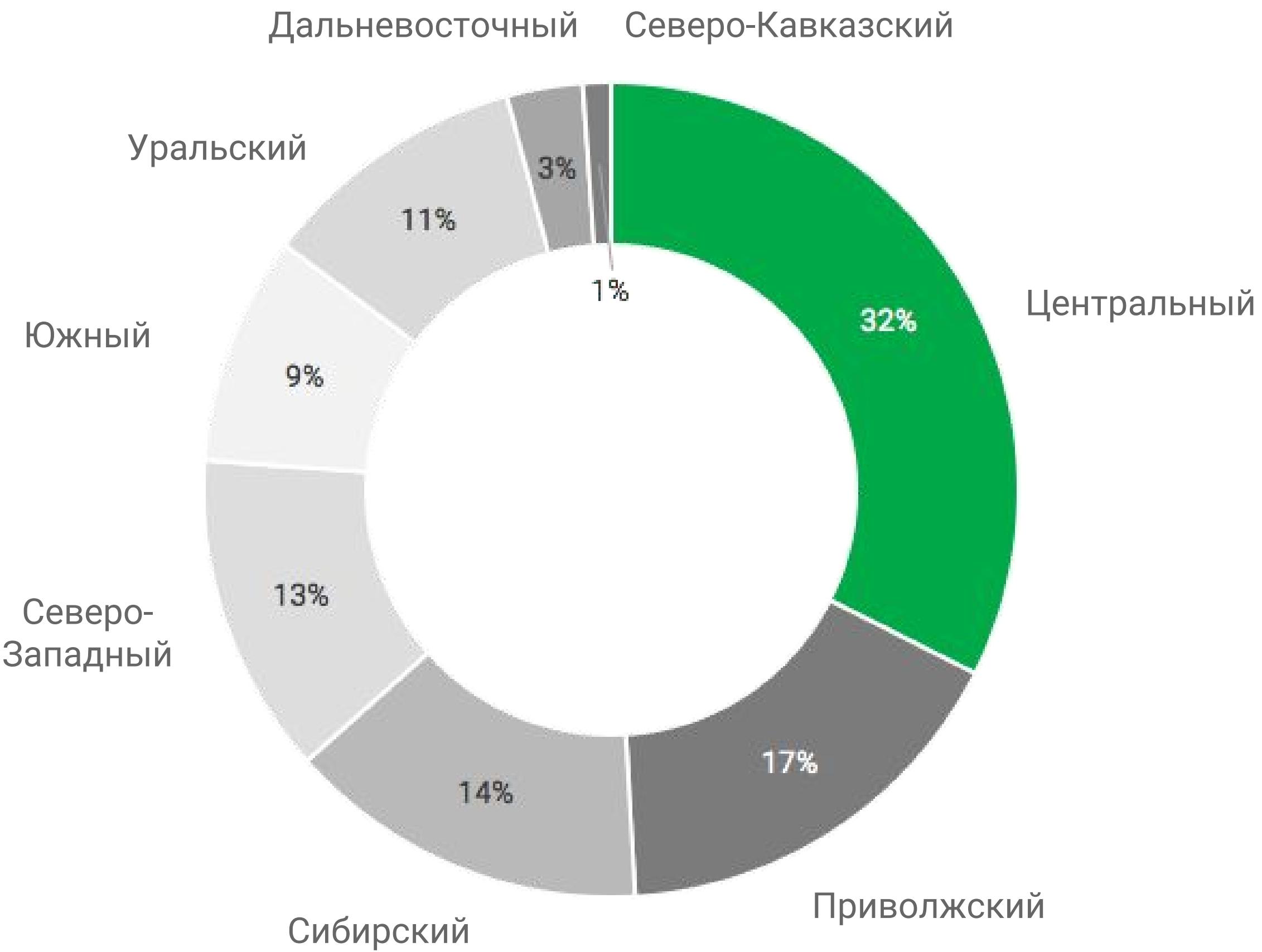


...за счет мобильных запросов



Сплит запросов по регионам 4 года назад

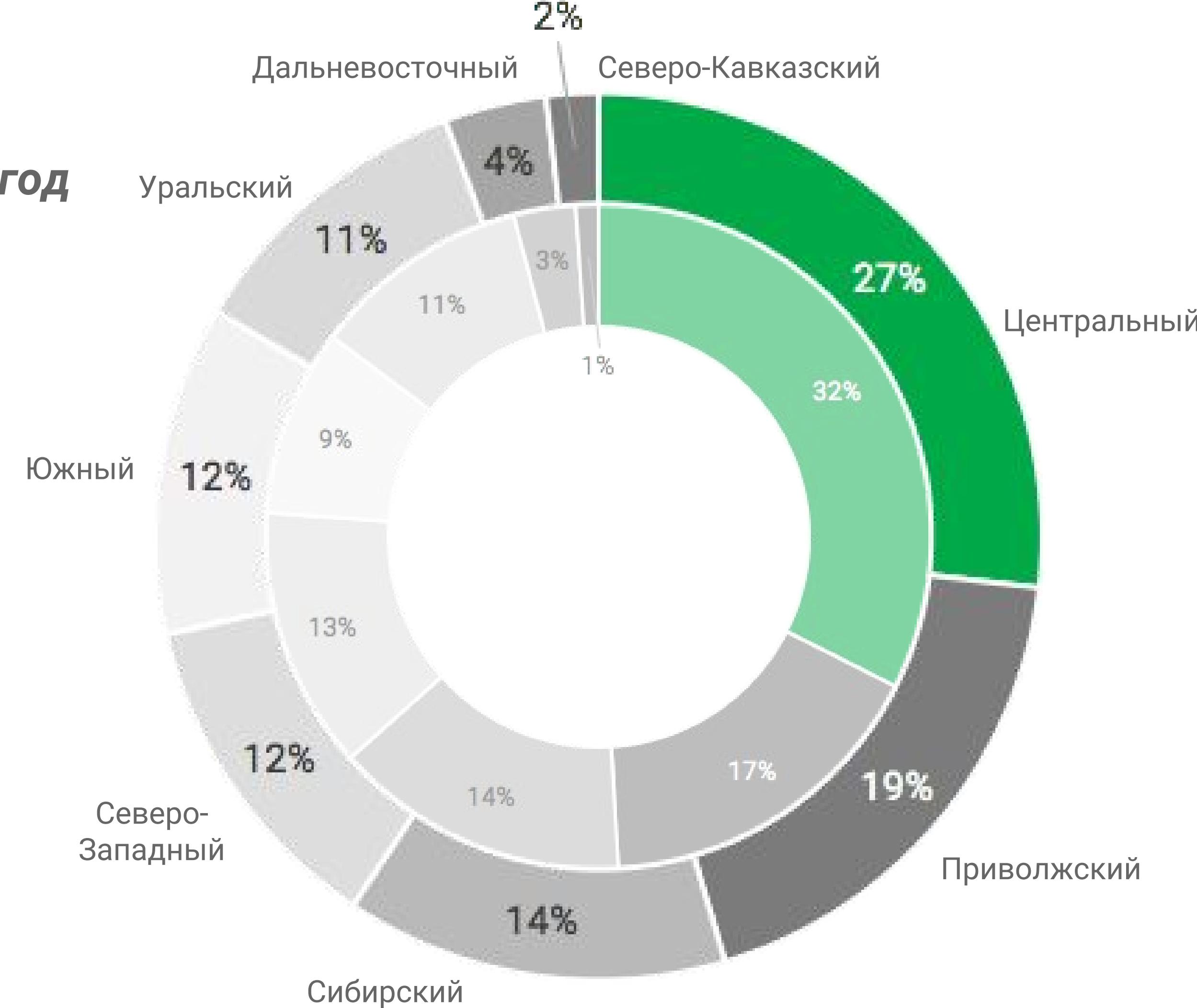
2012 год



Объем фарма запросов по регионам России,
первое полугодие 2012 года

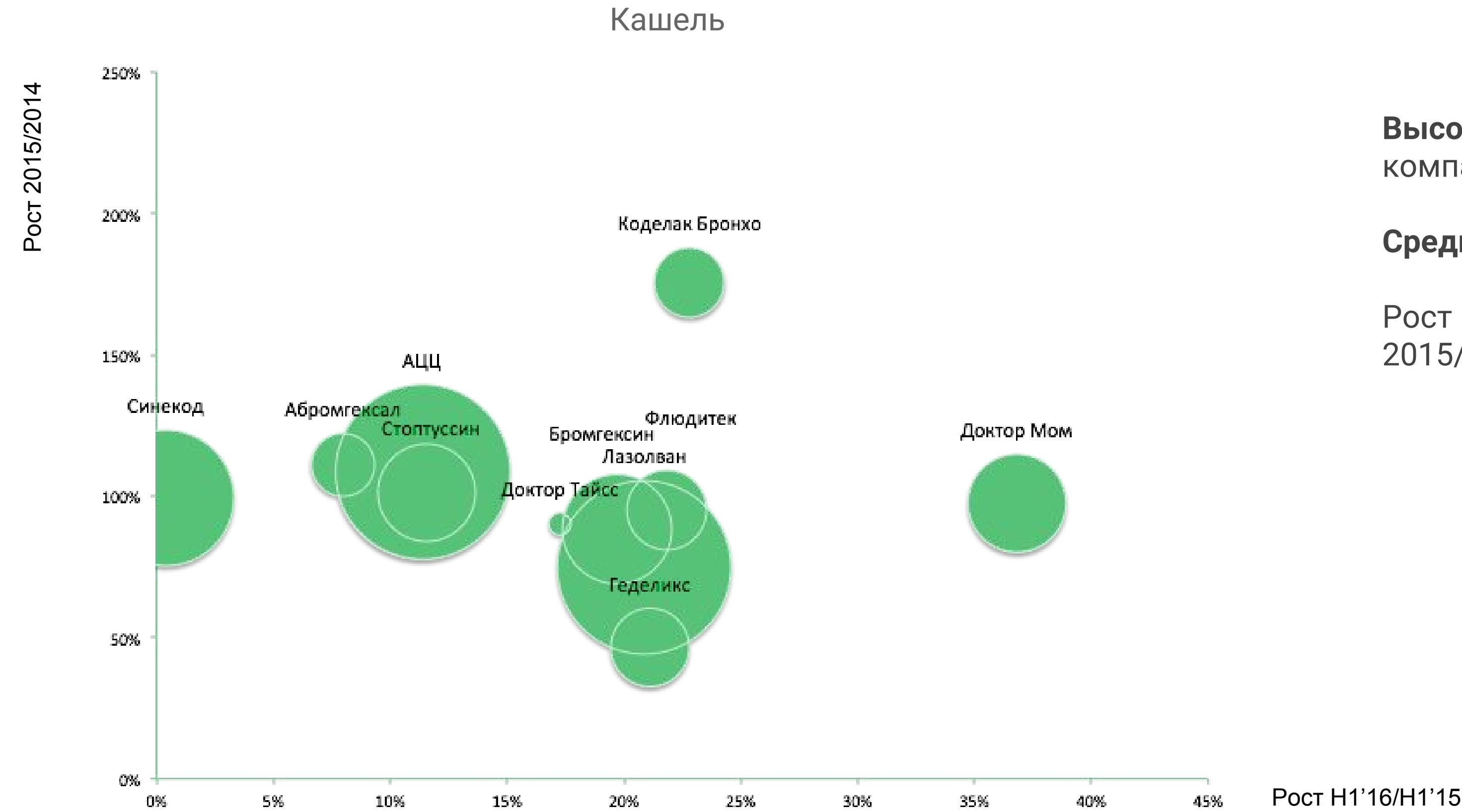
Сплит запросов по регионам сегодня

2016 год



Объем фарма запросов по регионам России,
первое полугодие 2016 года

Половина всех запросов - брендовые

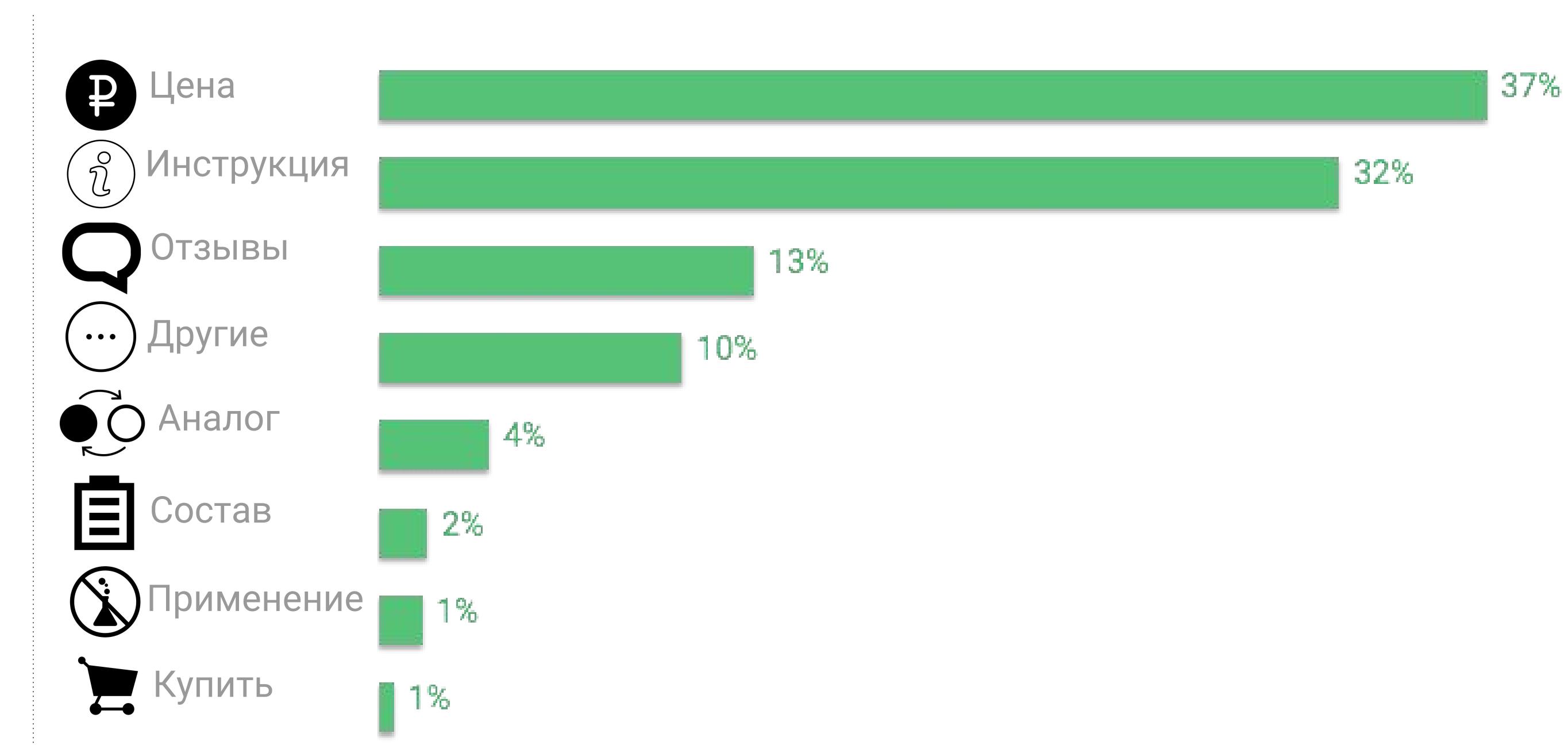


Высокий уровень конкуренции - по 5-10 топ компаний в каждой из отраслей

Средний рост (H1'16/H1'15) - 20-40%,

Рост H1'16/H1'15 **замедляется** по сравнению с 2015/2014 годом

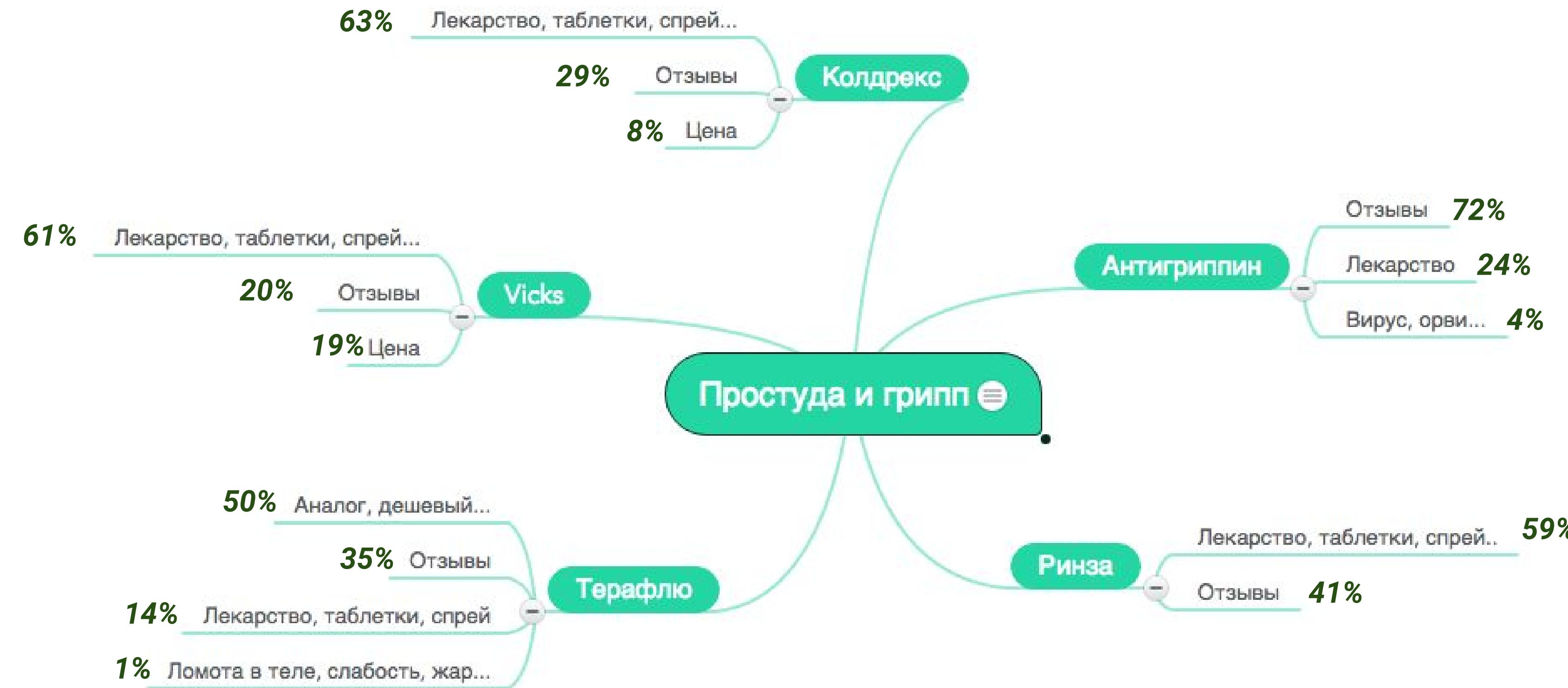
Пользователи прежде всего сравнивают цену, инструкцию и отзывы о лекарствах в брендовых запросах



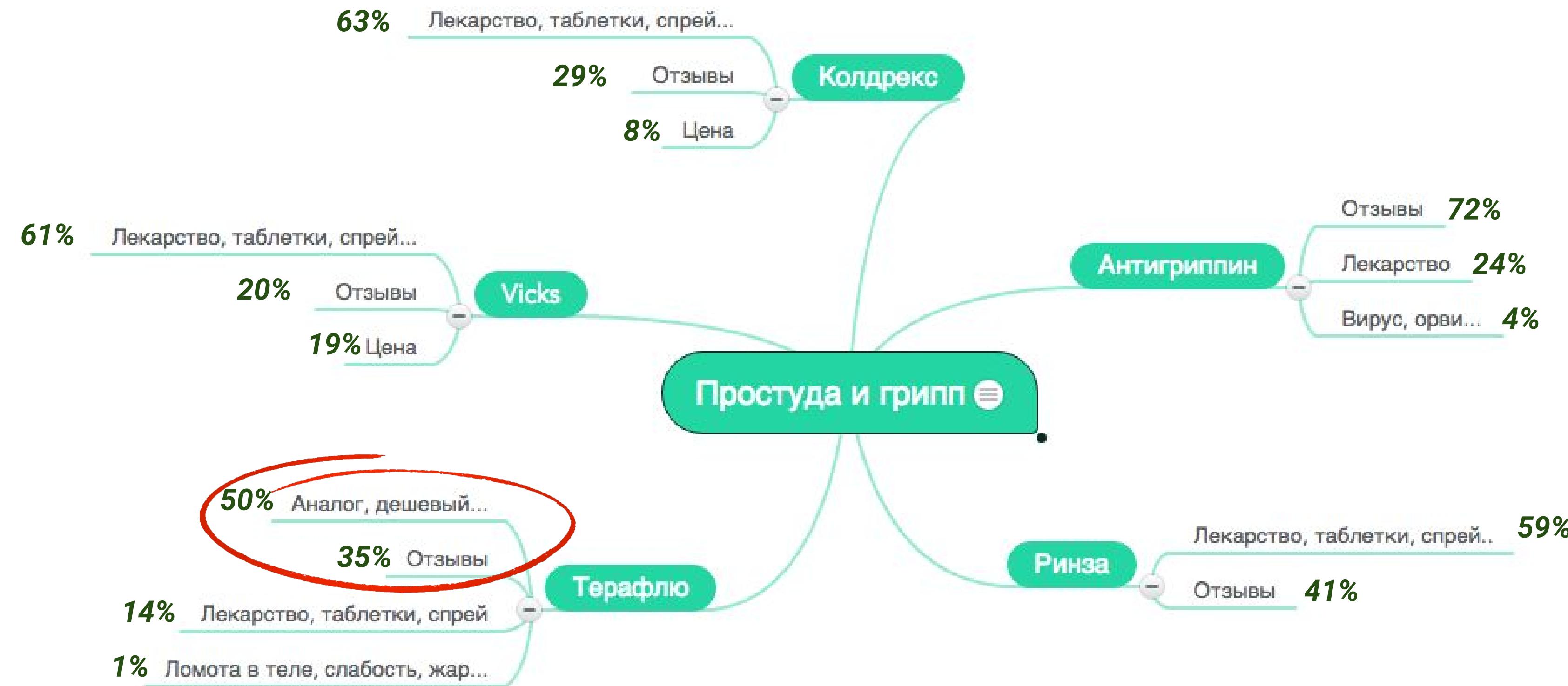
Атрибуты бренда - категория “Простуда и грипп”



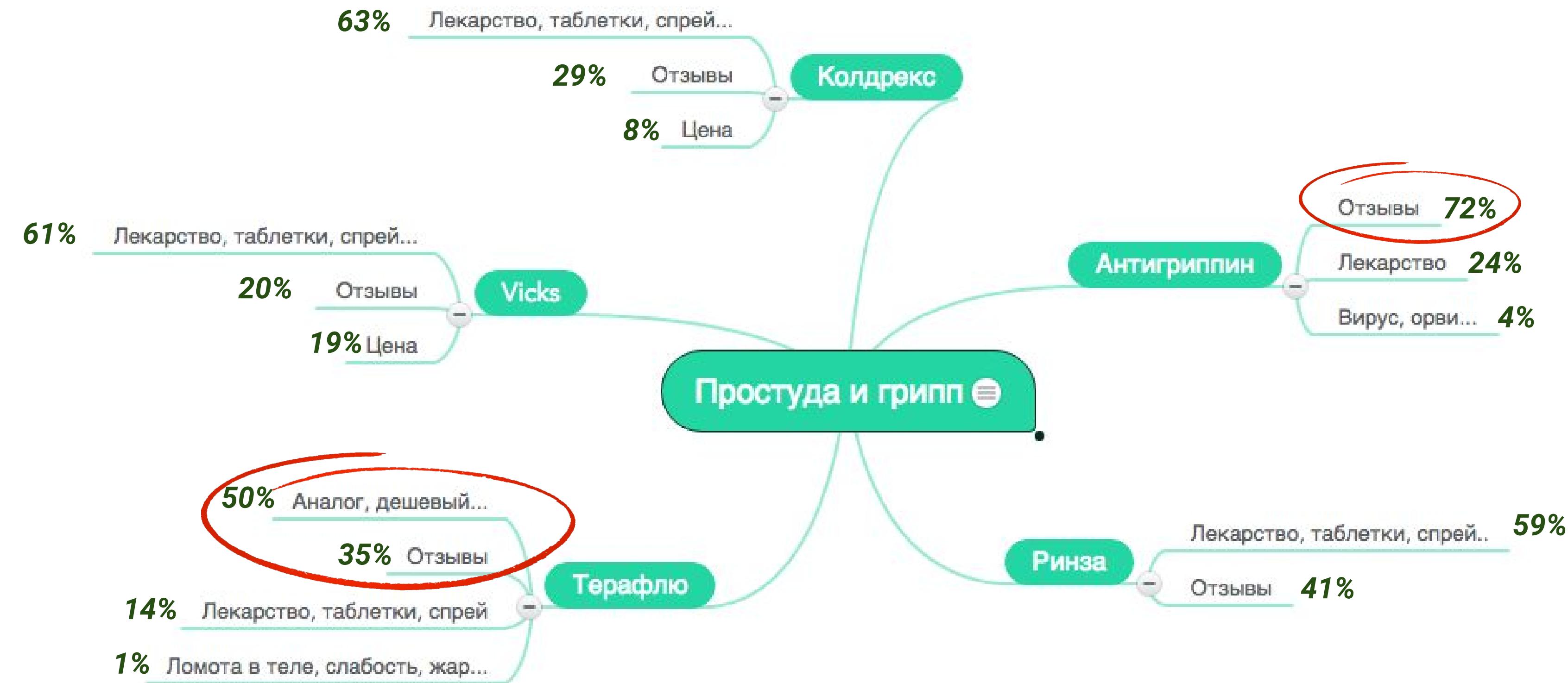
Атрибуты бренда - категория “Простуда и грипп”



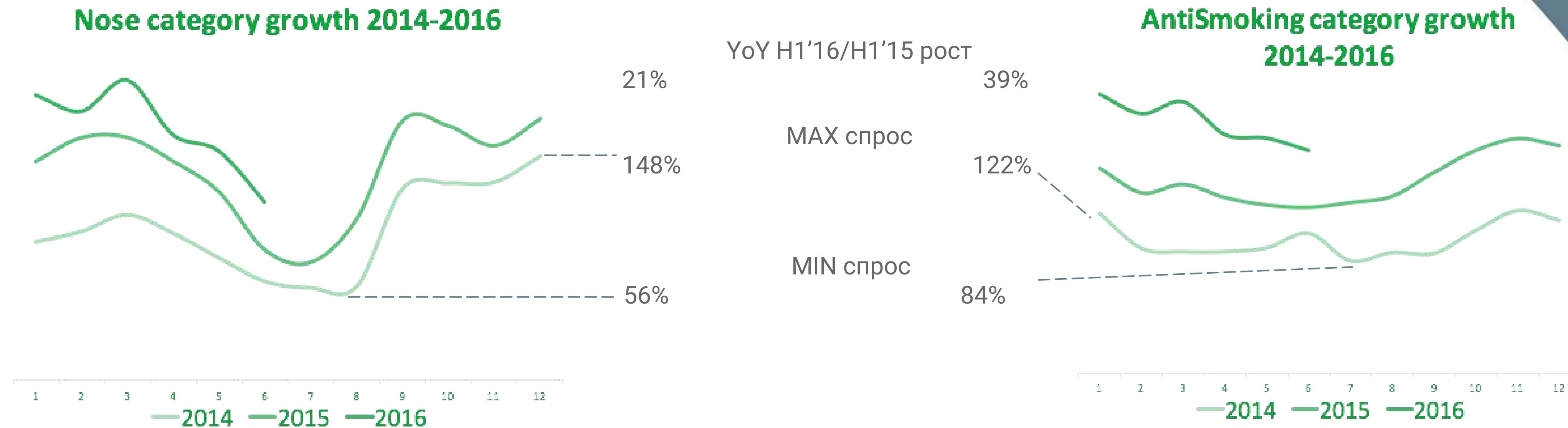
Атрибуты бренда - категория “Простуда и грипп”



Атрибуты бренда - категория “Простуда и грипп”



Временные тренды: ежемесячная сезональность



- всегда быть в онлайн (always-on), так как минимум половина спроса всегда есть
- увеличивать спенд пропорционально прогнозу запросов, чтобы покрыть весь рынок

Временные тренды: еженедельная сезональность



Quit Smoking? It's Probably Monday

By NICHOLAS BAKALAR OCTOBER 28, 2013 4:00 PM □ 9

Email

If you are thinking of quitting smoking, it is probably Monday.

Share

Researchers monitored Google search queries from 2008 to 2012 in English, French, Chinese, Portuguese, Russian and Spanish. Almost every week, queries about smoking cessation peaked on Mondays.

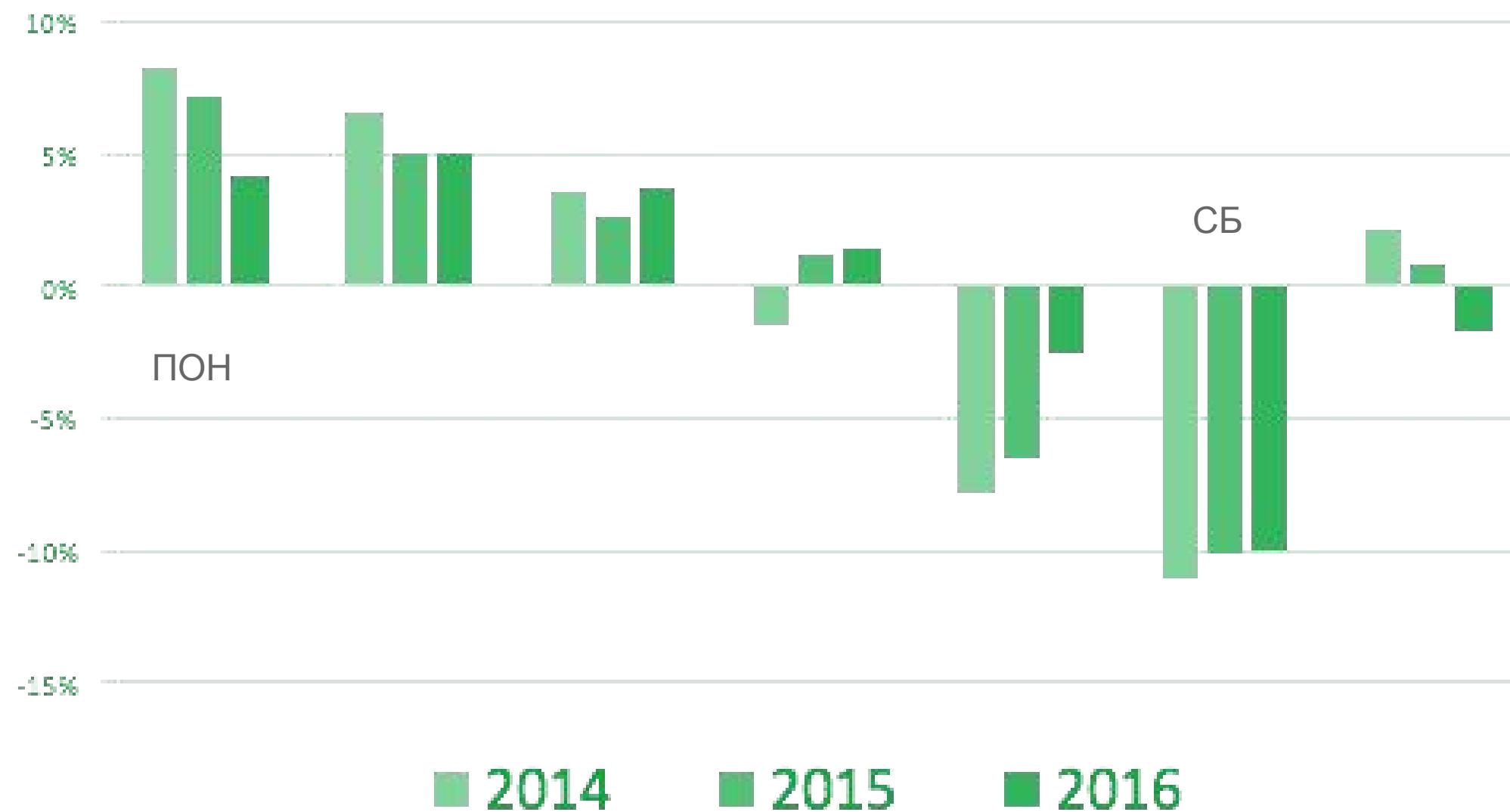
Tweet

The study, [published Monday in JAMA Internal Medicine](#), found that during the study period, the number of queries in English on Mondays was 1 percent larger than on Tuesdays, 11 percent larger than Wednesdays, 22 percent larger than Thursdays, 67 percent larger than Fridays, 145 percent larger than Saturdays and 59 percent larger than Sundays. Only in Russian did Monday queries come in second to Sunday.

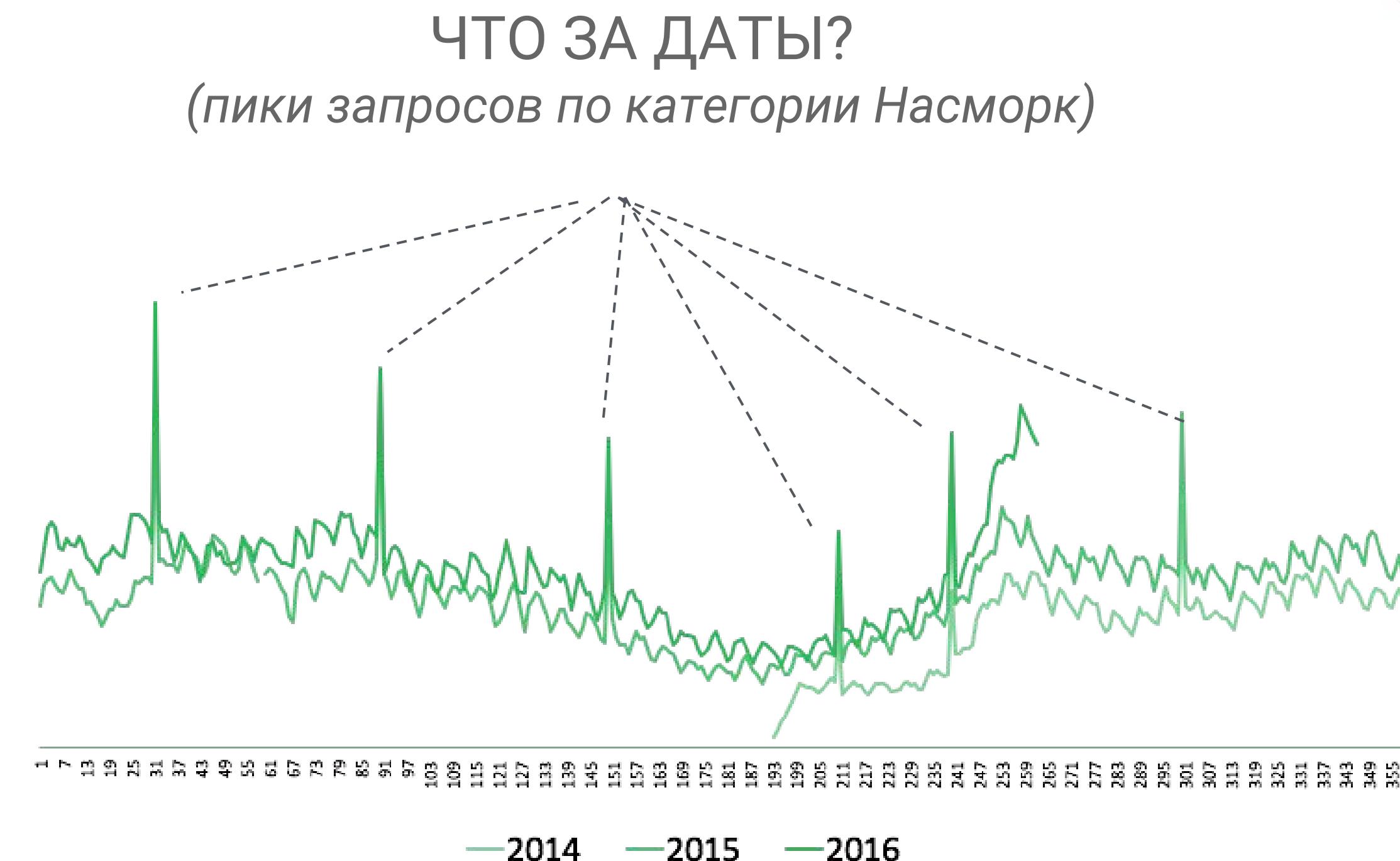
Save

More

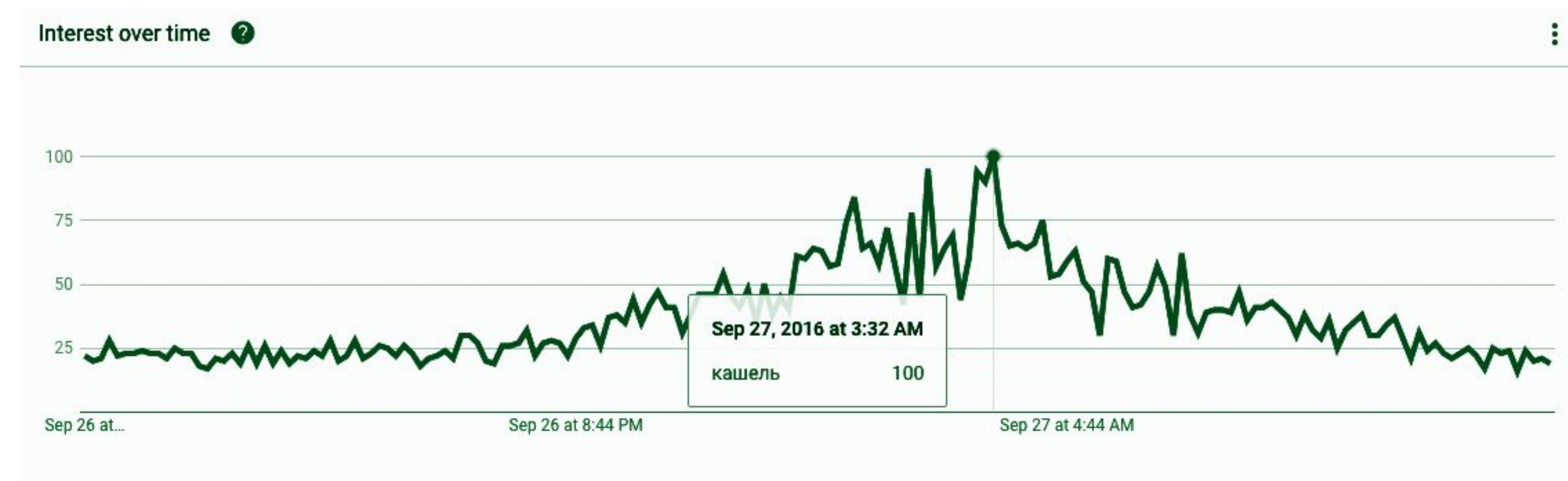
(Вся Фарма) еженедельные вариации в запросах: -10% в сб, +10% в пон



Временные тренды: ежедневная сезональность



Внутридневная динамика: ПИК запросов по кашлю - Ночью



ТОП запросы по словам (2014-2016)

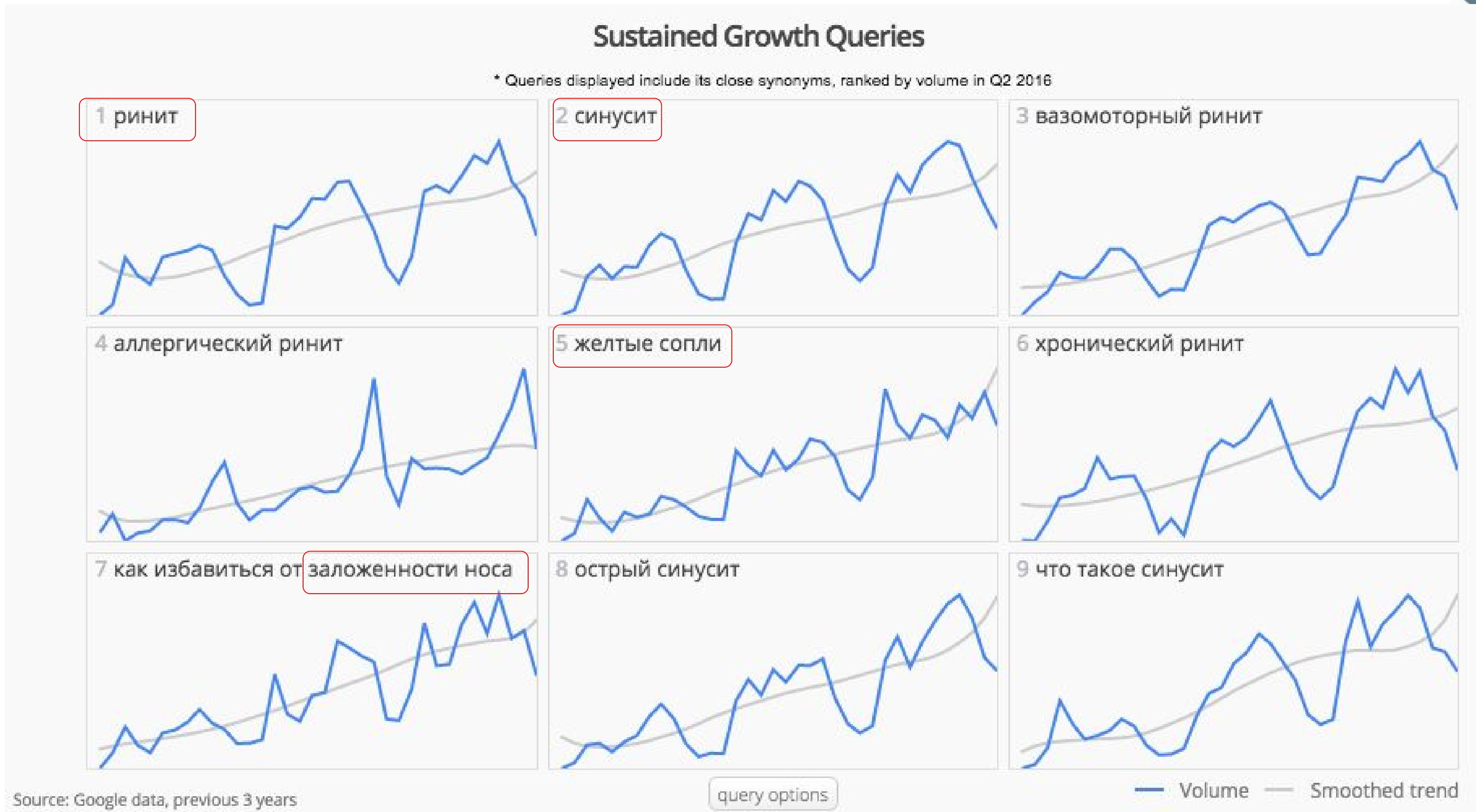
простуда/курение/витамины



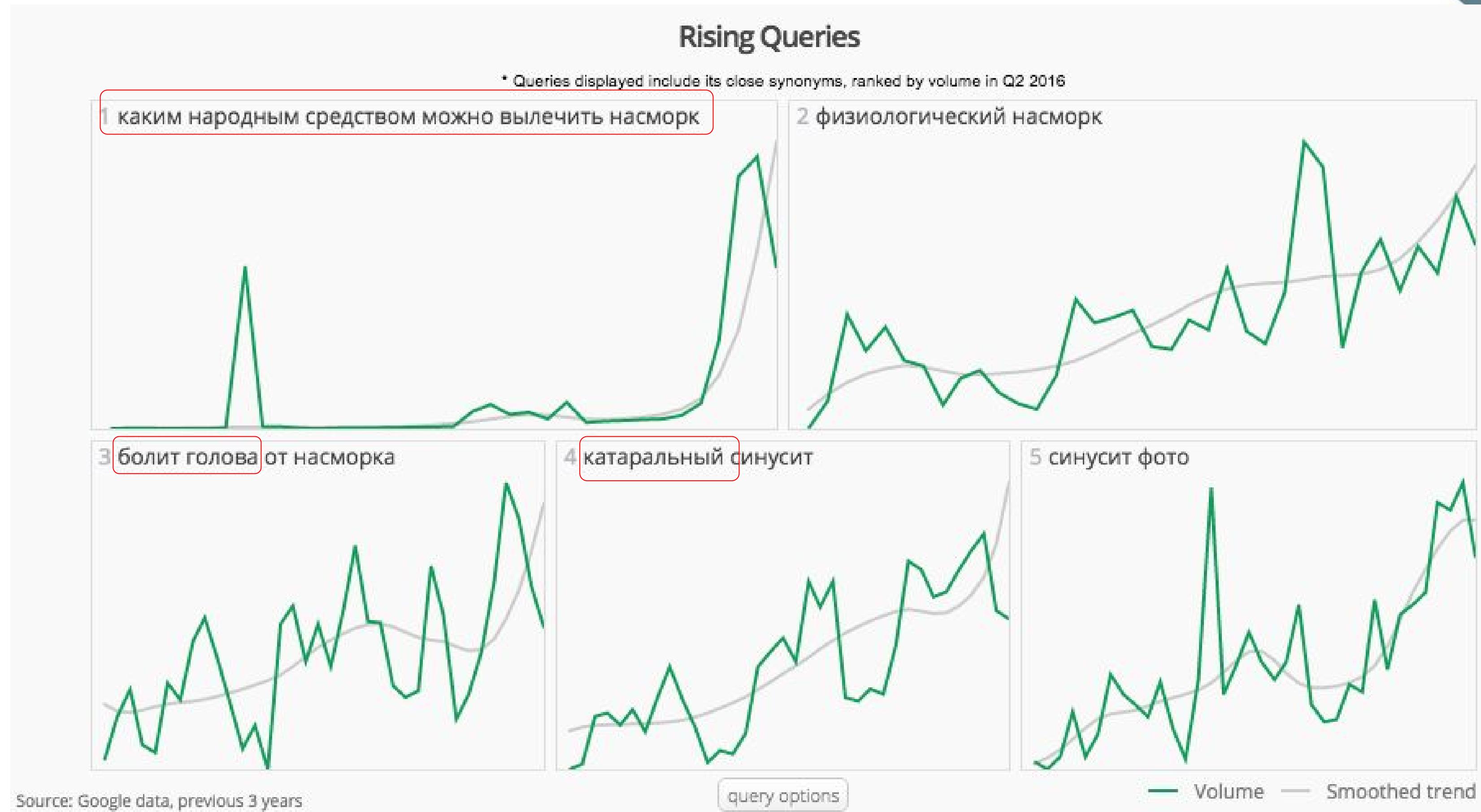
thinkbrand

Источник: внутренние данные Гугл, 2014-2016

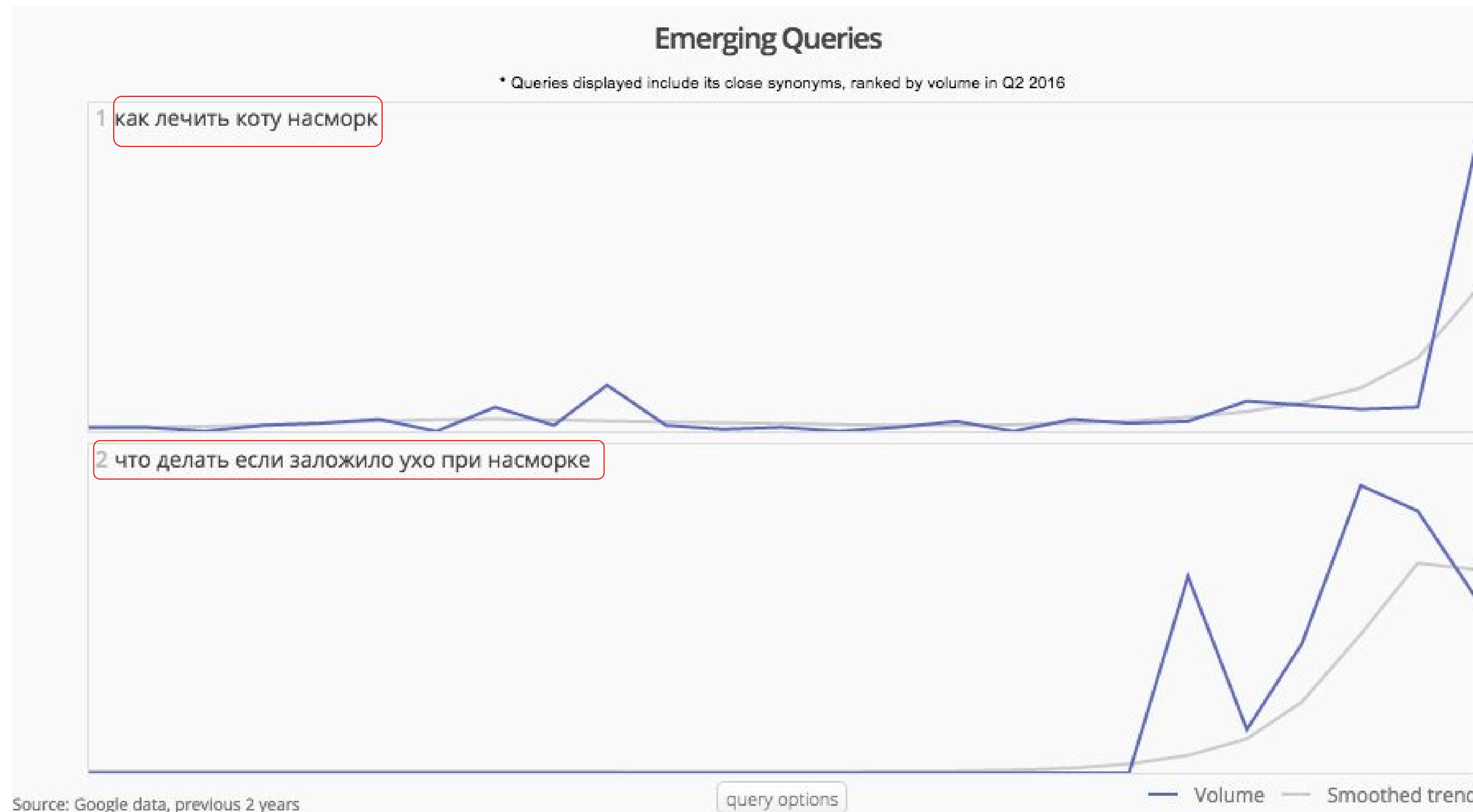
НАСМОРК: долгосрочные тренды 2014-2016



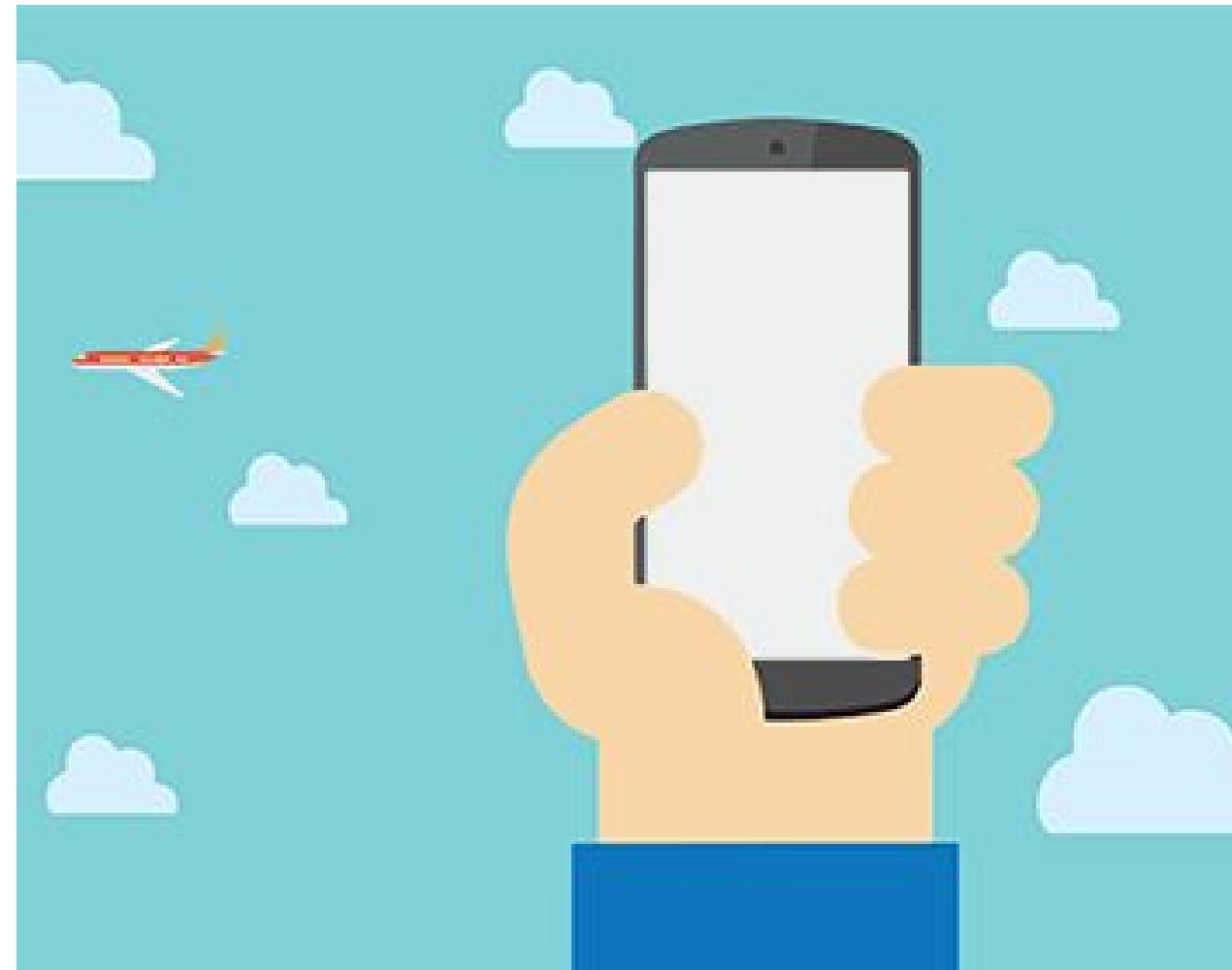
НАСМОРК: тренды последнего года 2016



НАСМОРК: самые быстрорастущие тренды, 2016



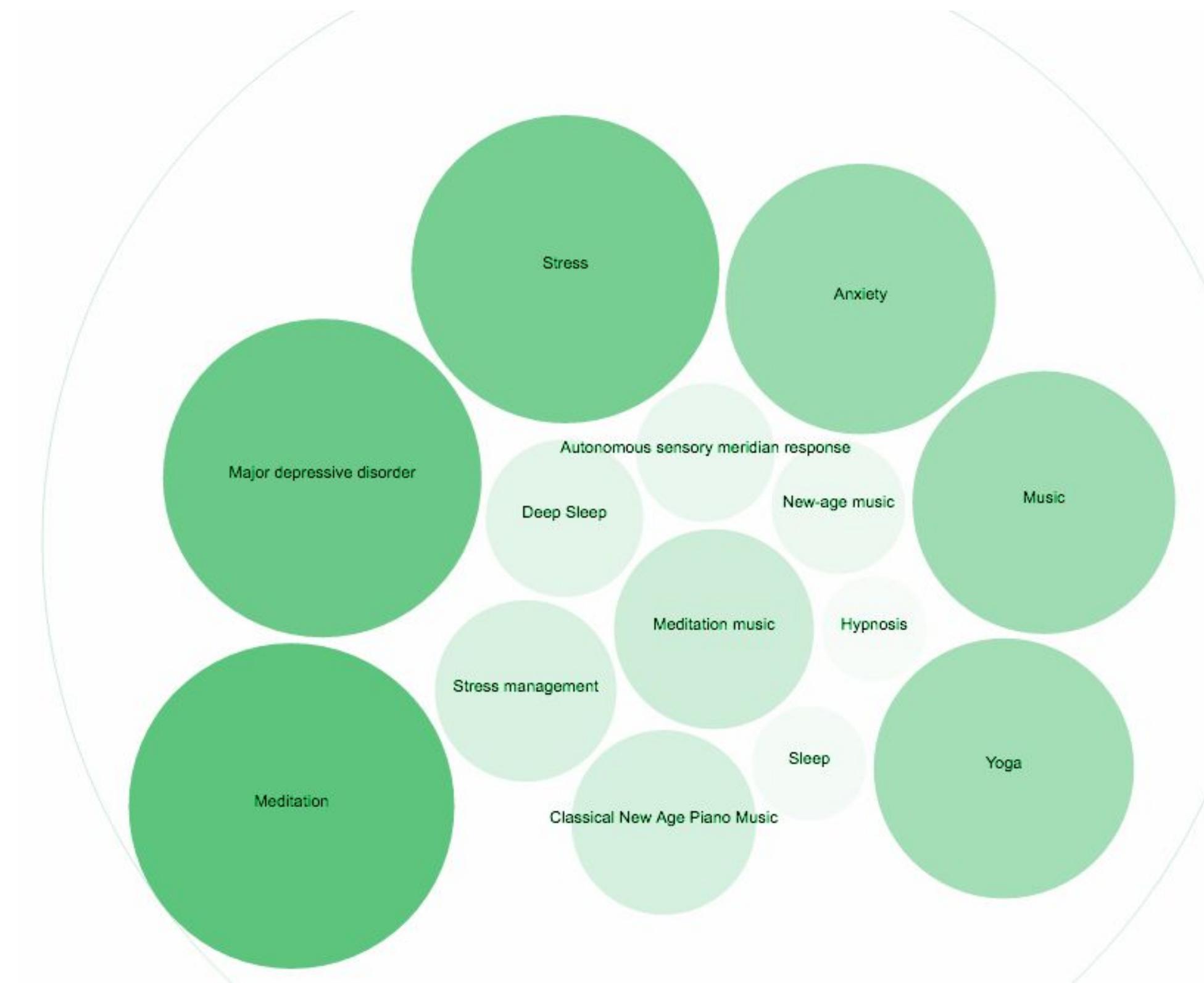
Отличия поиска в мобайл/десктоп



[Мобайл] Популярные мобильные запросы связаны с **проблемой (микромомент - острая боль)**: грипп, курение, ангина (~70% доля)

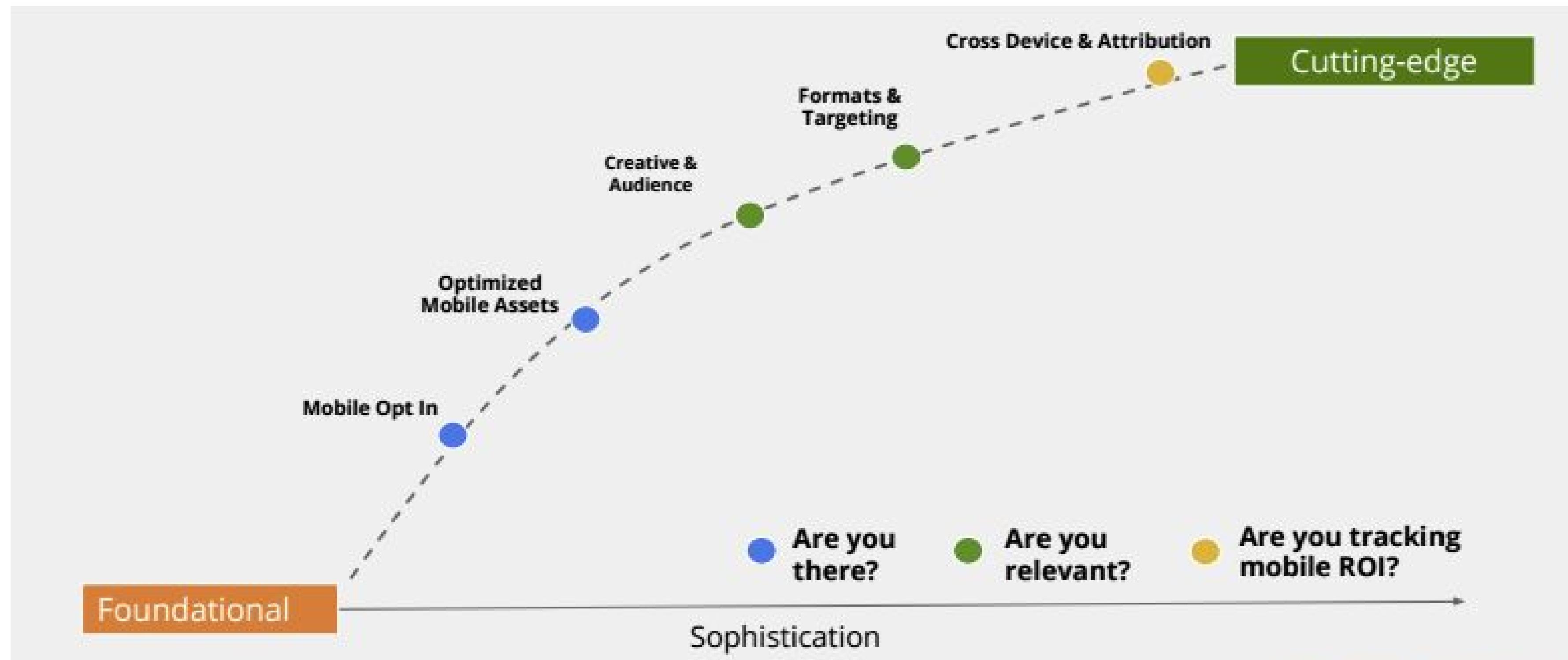
[Мобайл] Популярные мобильные запросы связаны с **лекарством (микромомент - покупка)**: ингавирин, энтерофурил, гриппферон

Иногда YouTube дает самые неожиданные результаты: центральные темы видео, связанные с успокоительным

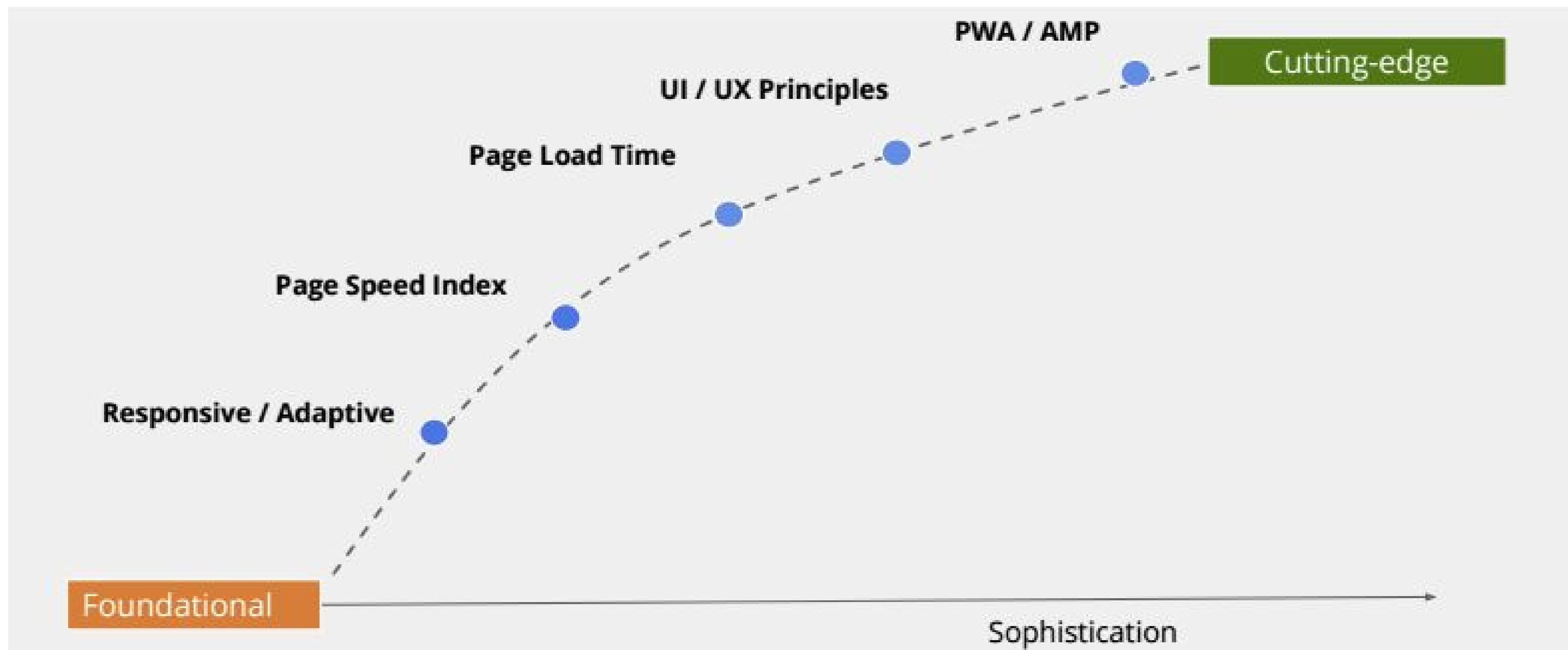


- 1 Relaxation technique
- 2 Meditation
- 3 Major depressive disorder
- 4 Stress
- 5 Anxiety
- 6 Music
- 7 Yoga
- 8 Meditation music
- 9 Classical New Age Piano Music
- 10 Stress management
- 11 Deep Sleep
- 12 Autonomous sensory meridian response
- 13 New-age music
- 14 Sleep
- 15 Hypnosis
- 16
- 17

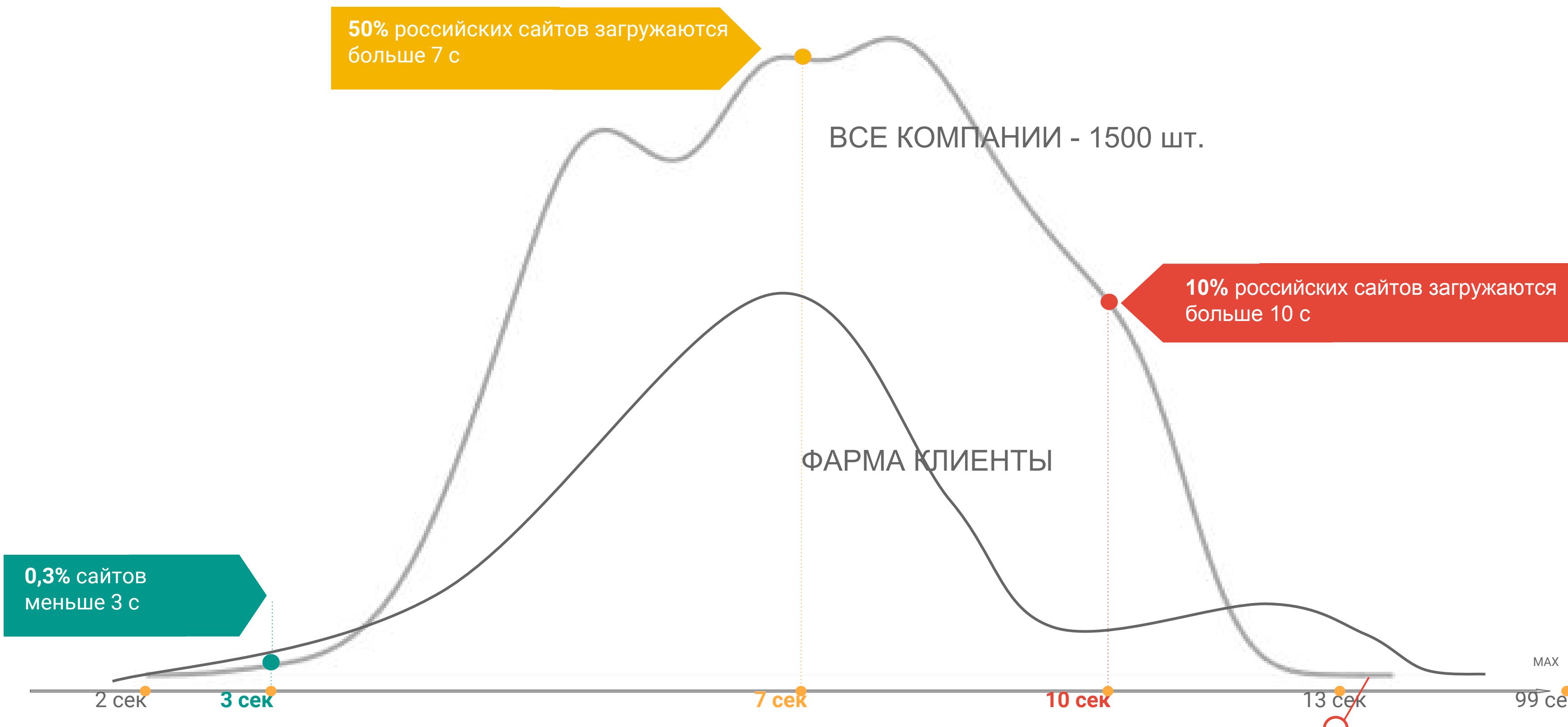
Как оптимизировать мобильные активы под пользователя?



Детальный взгляд на мобильный сайт



Мобильные сайты рекламодателей - положение дел у ФАРМА



Выводы

1

Фарма сектор
растет

20-40% в год
в запросах

2

Доля мобильных
увеличивается

65% - средняя
доля по Фарма
в Н1'16

3

Фарма категория
сезональна

В 1,2-4 раза
рост запросов
в сезон

4

Интернет важный
источник
информации о
медикаментах

49% людей
используют интернет
при покупке

5

Мобильные активы
в Фарма категории
нуждаются в
проработке

Мобильный
дизайн/скорость

Будьте
здравы!