



thinkbrand
with Google™

The image features the text "thinkbrand" in a sans-serif font, with "think" in grey and "brand" in red. Below it, the word "with" is in grey, followed by the Google logo in its characteristic multi-colored font. The text is centered within a large white circle. The background is a dark blue-grey color with several overlapping circles of varying shades of blue and a single red circle in the bottom right corner.

Поисковые тренды в фарма индустрии (безрецептурные препараты)

Иван Бригида, аналитик Google

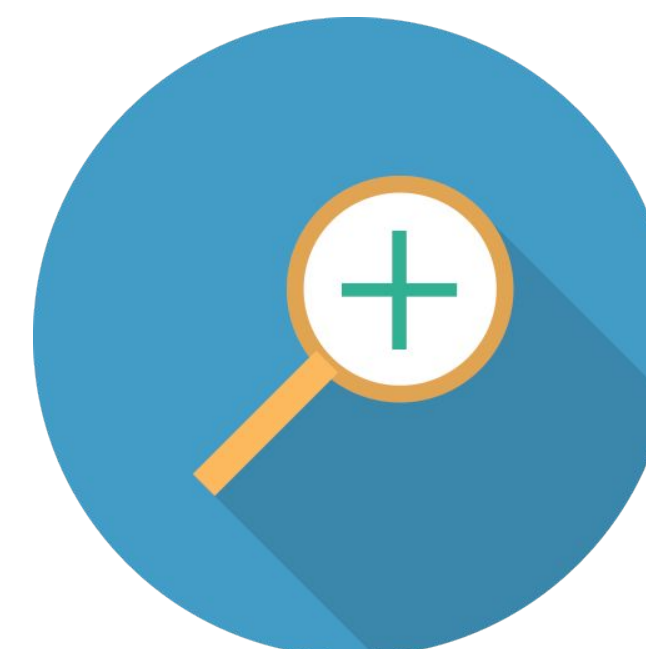
Темы для обсуждения



ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ

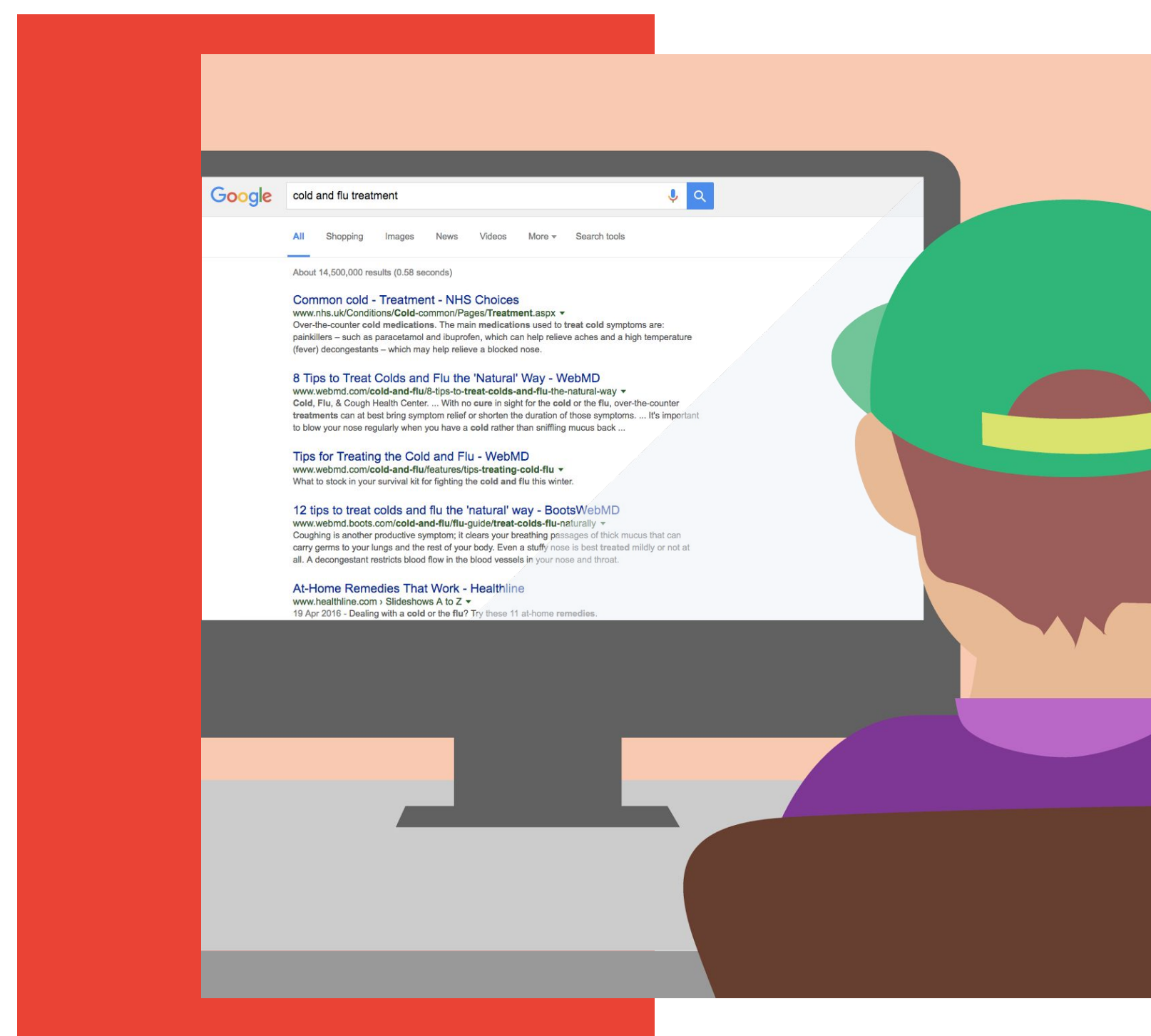


МОБИЛЬНЫЕ



ПОИСКОВЫЕ
ТЕНДЕНЦИИ

Поведение онлайн пользователя в фарма категории



55%

Сравнивают
цены онлайн

49%

Мотивация -
срочная
потребность

45%

Мотивация -
запланиров.
регулярная
покупка

37%

Моментальное
решение о
покупке

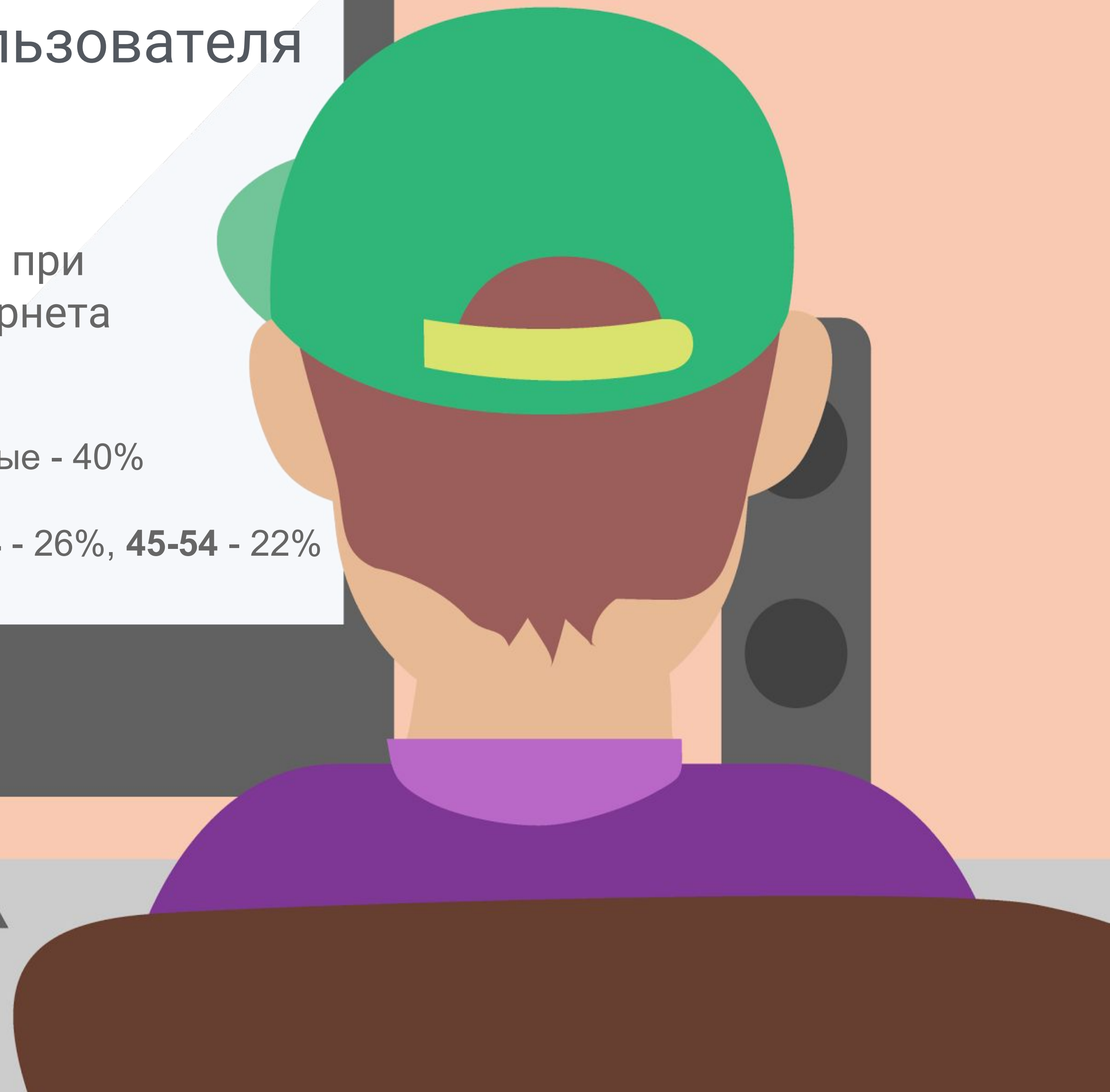
3 источника:
поиск, сайт
бренда,
форумы

Изучение поведения пользователя через опрос

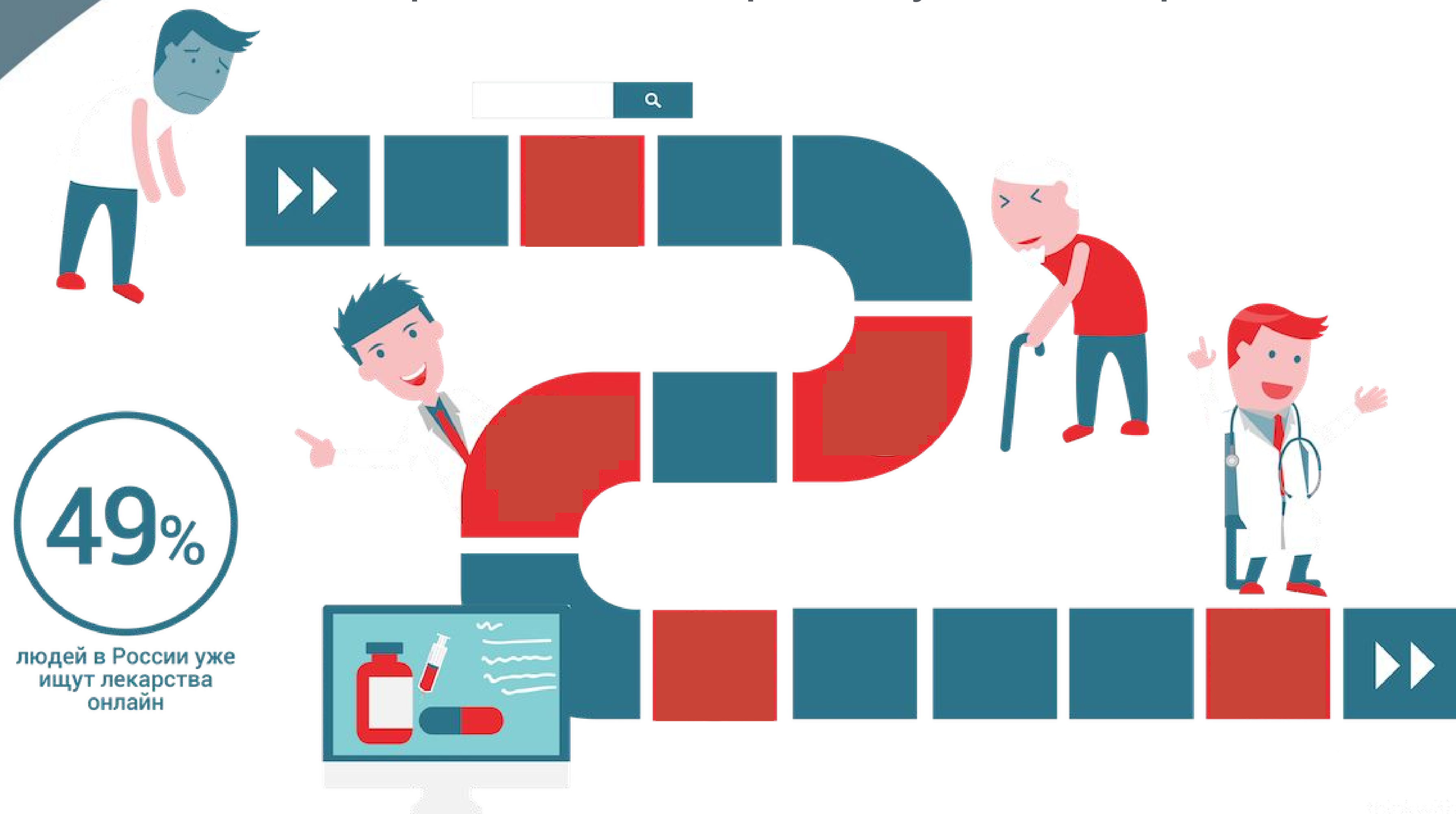
ЦЕЛЬ: понять путь пользователя при
покупке лекарств и влияние интернета

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

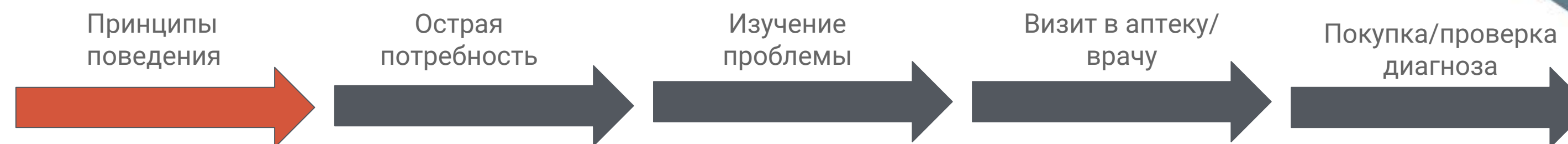
Возраст: 18-24 - 20%, 25-34 - 32%, 35-44 - 26%, 45-54 - 22%



Интернет важен при покупке лекарств



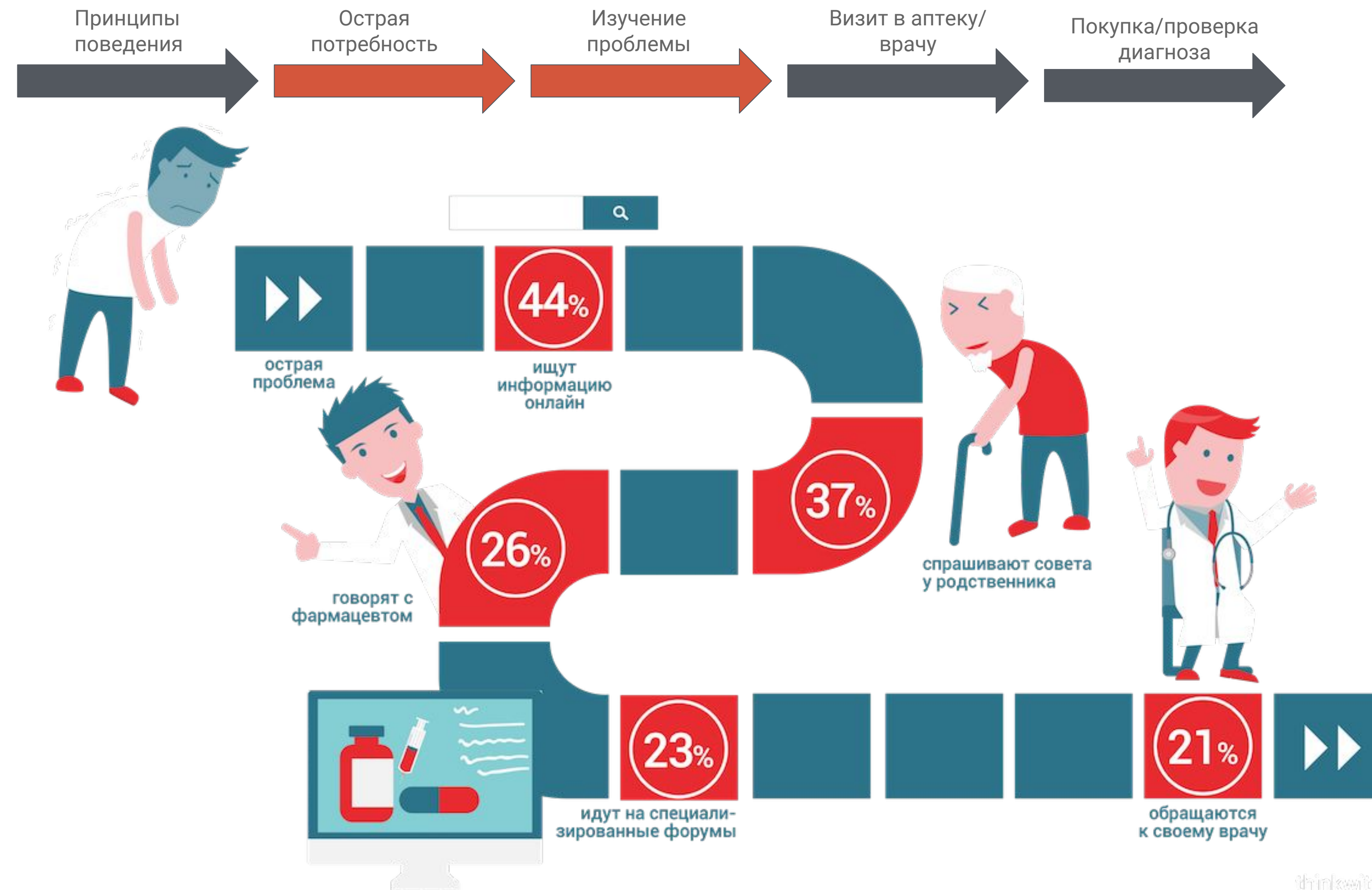
Состояние здоровья россиян



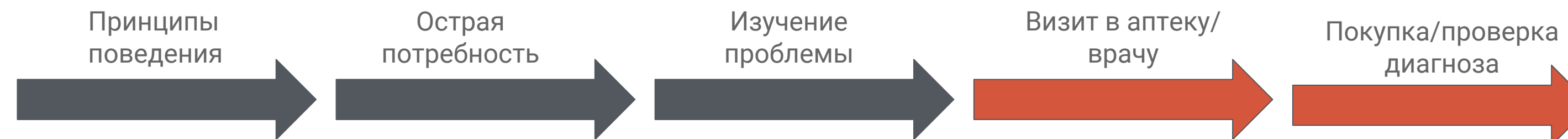
Разная стратегия получения информации в интернете про лекарства и болезни



Опрос пользователей о покупке лекарств

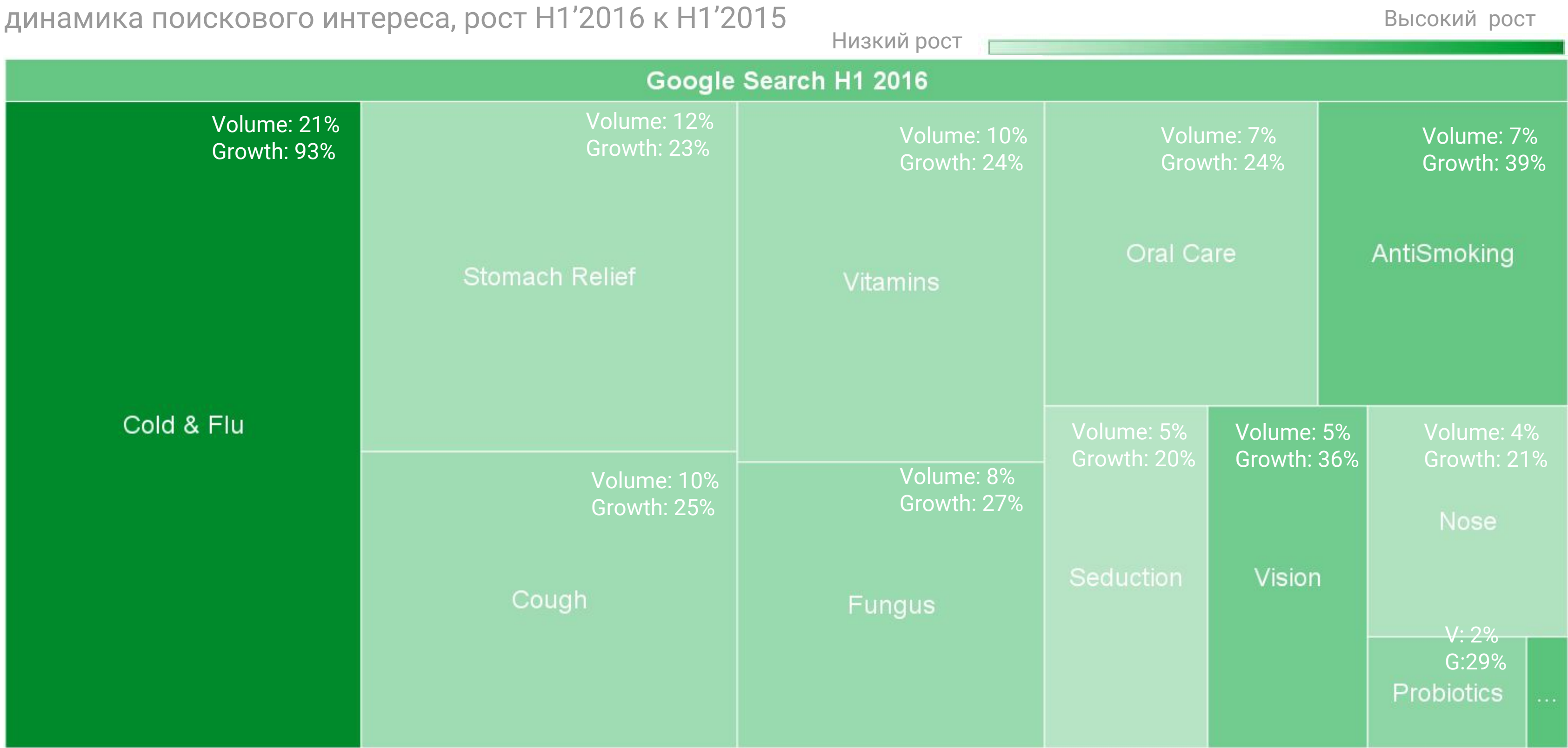


После визита к врачу пациенты проверяют диагноз



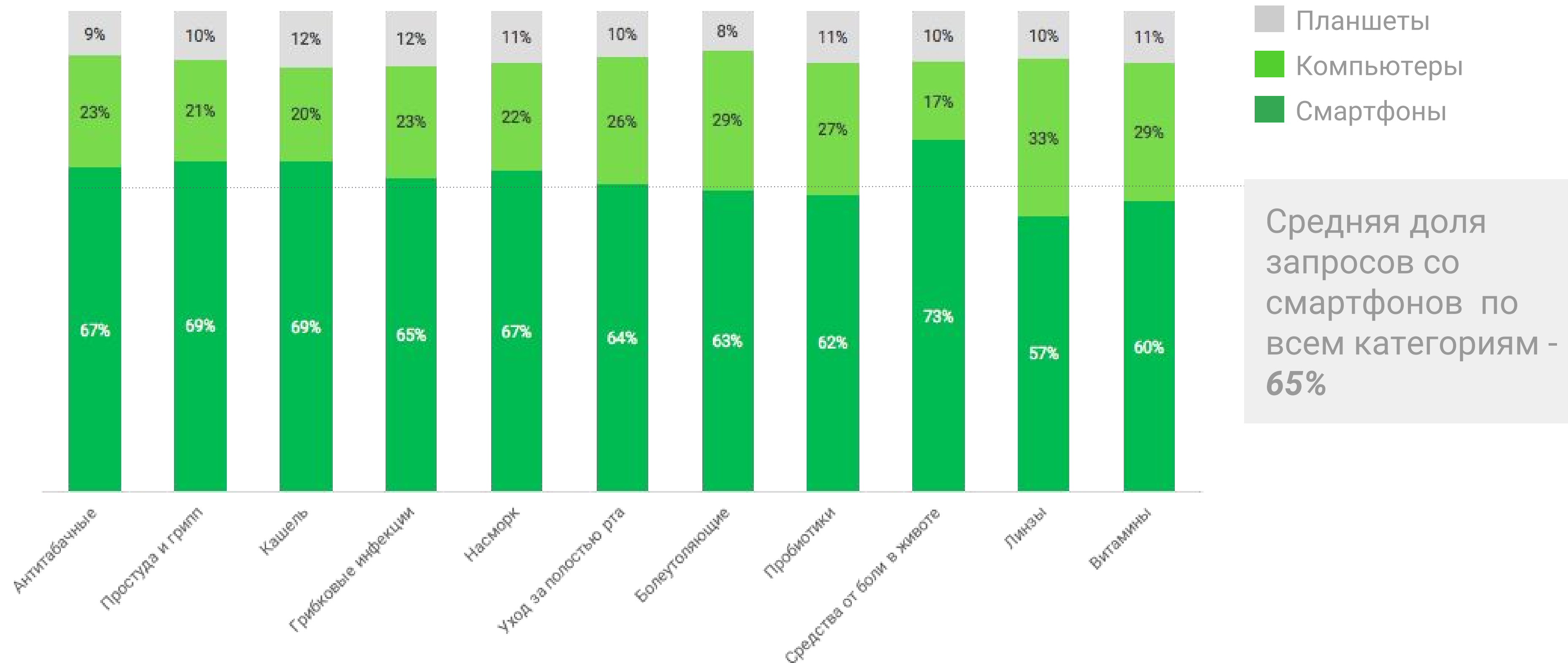
ПОИСК: тренды категории: средний рост 20-40% в год

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



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

Разбивка поисковых запросов по устройствам, H1'16

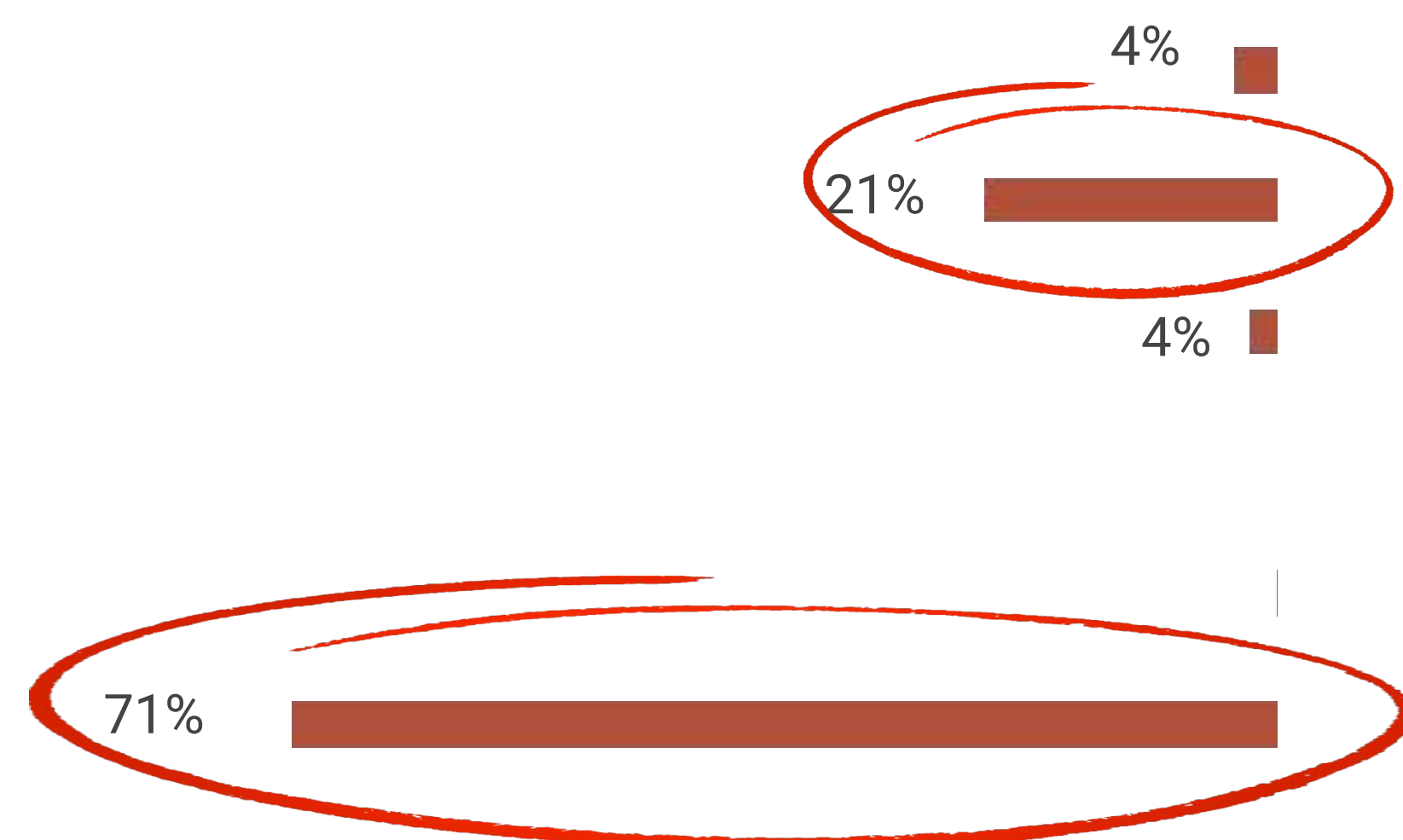


Тренды категории: болезни/симптомы/вопросы



Тренды категории: болезни/симптомы/вопросы

Объем фарма запросов по симптомам,
первое полугодие 2016 года



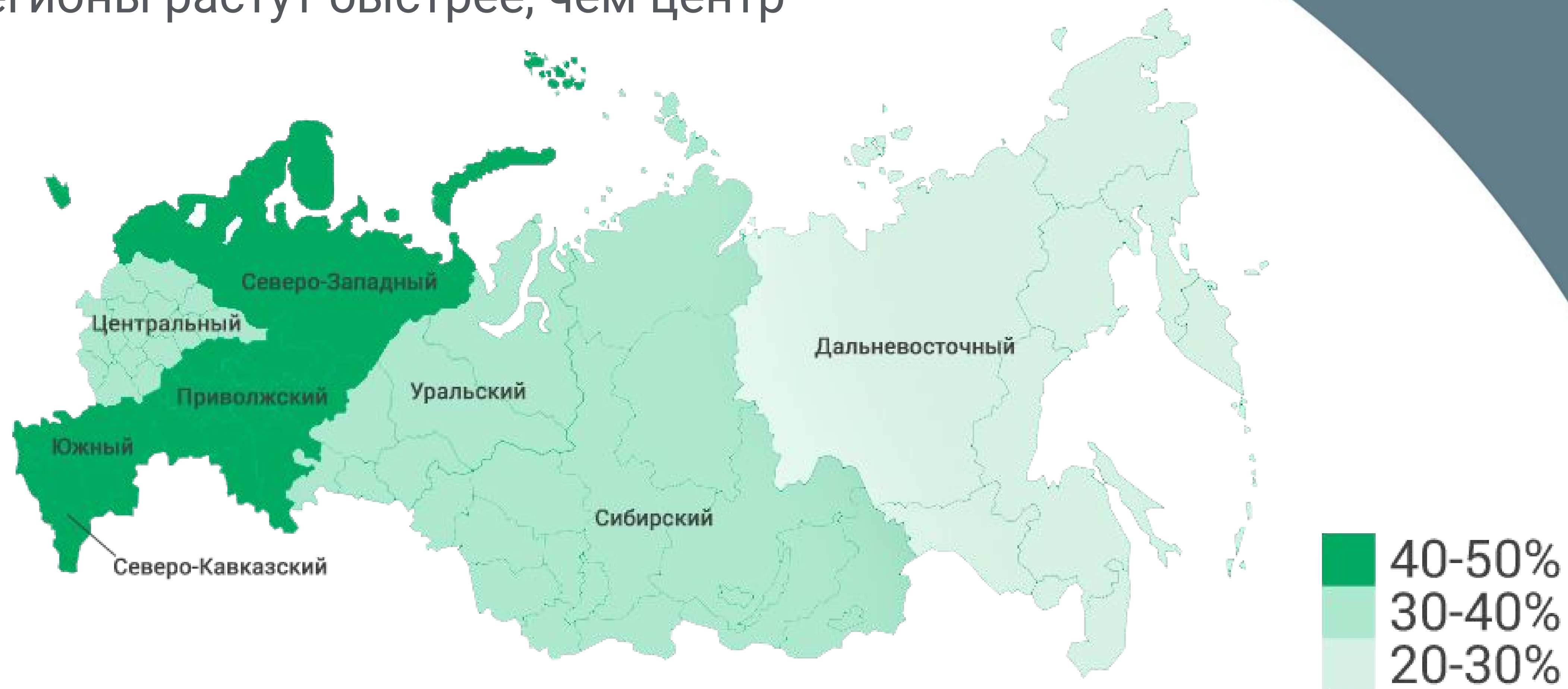
С чем из перечисленного Вы сталкивались за
последние 3 месяца?



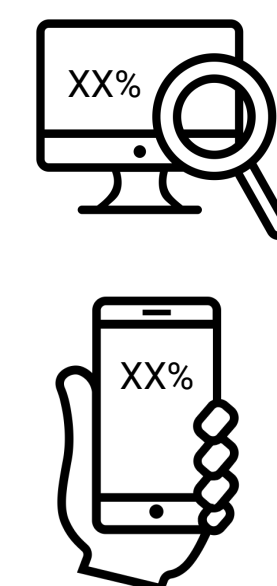
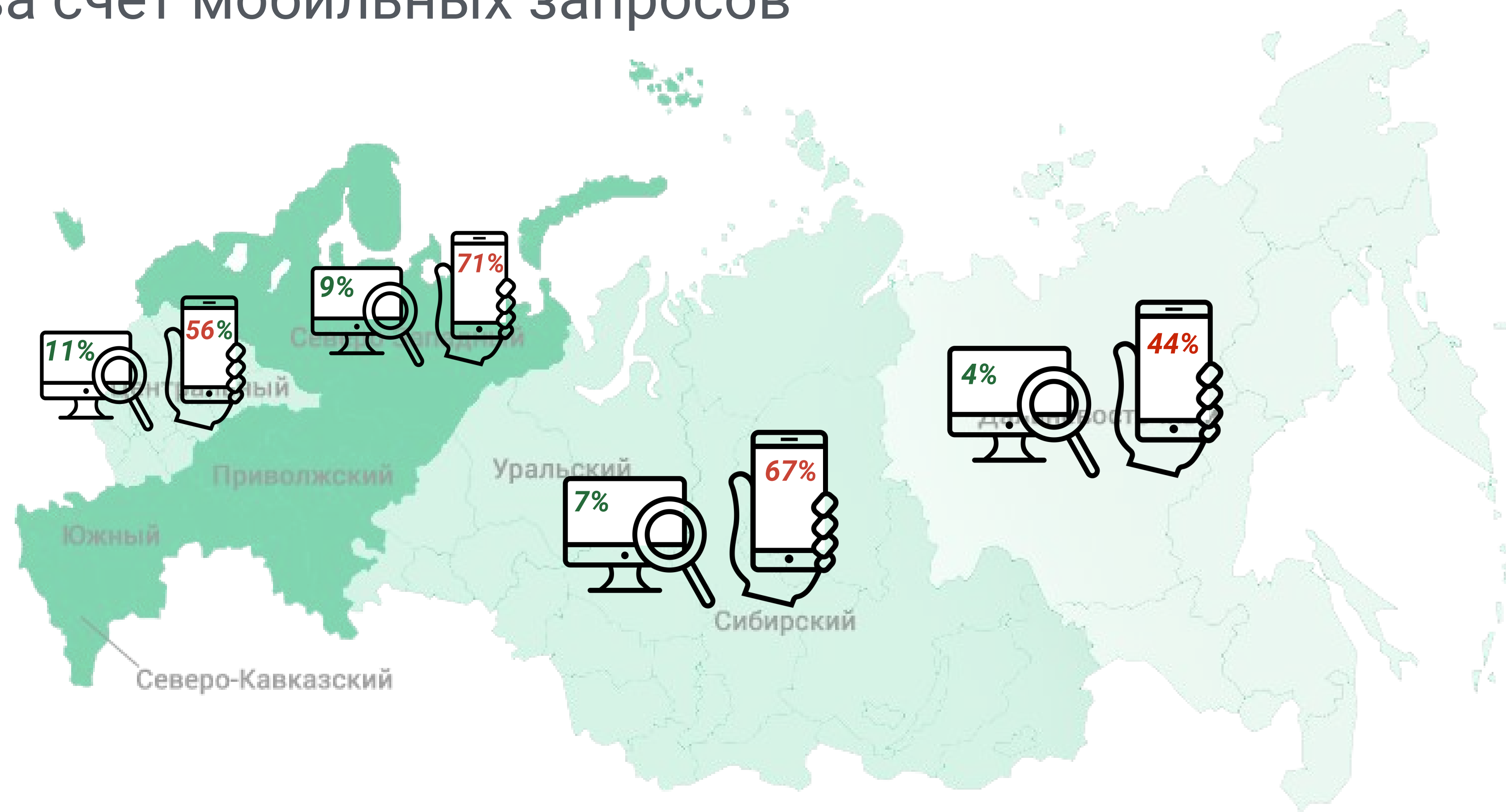
Вопросы - дополнительные инсайты аудитории



Регионы растут быстрее, чем центр

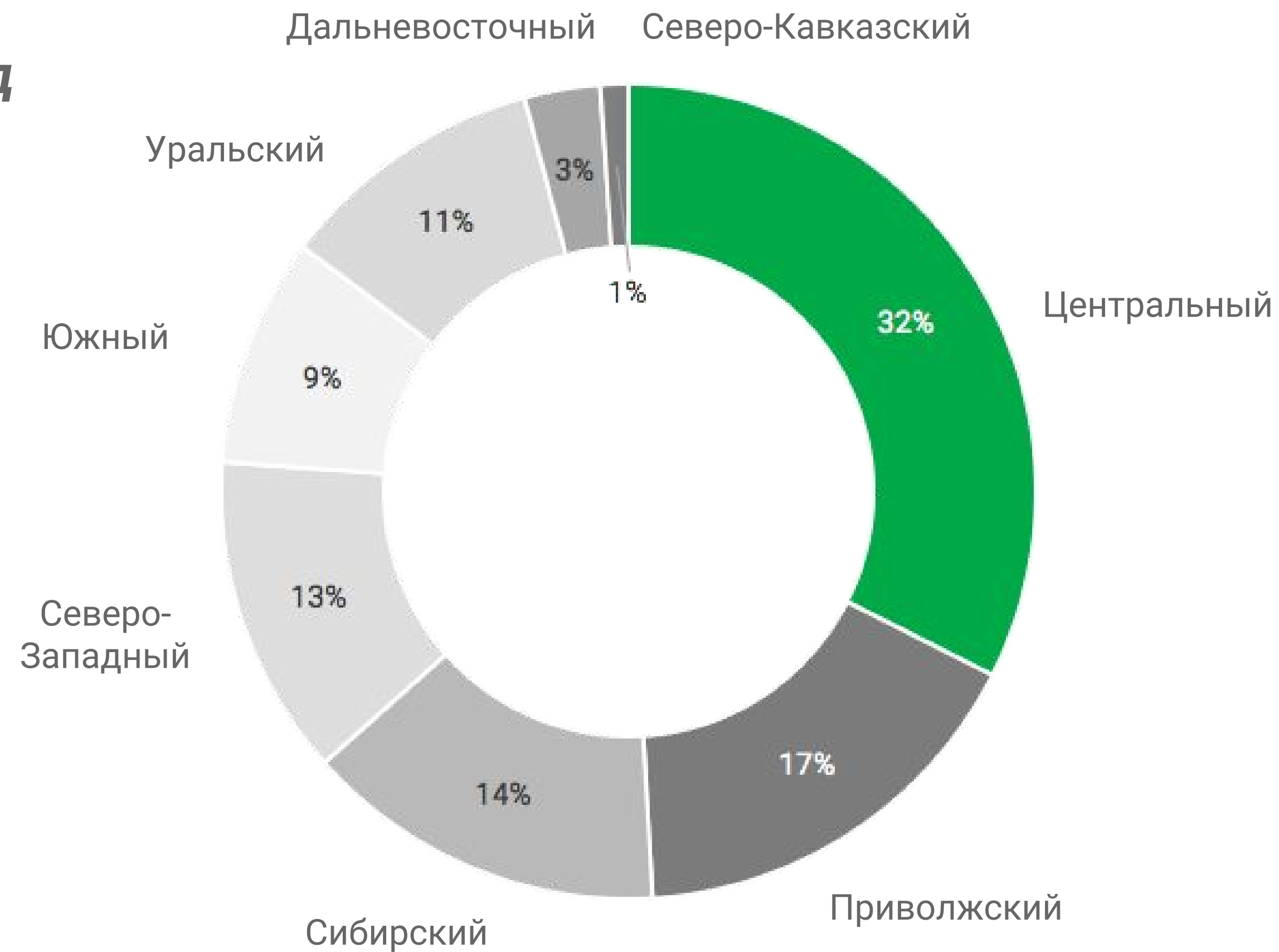


...за счет мобильных запросов



Сплит запросов по регионам 4 года назад

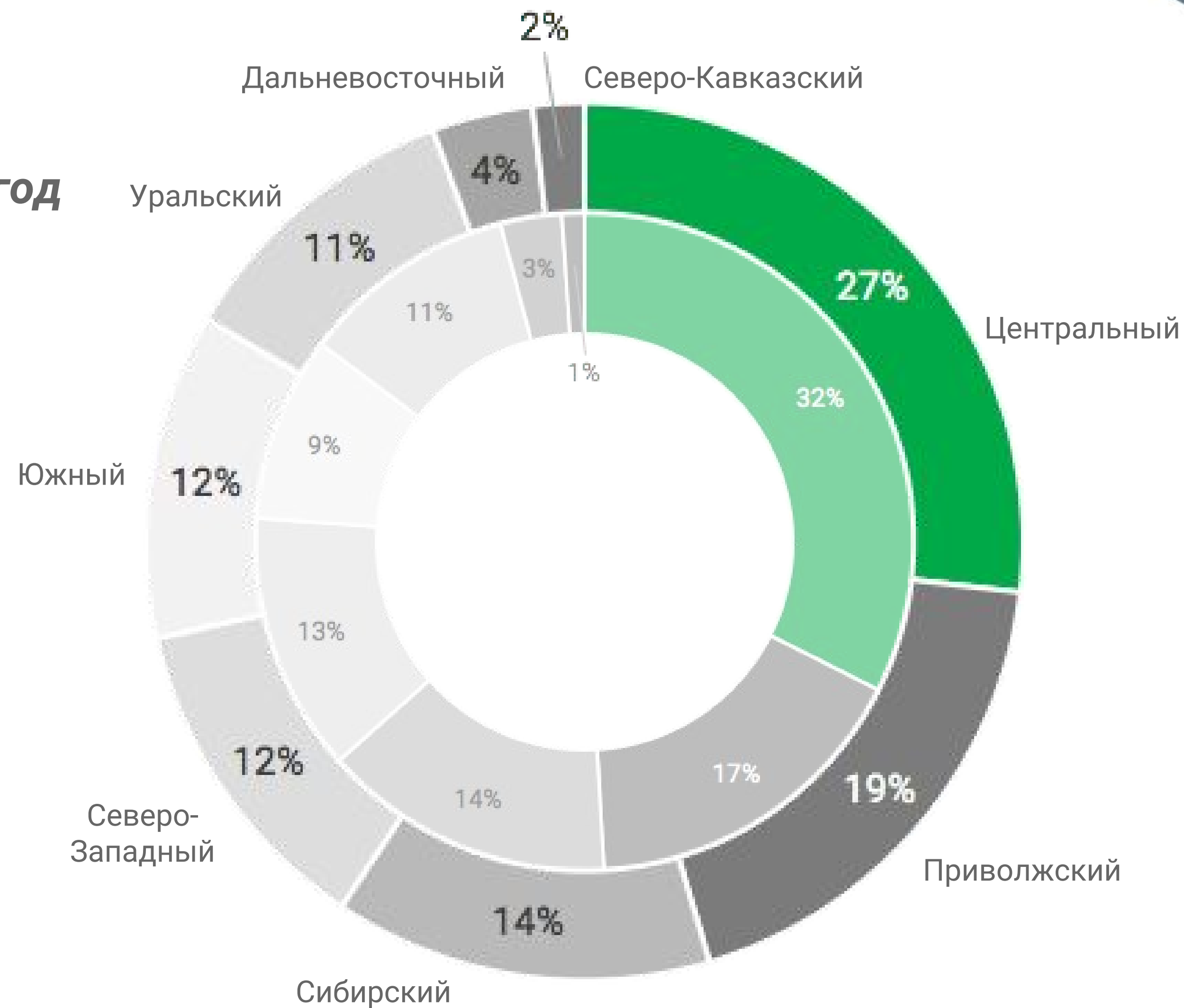
2012 год



*Объем фарма запросов по регионам России,
первое полугодие 2012 года*

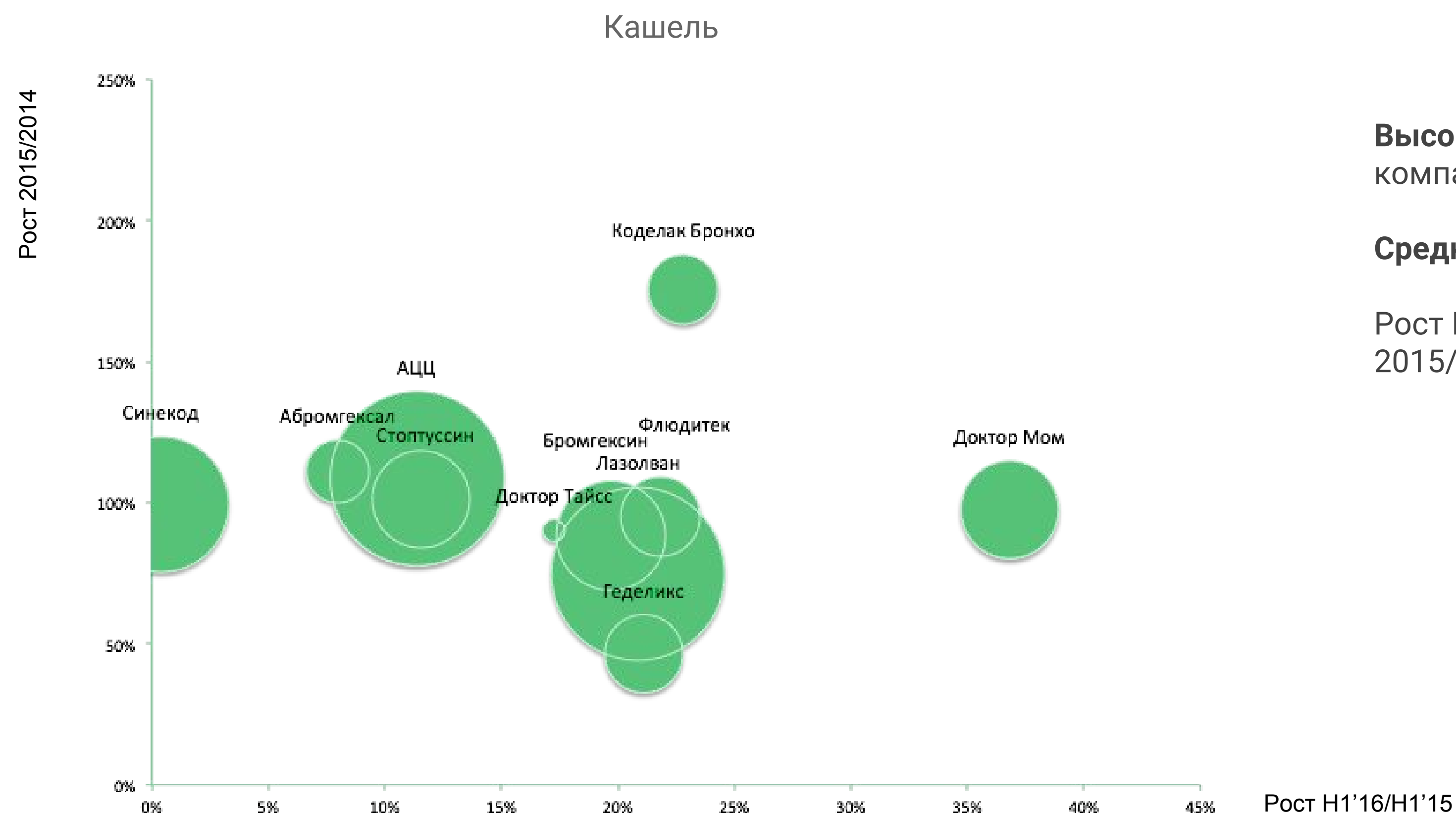
Сплит запросов по регионам сегодня

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

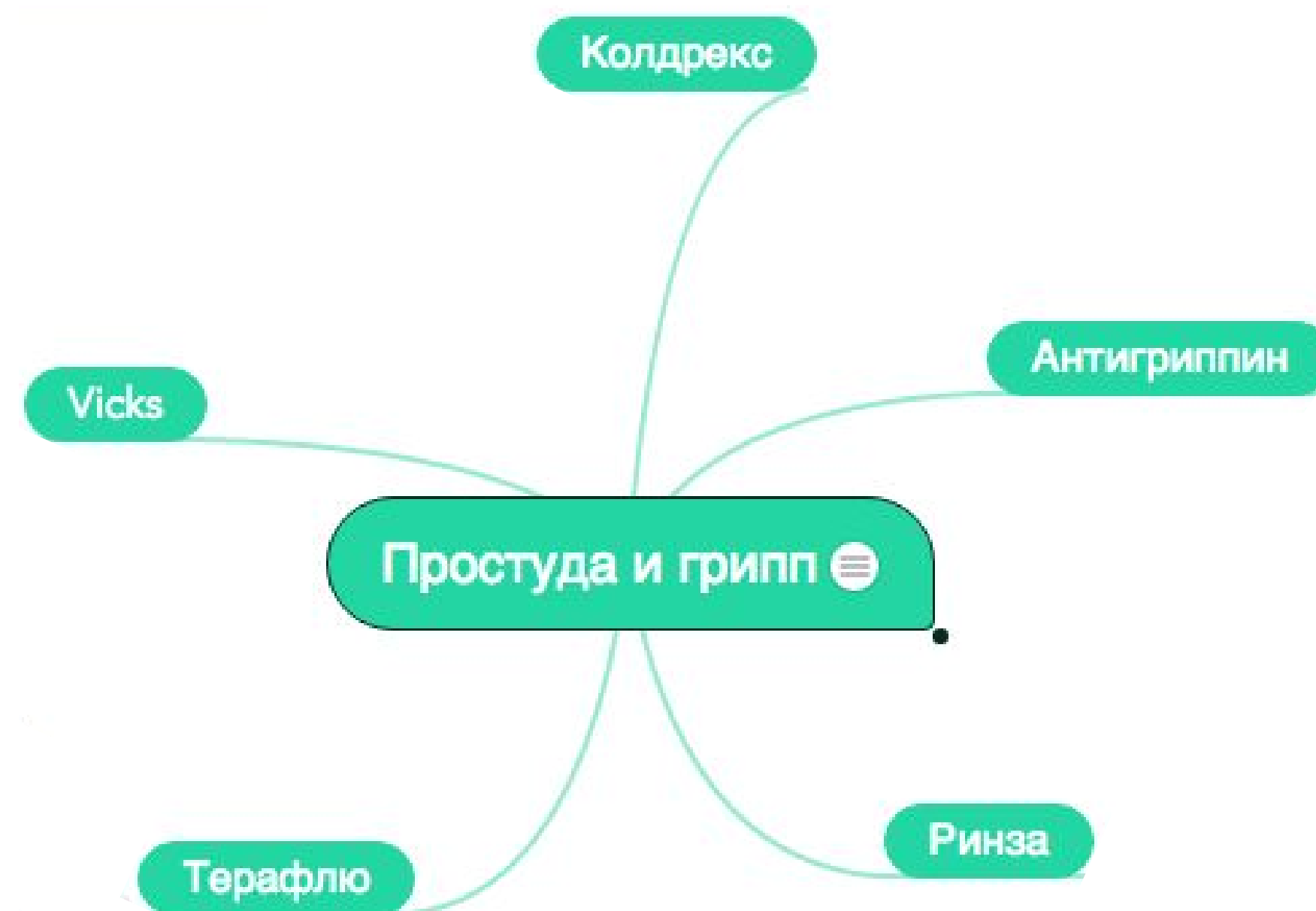
Средний рост (Н1'16/Н1'15)- 20-40%,

Рост Н1'16/Н1'15 **замедляется** по сравнению с 2015/2014 годом

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



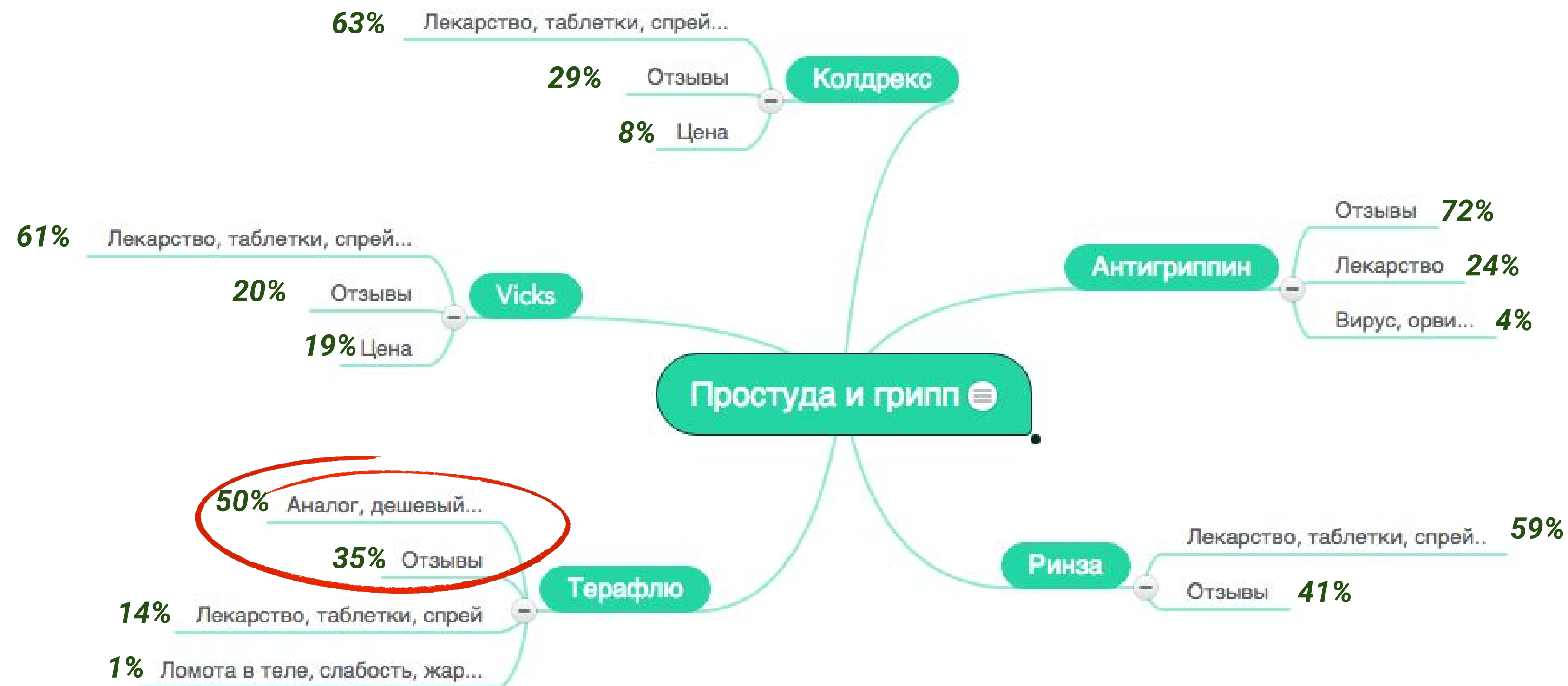
Атрибуты бренда - категория “Простуда и грипп”



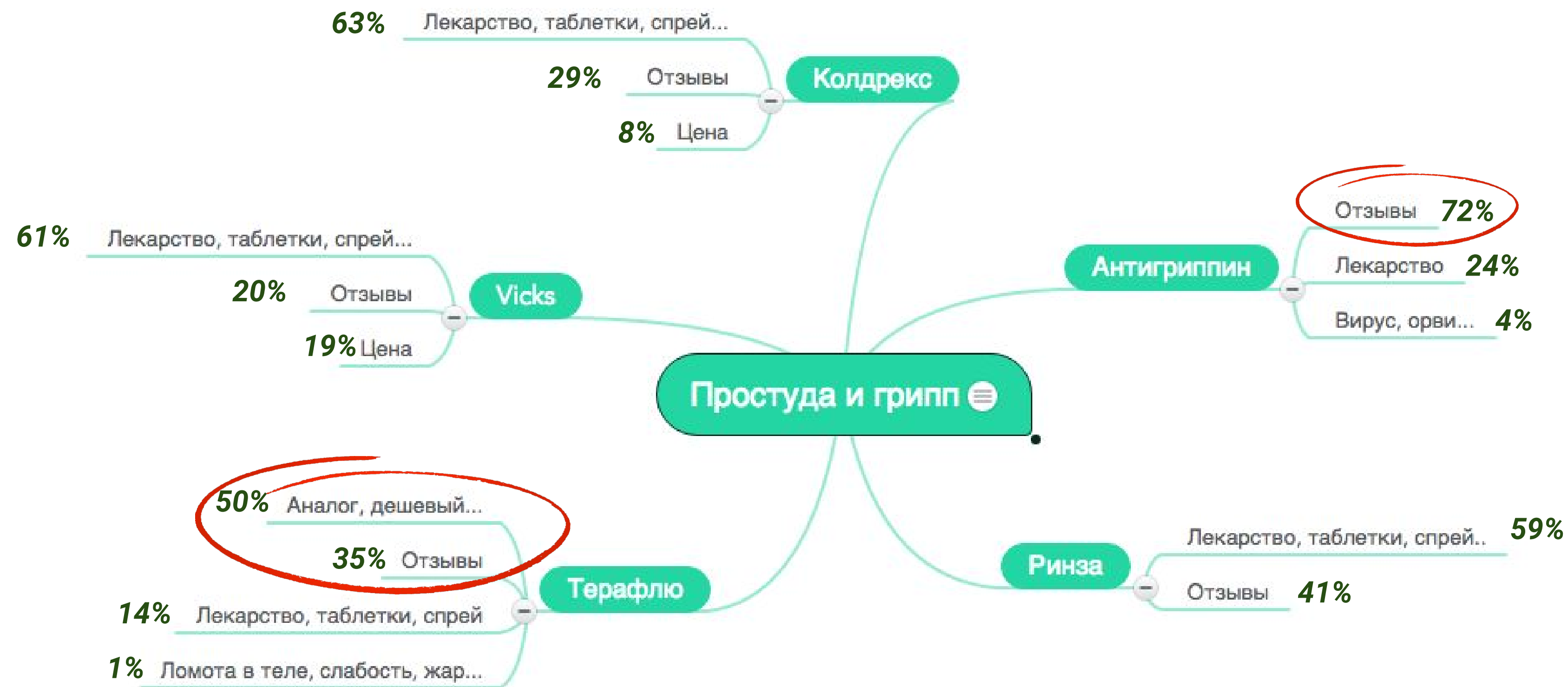
Атрибуты бренда - категория “Простуда и грипп”



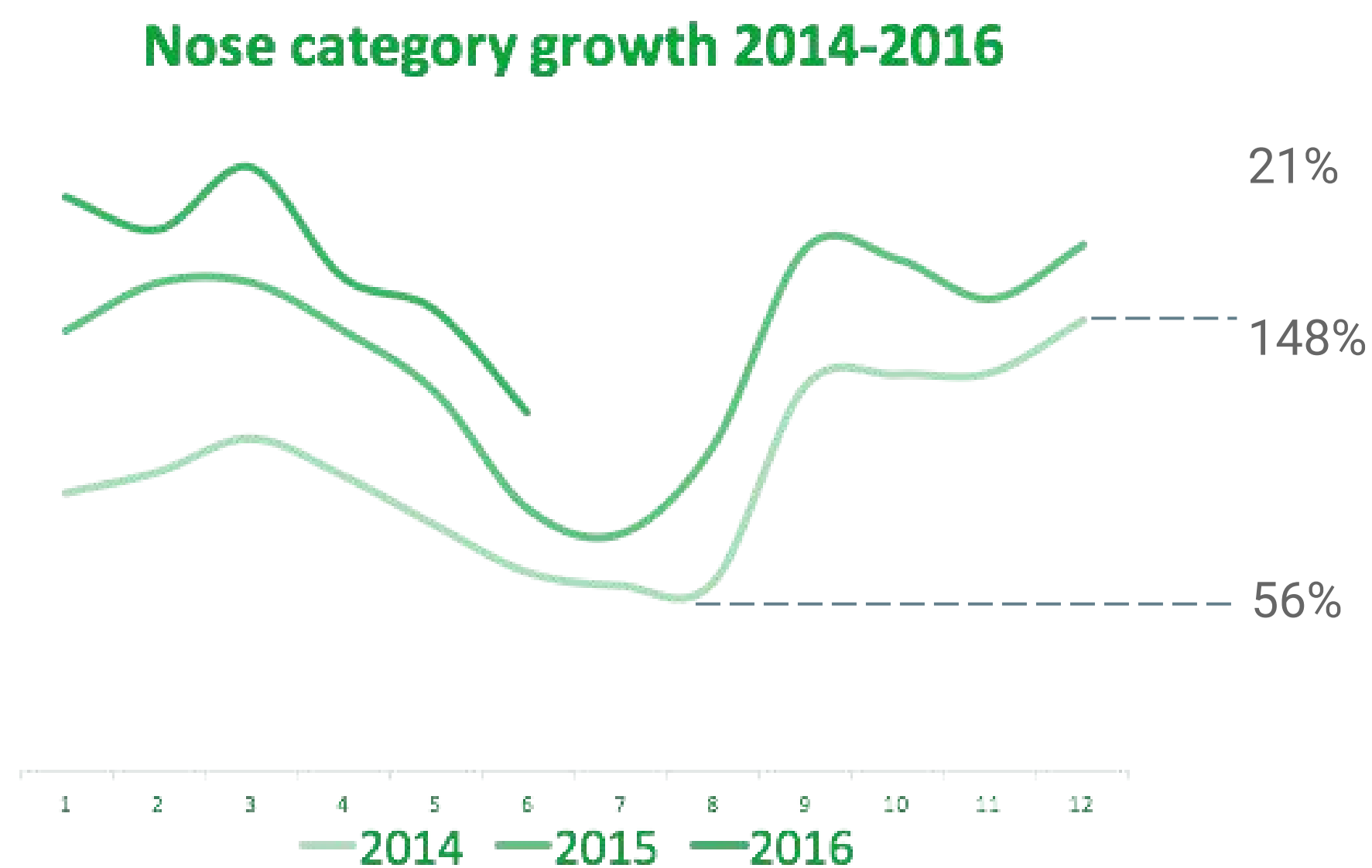
Атрибуты бренда - категория “Простуда и грипп”



Атрибуты бренда - категория “Простуда и грипп”



Временные тренды: ежемесячная сезонность

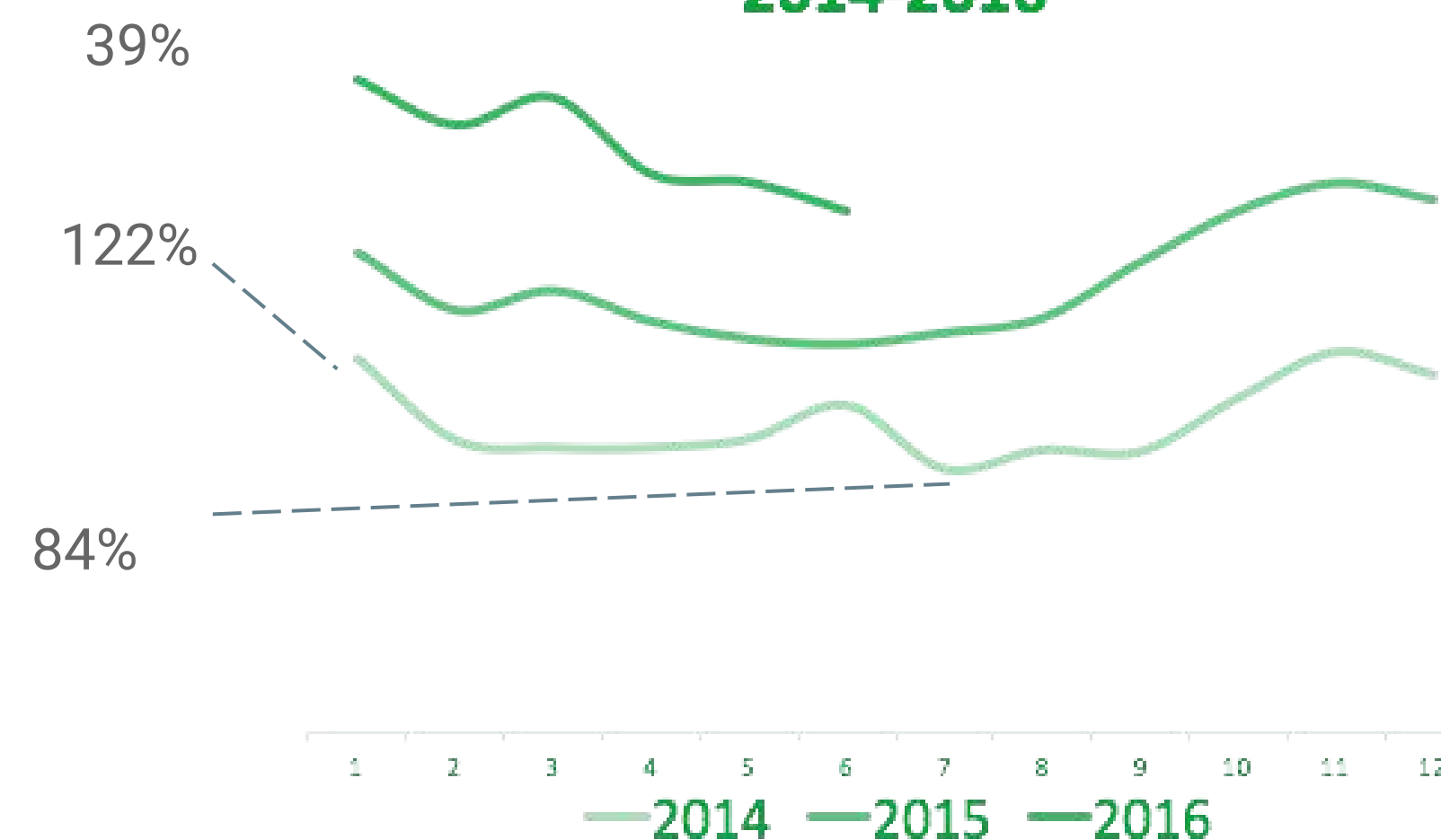


YoY H1'16/H1'15 рост

MAX спрос

MIN спрос

AntiSmoking category growth 2014-2016



- 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 сезонность

The New York Times

Quit Smoking? It's Probably Monday

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

Email

Share

Tweet

Save

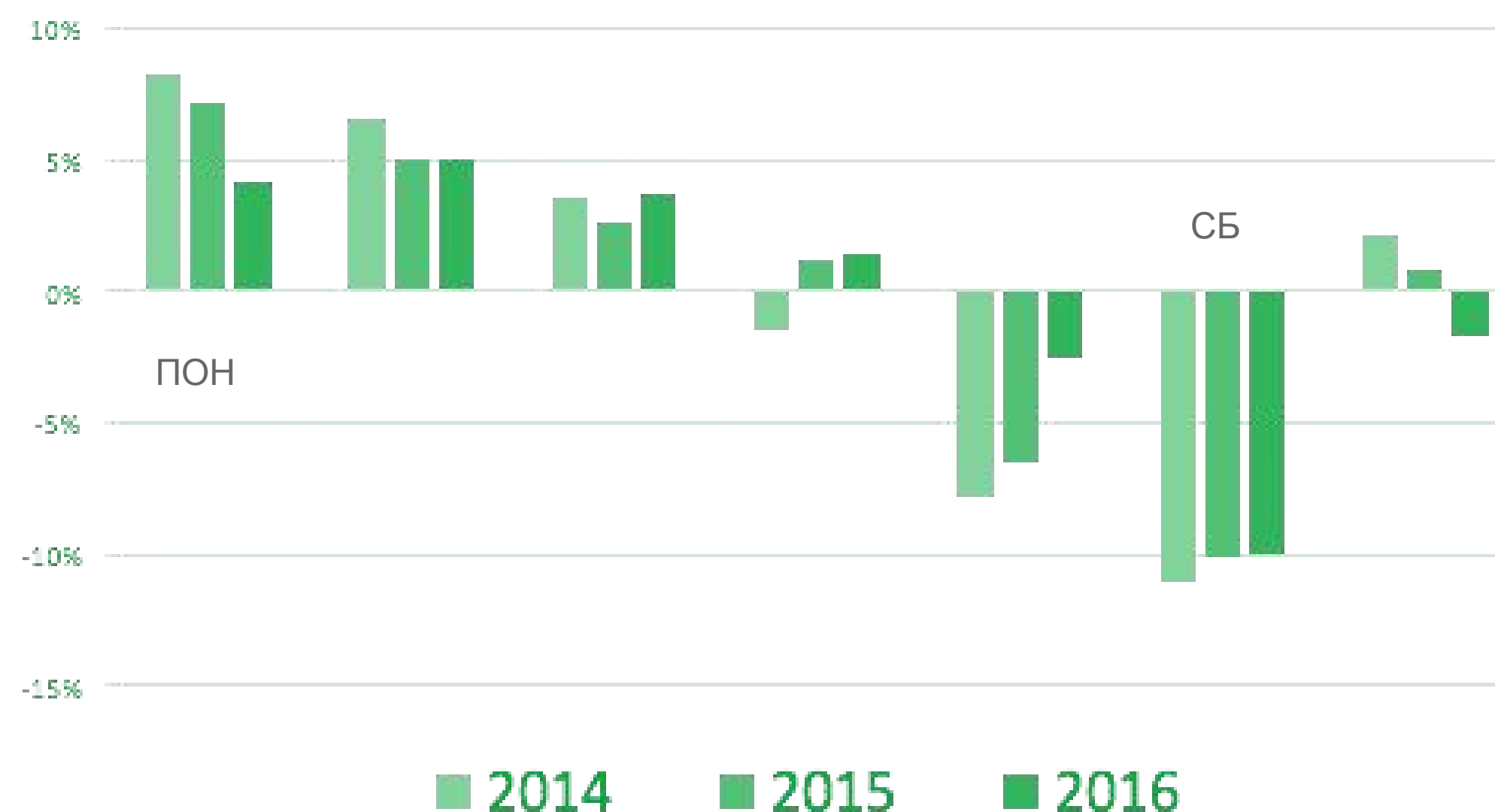
More

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

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.

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.

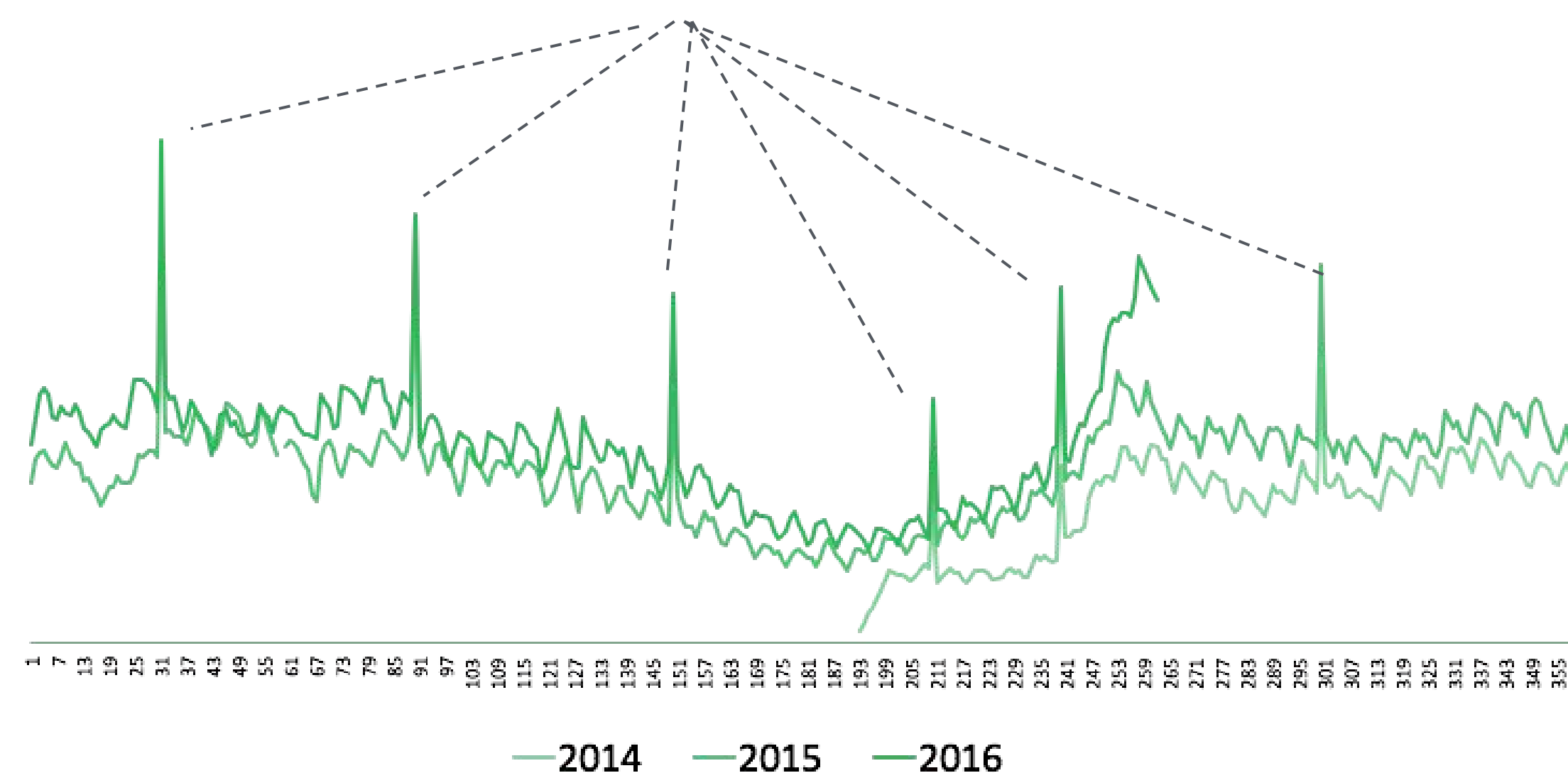
(Вся Фарма) еженедельные вариации в запросах: -10% в сб, +10% в пон



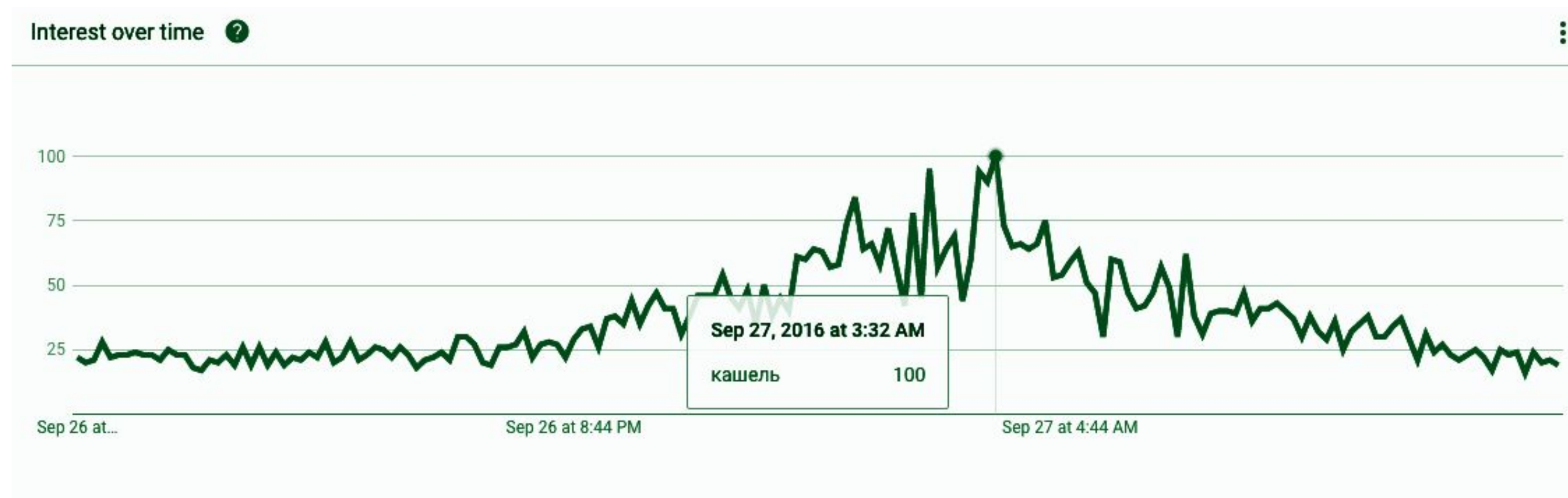
Временные тренды: ежедневная сезонность



ЧТО ЗА ДАТЫ?
(пики запросов по категории Насморк)



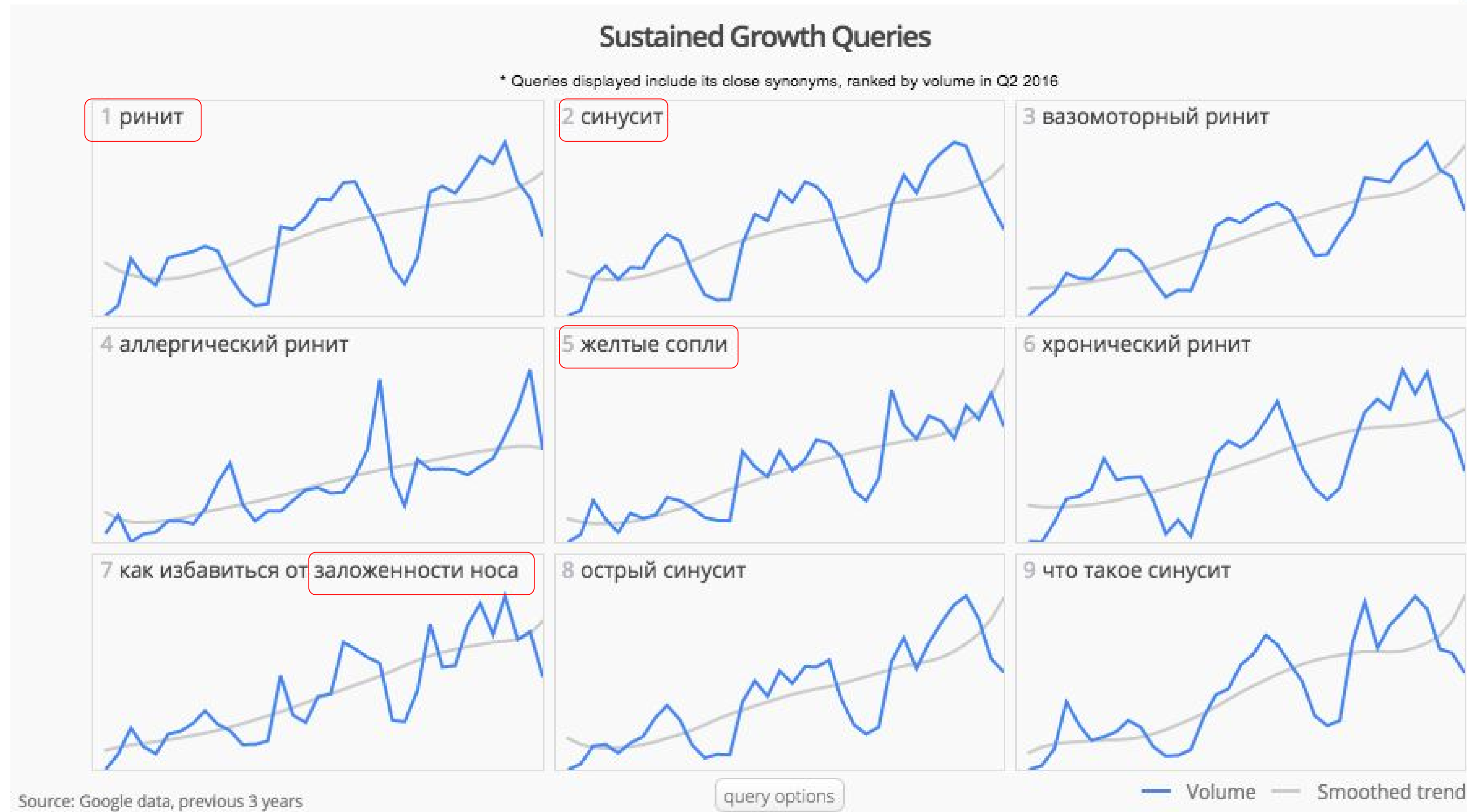
Внутридневная динамика: пик запросов по кашлю - ночью



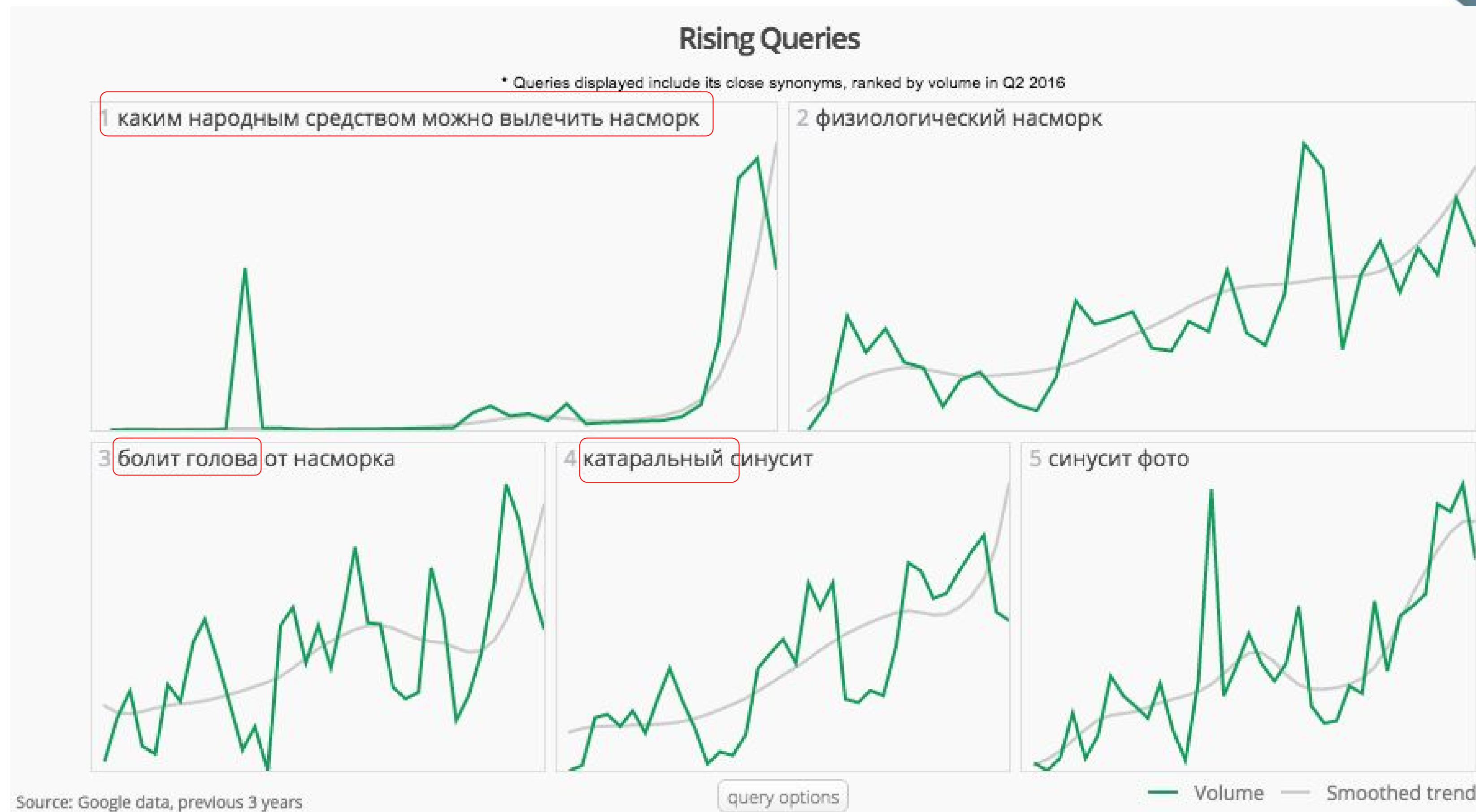
ТОП запросы по словам (2014-2016) простуда/курение/витамины



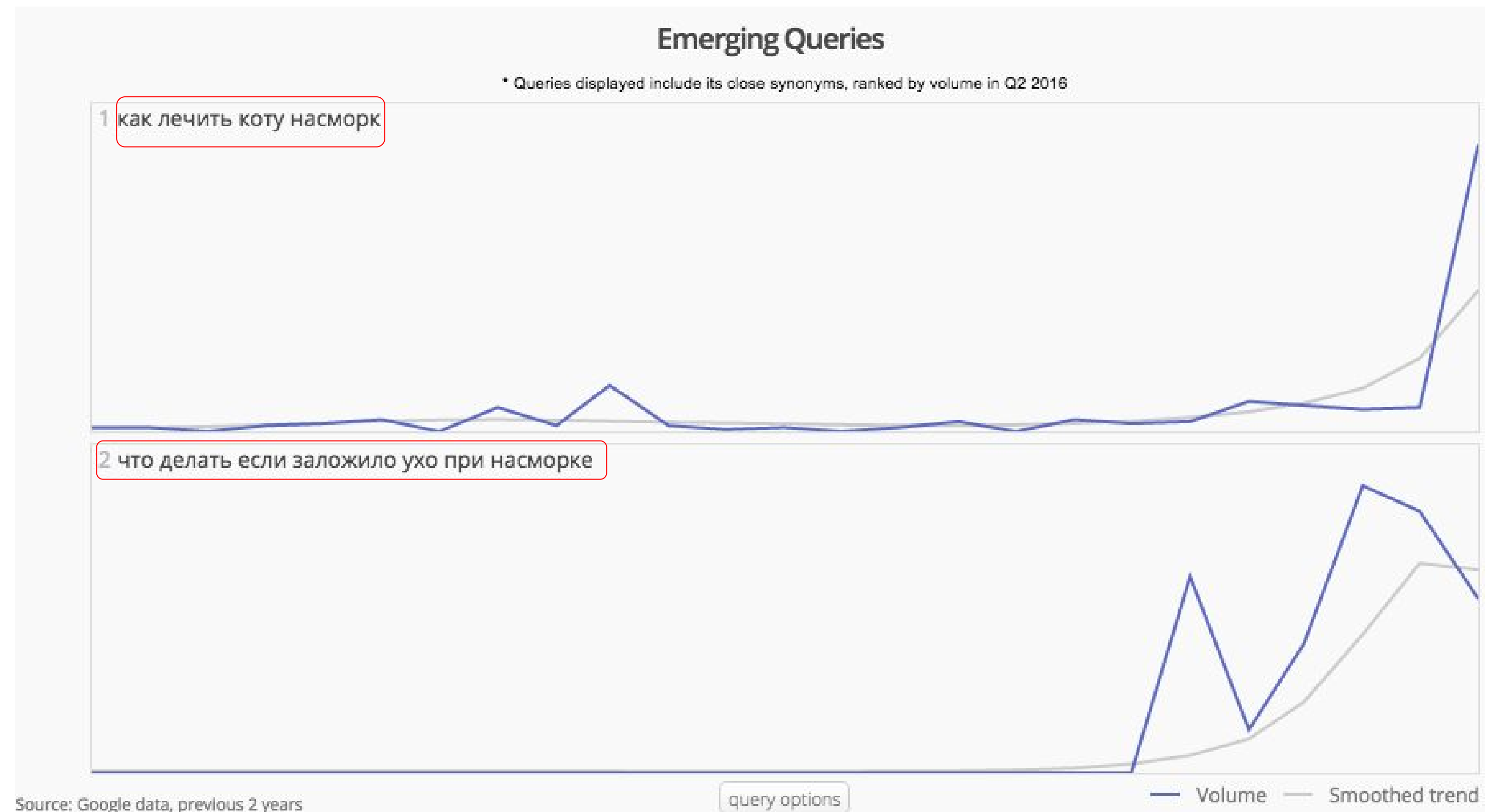
НАСМОРК: долгосрочные тренды 2014-2016



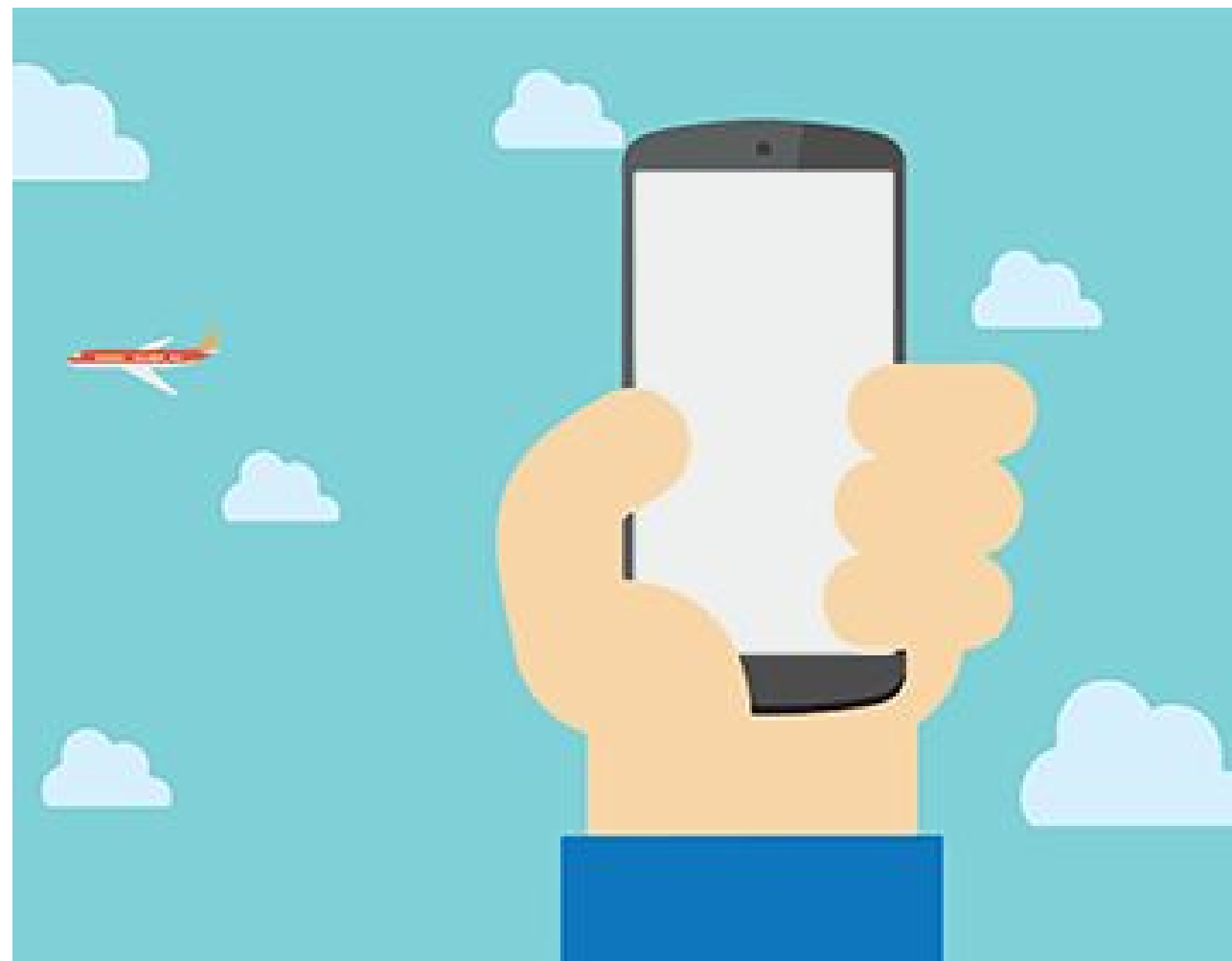
НАСМОРК: тренды последнего года 2016



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)

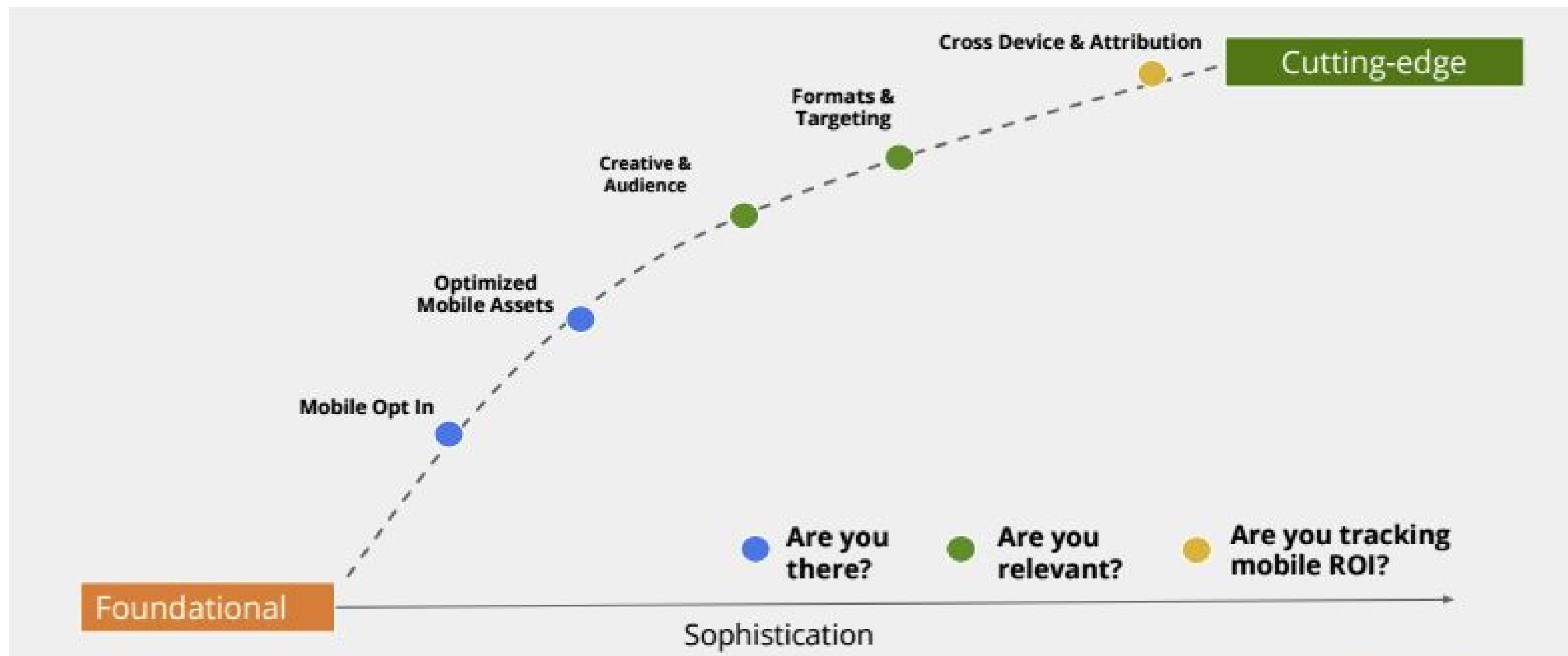
[Мобайл] Популярные мобильные запросы связаны с **лекарством (микромомент - покупка)**: ингавирин, энтерофурил, гриппферон

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

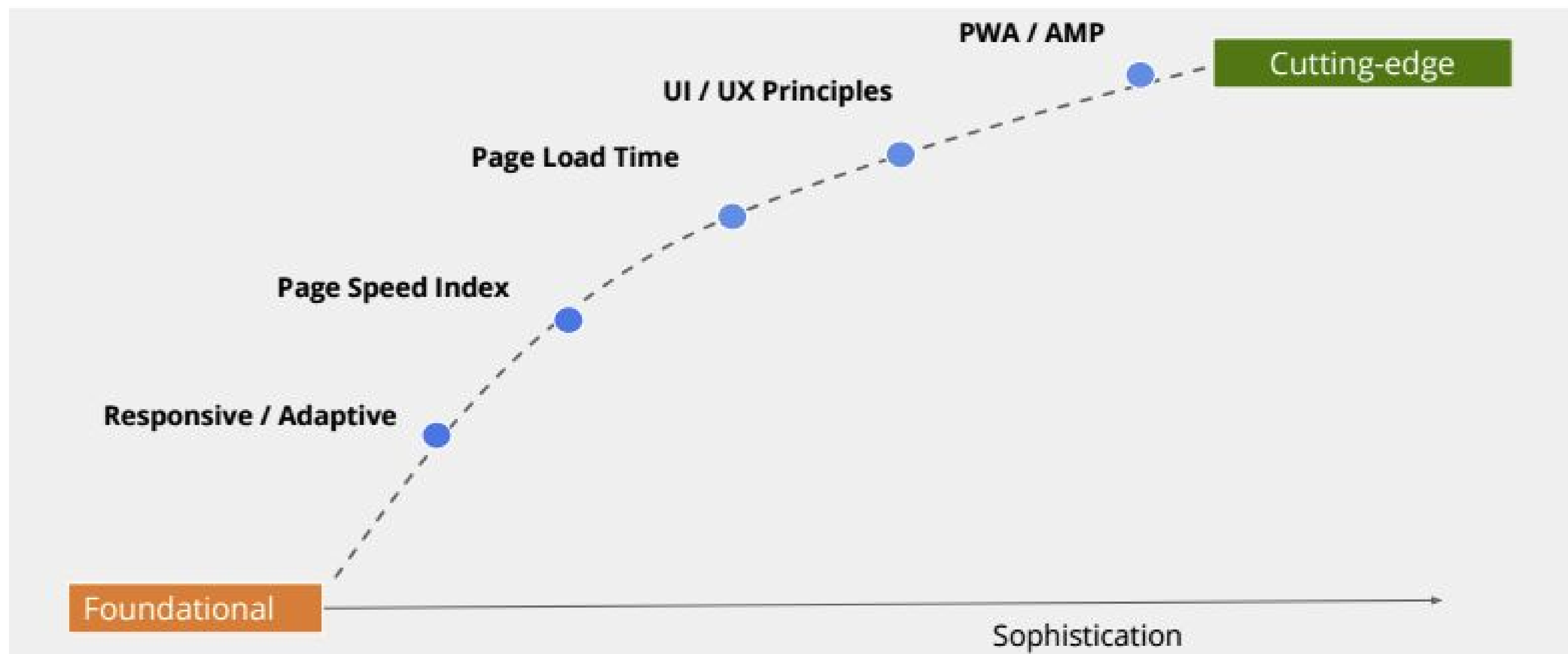


- 1 Relaxation technique
- 2 Meditation
- 3 Major depressive disorder
- 4 Stress
- 5 Anxiety
- 6 Music
- 7 Yoga
- 8 Meditation music
- 9 Classical New Age Piano Music
- 10 Stress management
- 11 Deep Sleep
- 12 Autonomous sensory meridian
- 13 response
- 14 New-age music
- 15 Sleep
- 16 Hypnosis
- 17

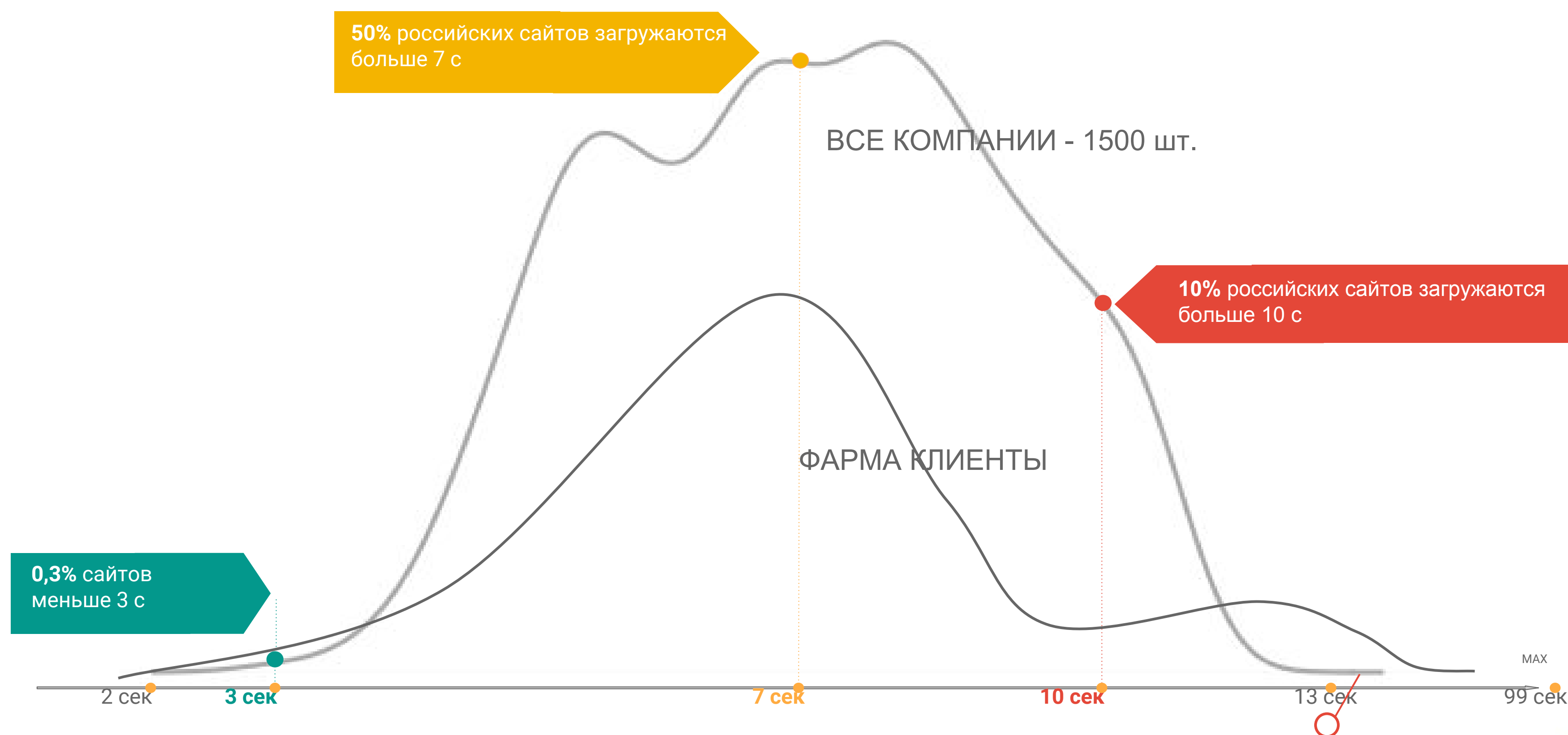
Как оптимизировать мобильные активы под пользователя?



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 H1'16

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
здоровы!