

Aziende

## Arriva a Milano la prima Big Pharma cinese e lancia il biosimilare dell'enoxaparina sodica

Shenzen Techdow Pharmaceutical Co. apre una filiale italiana a Milano. Il nuovo ad Giorgio Foresti annuncia che il colosso asiatico (2,5 miliardi di dollari di capitalizzazione) potrebbe stabilirvi il proprio headquarter qualora anche Ema si trasferisse in Italia.

di [Stefano Di Marzio](#)



18 ottobre 2017



Arriva in Europa e in Italia la prima Big Pharma cinese e porta con sé il biosimilare dell'enoxaparina sodica. Con un investimento annunciato pari a 25 milioni di euro in tre anni, dal prossimo dicembre sarà operativa Shenzen Techdow Pharmaceutical Co., sorella gemella del primo fornitore mondiale di eparina (Shenzen Hepalink Pharmaceutical Co.). Proprio dalla Cina arriva circa l'80% di

tutte le eparine vendute nel mondo (il principio attivo si estrae dal fegato di una

### NEL MENSILE DI APRILE 2018

- ▼ Biosimilari, Aifa volta pagina: sono intercambiabili con gli originator
- ▼ Meno corruzione limitando la burocrazia: intervista a Carlo Cottarelli
- ▼ Associazione italiana ingegneri clinici, 25 anni di innovazione concreta
- ▼ Lavoro, l'evoluzione del technology transfer manager
- ▼ I Ceo guardano al futuro: mai così tanto ottimismo

### IN PRIMO PIANO

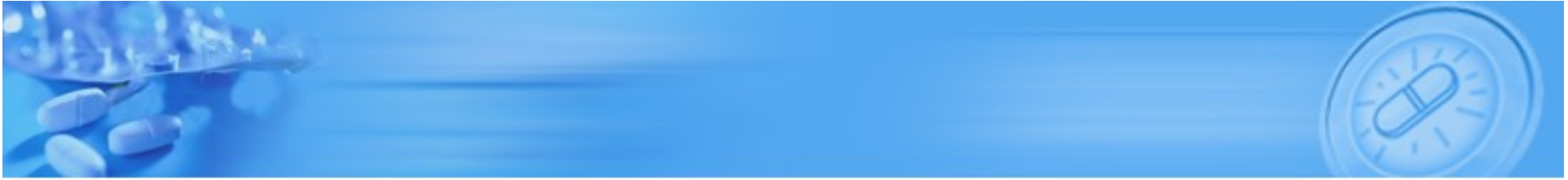
#### AZIENDE

Merck vende la divisione consumer health a Procter & Gamble  
Zcube, parte il terzo Open accelerator: il programma diventa corporate  
Startup, 20 milioni di euro per l'italiana Medical Microinstruments

#### IDEE E OPINIONI

L'equivalente e la cultura della salute in Italia  
(Massimo Versace, Country manager Aurobindo Pharma Italia)





**DTC**

**Direct to Consumer communication**



# What is Direct-to-Consumer Marketing?

Promotional advertising of pharmaceutical products directly to consumers via

- Magazine & newspaper ads
- Television & radio ads
- Product placement
- Web sites & other internet sites



# Ridefinire i flussi comunicazionali

## Tradizionale



## Nuovo





## I vantaggi del paziente informato

- Fa emergere patologie sottostimate o sub-cliniche
- Si cura meglio e migliora la compliance
- Contribuisce alla prevenzione
- Migliora i rapporti con il proprio medico
- Migliora l'efficacia e l'efficienza, anche economica, del SSN



# Top 10 TV drug Ads in terms of consumer recognition

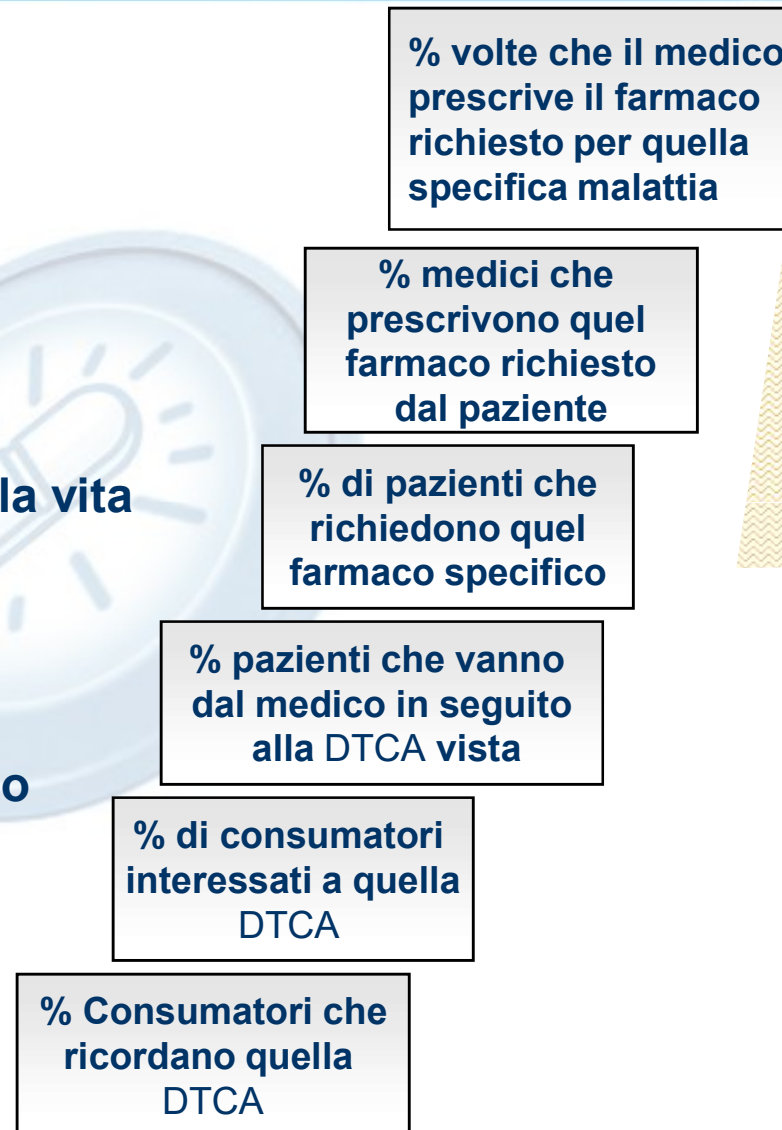
- Viagra
- Fonase
- Procrit
- Vioxx
- Lipitor
- Zyrtec
- Celebrex
- Nexium
- Paxil



# Messaggi per il paziente e successo della comunicazione DTC

## Messaggi per il paziente

- Puoi controllare la tua malattia
- Puoi migliorare la tua salute
- Puoi migliorare la tua qualita' della vita
- Non sei solo; altri soffrono la stessa tua malattia
- Il tuo problema puo' essere risolto
- Tu hai diritto a sapere come curarti al meglio

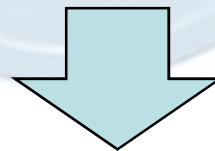


Scala di successo della comun. DTC



# La comunicazione DTC in Europa

- La *comunicazione DTC* di *farmaci etici* e' stata specificatamente vietata dalla Dir. Eu. 92/28 per :
  - salvaguardia e protezione del consumatore  
(*“i consumatori possono equivocare i messaggi di carattere medico e scientifico e potenzialmente utilizzare il prodotto impropriamente”*)
  - approccio di assistenza vs responsabilizzazione dell' individuo
  
- La *DTC* in Europa e' in realta' in atto attraverso siti web USA ed extraeuropei e attraverso meccanismi indiretti, di *quasi-DTC*



La EC aveva proposto una revisione della direttiva 92/28 per DTC in 3 aree terapeutiche  
(*malattie respiratorie, diabete, AIDS*)





# Principali argomentazioni pro e contro la DTC

## Pro

- Valore educativo positivo
- Miglioramento dei rapporti medico-paziente
- Miglioramento della compliance
- Fa emergere patologie sottostimate o sub-cliniche
- Contribuisce alla prevenzione, soprattutto secondaria

## Contro

- Aumenta il rischio di misuso del farmaco
- Indebolisce il ruolo tradizionale del medico
- Aumenta i prezzi
- Abuso e consumismo farmaceutico




## Tipi di comunicazione quasi-DTC finora consentiti

- Articoli, News
- Sponsorizzazione di materiale informativo
- *Disease awareness*
- Informazione sul lancio di un nuovo farmaco
- Supporto a gruppi/associazioni di pazienti
- *Direct mailing*
- Sponsorship eventi o attività culturali
- Comunicazione attraverso siti Internet

Negli USA sono circa il 10% della spesa totale per DTC



*Tratta* I PROBLEMI  
DI EREZIONE COME UN  
DISTURBO QUALSIASI:  
*curali.*

Per molti uomini la cosa più importante dell'amore è poterlo fare. I problemi di erezione, anche quando sono episodici, condizionano la vita di relazione, non solo quella sessuale. Questo tipo di disturbi viene definito disfunzione erettile. La disfunzione erettile è legata non solo all'invecchiamento o a disturbi psicologici, ma anche allo stress, agli stili di vita e ad alcune malattie tra cui ipertensione e diabete. Parlarne con il proprio medico significa non solo poter recuperare una normale attività sessuale, ma anche occuparsi della propria salute e del benessere della coppia.

LA DISFUNZIONE ERETTILE SI PUÒ CURARE. PARLANE CON IL TUO MEDICO.

UOMO & DONNA  
IN SALUTE  
Pfizer



LA COSA PIÙ  
*bella* DELL'AMORE  
È POTERLO *fare.*

Per molti uomini la cosa più importante dell'amore è poterlo fare. I problemi di erezione, anche quando sono episodici, condizionano la vita di relazione, non solo quella sessuale. Questo tipo di disturbi viene definito disfunzione erettile. La disfunzione erettile è legata non solo all'invecchiamento o a disturbi psicologici, ma anche allo stress, agli stili di vita e ad alcune malattie tra cui ipertensione e diabete. Parlarne con il proprio medico significa non solo poter recuperare una normale attività sessuale, ma anche occuparsi della propria salute e del benessere della coppia.

LA DISFUNZIONE ERETTILE SI PUÒ CURARE. PARLANE CON IL TUO MEDICO.

UOMO & DONNA  
IN SALUTE  
Pfizer



## Public myths – DTCA

- If the FDA approves a drug, it must be safe
  - Fact: Drugs have side effects; some of the side effects can be fatal. A drug is approved if its effect, including the sum total of its benefits and risks, is greater than the risk of the disease it is being used for if left untreated.
- If a drug is effective, it works for everyone
  - Fact: A drug is effective if it works better than a placebo. For example, Claritin is an effective anti-histamine but it is only 10% more effective than a placebo.
- If a famous doctor recommends this drug, it must be good.



# nuove leve di MM: DTC

My Asthma Story - Windows Internet Explorer

http://www.myasthmastory.com/

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?

My Asthma Story

Symbicort®  
(budesonide/formoterol fumarate dihydrate)  
Inhalation Aerosol

AstraZeneca

**My Asthma Story**

**Everyone with asthma has a story to tell.  
We'd like to hear yours.**

Do asthma symptoms at times keep you from doing everyday things? Has SYMBICORT helped you control your asthma? We'd like to hear your story.

This site is designed to make your video submission fast and easy.

**Submit Your Story**

Submit Your Story

**Consider these thought starters for your story line:**

- How does asthma affect your life?

Internet 100%

start 6 Promemoria Posta in arrivo - Mi... PharmaStar.it - Ho... http://streamer.ad... My Asthma Story - ... IT 9.42

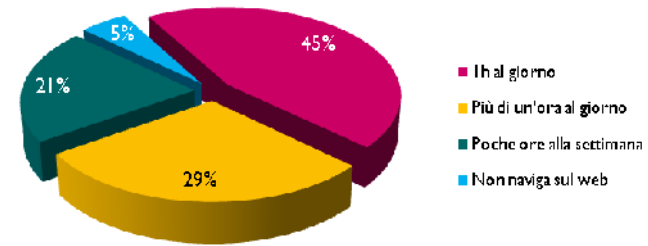


## **New Pharma-Marketing Tools: NON PERSONAL PROMOTION**

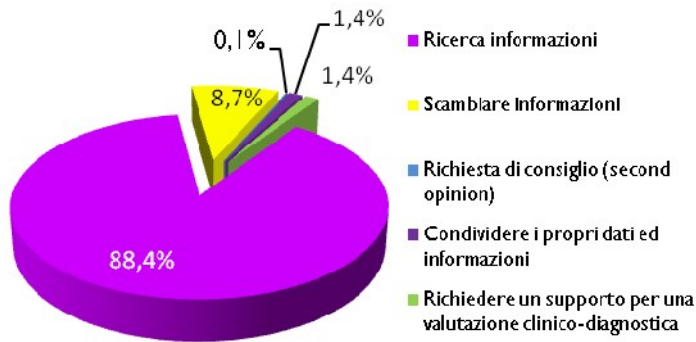


# Il medico italiano ed il web

A survey conducted by the Mercurio Research Study \* revealed that 88% of healthcare professionals uses the web daily and that 74% of them spends more than 6 hours per week searching for information and professional updates.



\* Quante ore trascorre sul web il medico italiano?



\* Quale è lo scopo per cui il medico italiano usa il web?

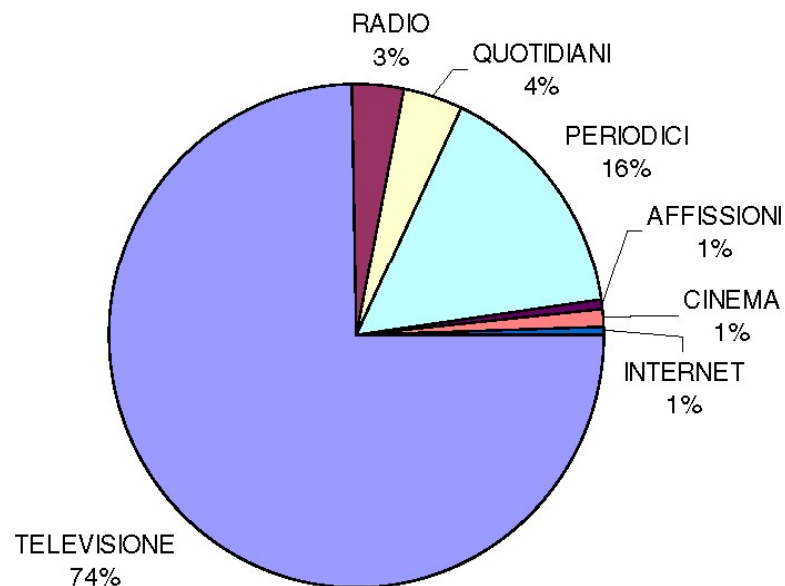
The 88.4% \* of Italian healthcare professionals searches for information on the web and 2/3 of the physicians involved in the investigation confirms the predominance of the use of e-mails in their professional practice

\* Source: Medici e uso del web: analisi e confronto Europa -Italia. Centro Studi Mercurio. April 2011



# Internet è un media ancora poco presidiato

## Mix investimenti in pubblicità Aziende Pharma in Italia



Il canale internet è ancora poco utilizzato dal settore farmaceutico e quindi presenta maggiori margini di incremento della *Share of Voice* complessiva







## Definizione

### L' E-DETAILING o DIRECT MARKETING o NON PERSONAL

PROMOTION è un sistema di relazione che attraverso internet svolge informazione scientifica sul prodotto, integrando o sostituendo la rete.

Il medico viene invitato con una email o direttamente dall'informatore ad accedere ad una risorsa internet dove trova informazioni sul farmaco.

Il tracciamento quali/quantitativo degli accessi consente di monitorare l'efficacia della comunicazione e l'efficienza del progetto rispetto ad obiettivi di comunicazione, marketing e commerciali.e



## Quando si usa?

Il direct marketing si può aggiungere (raramente le sostituisce completamente) alle altre iniziative del MM:

- Per fare Disease Awareness
  - L'e-detailing a contenuto scientifico funziona nei casi in cui il farmaco è tra i leader
  - Funziona se si ha un prodotto leader di mercato
- Per prodotti maturi (2a-3a posizione in visita)
- Per prodotti non in promozione attiva
- Su un target interessante per il prodotto ma non più coperto dall'ISF
- In zone temporaneamente scoperte dall'ISF
- Su target meno interessanti
  - es. ISF sul Medico Specialista + DM sul Medico Generico



## Punti di forza

- Economico: budget di 8 € / Medico / Anno
- Misurabile
- Selettivo e Personalizzabile sul singolo medico
- Flessibile: adattabile su base locale e regionale
- Non impegnativo perché solitamente in outsourcing



## Fattori di successo

I principali fattori di successo dell'eDetailing sono:

- **Integrazione dell'eDetailing con la strategia di CRM;**
- **Comprensione dei bisogni dei vari segmenti di medici;**
- **Applicazione dell'eDetailing basata sul raggiungimento di obiettivi promozionali.**



## Ruolo per l'informatore (1/2)

Tutte le attività di e-detailing richiedono l'isf.

Per l'e-detailing ed il web marketing: coordinatori, medical writer, direzione medica, produzione: **occorrono professionisti del farmaco.**

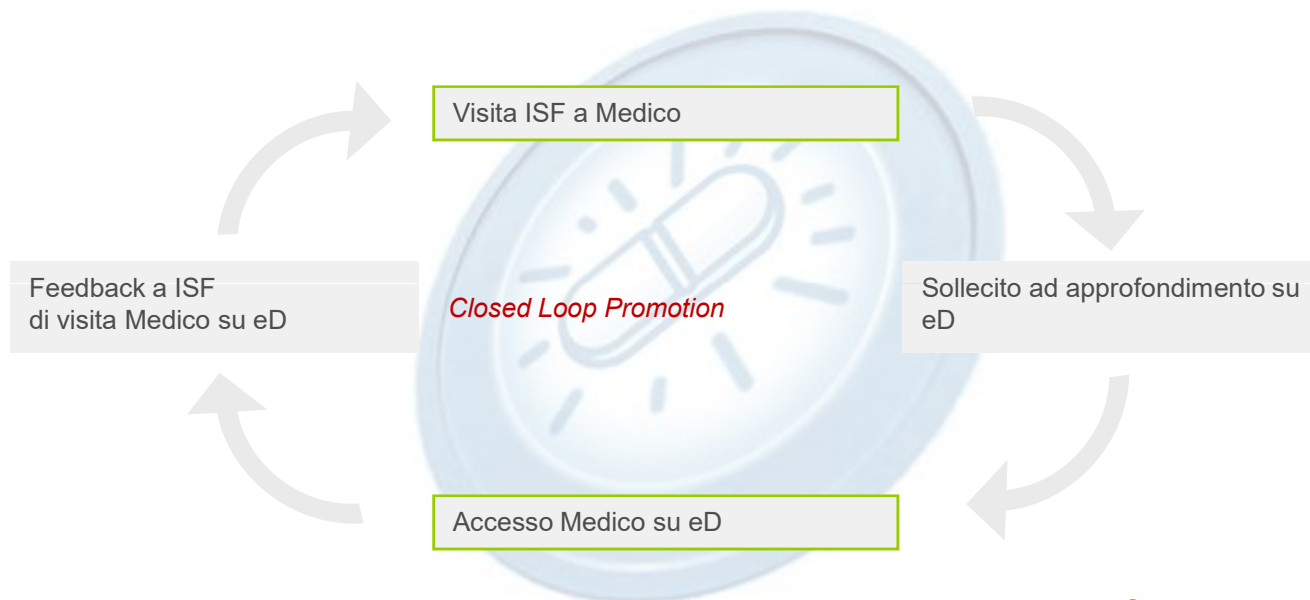
Per il phone-detailing: isf remoti, project leader, coordinatori: **occorrono professionisti del farmaco.**



# Ruolo per l'informatore (2/2)

## eDetailing integrato con la sales force

La maggiore efficacia si ottiene nel momento in cui l'eDetailing rappresenta un ulteriore canale di relazione dell'informatore con i propri medici.



### Brand Execution

- Right Style
- Right Message (targeting)
- Right Resources

### Call Execution

- Right Physician
- Right Frequency



# Integrazione: case study

The screenshot displays the Nestlé Nutrition Pediatrics website. The header features the Nestlé Nutrition logo and the title "Pediatrics alimentazione in evoluzione". A navigation menu includes links for Home, Contattaci, and Mappa. Below the header, there are sections for "Ricerca" (Search) and "Percorsi diagnostici". The main content area is divided into three columns: "Ricerca" with a search bar, "News" with articles on infant feeding and obesity, and "Percorsi diagnostici" with a link to "Ipersensibilità alle proteine del latte". A "nuova formula" (new formula) advertisement is also visible. The footer contains copyright information for 2006 Nestlé Italia and links for Credits, Note legali, Privacy policy, and Login.

Nestlé ha utilizzato il canale virtuale per permettere ai pediatri di approfondire le tematiche proposte dall'ISF e di interagire direttamente i collaboratori dell'azienda.

Il collaboratore ha un report sintetico (integrato nel sistema EMTS/SFA) su eventuali richieste e sugli interessi online del pediatra, che può virtuosamente utilizzare per migliorare il successivo contatto.



# Tipologie di e-detailing

Le tipologie di eDetailing possono venire suddivise in varie categorie:

- **Self-directed online program (internet-detailing)**  
Si tratta di un programma online interattivo che il medico può consultare e seguire di sua iniziativa. Comprende dei video educativi, animazioni, presentazioni con voce fuoricampo, quiz... non è mai live, ma sempre on-demand. Questa tipologia è stata molto utilizzata al principio del fenomeno eDetailing.
- **Webcasts o Webinar**  
Questa tipologia offre la possibilità al medico di assistere via web a una presentazione da parte della forza vendita. La presentazione può essere live (webinar) o registrata (webcast).
- **TELEWEB CALL o Live One-on-one presentations (telewebbing).**  
Anche definite come teledetailing, si tratta di contenuti diversi messi a disposizione del medico e fruibili attraverso molteplici device: telefono, video live, presentazioni con voce fuoricampo. I contenuti sono solitamente forniti da : field force via call center e sul campo, oppure opinion leader di settore.
- **Direct Mailing & Web Advertising**
- **Contact Center** dedicato ad esempio a Follow-up Eventi, Progetti di Targeting e Pre-Marketing e Fidelizzazione Centri di eccellenza





## Teleweb call

- La **teleweb call** è una chiamata che viene effettuata simultaneamente via telefono e via web. La field force della casa farmaceutica prende appuntamento con il medico telefonicamente e quest'ultimo decide quando effettuare la conversazione sul prodotto accedendo a una piattaforma web. Nel giorno e all'ora prestabilita il medico viene contattato e invitato a connettersi alla piattaforma, viene poi guidato attraverso il contenuto delle pagine web a seconda delle domande e delle necessità che pone. Chi chiama e il medico vedono dunque le medesime informazioni e immagini sui rispettivi computer.

### Obiettivi del progetto.

- L'obiettivo del teleweb è il medesimo del detailing tradizionale, ovvero quello di **comunicare con il medico**, migliorando il livello di interazione e di attenzione; è il medico a decidere quando effettuare la consultazione, comodamente dal luogo che preferisce.



## Teleweb call

Vi sono due metodologie per questo eDetailing:

- **Full Teleweb.**

Una persona interamente deputata, otto ore al giorno, a chiamare i medici e a condurre le teleweb call.

- **Hybrid Sales-Rep.**

Una nuova figura professionale, che Eli Lilly sta sperimentando. Una tradizionale field force dedica uno o due giorni alla settimana al teleweb, mentre il resto del tempo lo dedica alle normali interazioni con il medico sul campo.

In ogni caso la **tecnologia** deve consentire alla field force e al medico di **interagire online**, condividendo il proprio desktop in videoconferenza. Questa tecnologia può risultare fondamentale nel momento del lancio di un nuovo prodotto, perché permette di **condividere materiale informativo** sotto forma di presentazioni powerpoint, articoli in PDF e materiale flashplayer.



## Outcome del telewebbing

- La **durata** della call è passa dai 3-5 min dell'interazione face-to-face tradizionale ai **20 minuti** con i medici di base e ai **30 minuti** con gli specialisti.
- La teleweb call aumenta la **quantità di informazioni** che il medico ricorda, a scapito però dell'aspetto relazionale. Quest'ultimo problema può essere tuttavia risolto utilizzando una field force "ibridi".
- Il **livello di accettazione** della teleweb call tra i **medici di base** è del **30%** se il recruitment avviene attraverso la visita della field force fisica, del **20%** se il recruitment viene effettuato dalla field force che lavora nel call center e del **10%** se il recruitment è affidato a una società esterna.
- Il **livello d'accettazione** della teleweb call tra i **medici specialisti** è del **40%** se il recruitment avviene attraverso la visita della field force fisica, del **30%** se il recruitment viene effettuato dalla field force che lavora nel call center e del **20%** se il recruitment è affidato a una società esterna.
- Con una memorizzazione dei messaggi talvolta migliore della visita personale per il maggior tempo speso conversando con il medico e il fatto che l'attenzione possa essere focalizzata su di uno schermo.



## Possibili applicazioni del telewebbing

- **Gestione di controindicazioni specifiche**, con informazioni giornaliere da parte della field force “ibrida” e con informazioni specificatamente indirizzate a rispondere alle domande dei medici da parte del team di full teleweb.
- **Promozione di nuovi farmaci o di nuove indicazioni riguardo i farmaci esistenti.**
- **Gestione di medici difficili da raggiungere e diminuzione dei costi del canale.**  
Es in Scandinavia la field force incontra il medico mediamente una volta all’anno: in situazioni come questa il teleweb permetterebbe alla field force di mantenere la relazione con il medico, pur visitandolo fisicamente solo una volta.
- **Gestione contatti.**  
La flessibilità di questo strumento permette all’azienda di aumentare sia la frequenza della relazione con i medici di base precedentemente contattati, sia l’accesso a nuovi contatti.



# e-Detailing: Newsletter

*Panorama Medico* is the generic newsletter of Mercurio Editore.

**Target:** Pharmacists, healthcare professionals, doctors of all specialties, Manager of the pharmaceutical industry

**Contents:** updates from the world of science and research.

**Frequency:** daily, for a total of 4 deliveries per week, (Dem integrated: 3 issues per week, 4 Banners: 1 number per week).

**Redemption impression (open newsletter):** range 39-44%

**Redemption link (click on the links Dem):** range 25-31%

**MERCURIO**  
rivista  
per comunicare

**PANORAMAMEDICO** news  
Testata registrata al Tribunale di Napoli con numero di autorizzazione 21 in data 15/02/2006

**Fazio, siamo ai vertici in Europa per la sanità digitale. E l'Ue prepara una task force per diffondere ricette online, fascicolo elettronico e telemedicina**

"L'Italia ha riaperto la linea e raggiunto i vertici in Europa per livello di informatizzazione sanitaria", lo ha sottolineato il ministro della Sanità, Ferruccio Fazio: "Ci sono una serie di norme che cambiano la faccia della sanità italiana, fino a qualche anno fa noi eravamo tra gli ultimi in Europa, anche se ai primi posti d'erano Paesi, come la Danimarca, in cui è facile avere un'informazione completa, come per altro abbiamo già in Lombardia, che è una regione più grande di molti di questi Paesi anche messi insieme", ha spiegato...

commenta la notizia

**Sommario**

**Primo piano**  
Pillole dei cinque giorni dopo, da sette mesi in attesa di parere

**Mondo DottNet**  
Genetista attende l'autorizzazione per i trasferti autonomi

**Politica sanitaria**  
In arrivo la linea guida sulle lampade abbronzanti, Fazio: sono demose

**Politica sanitaria**

**In arrivo la linea guida sulle lampade abbronzanti, Fazio: sono demose**  
Dopo 150 giorni di vita sulla lampada abbronzanti, è infatti in arrivo un decreto interministeriale Salute-Sviluppo economico che, in recepimento di una direttiva europea, contenente regole più rigorose per la "modalità" scuro e le "condizioni d'uso" per questo genere di apparecchi, lo ha annunciato il ministro della Salute, Ferruccio Fazio, rispondendo a un'interrogazione alla Camera di Antonio Palagiano, responsabile Sanità dell'Idv. L'utilizzo delle lampade abbronzanti è fin troppo comune, scrive il titolare della Sanità nella risposta a Palagiano, "risolvono problemi connessi alla dimagrimento, alla dermatite, alla neoplasia delle radiazioni ultravioletta"...

**Primo piano**

**Pillole dei cinque giorni dopo, da sette mesi in attesa di parere**  
Da quando per la lunga la vicenda della pillola dei 5 giorni dopo, che doveva essere commercializzata in Italia già alla fine dello scorso anno e che invece attende ancora, da oltre 7 mesi, un parere del consiglio Superiore di Sanità. Il parere è stato emesso lo scorso settembre dal ministro della Salute, Ferruccio Fazio, per verificare la compatibilità di BileOne (il nome commerciale della pillola) con la legge 194 o "diariva" se il farmaco, che funziona fino a cinque giorni dopo un rapporto sessuale non protetto, sia di natura abortiva o contraccettiva...

**Mondo DottNet**

**Genetista attende l'autorizzazione per i trasferti sull'uomo**  
Clic via solo per le solite lungaggini burocratiche o per il clima caldo su tutto ciò che riguarda gli organismi geneticamente modificati e gli esperimenti sugli animali, la ricerca sugli xenotrasferti di Cesare Galli, il "papa" del toro Gallico, primo esemplare di bovino adulto donato nel mondo...

colophon - disclaimer - modificali il suo profilo - ai cancelli dalla newsletter - redazione@mercurio.it



# e-Detailing: Dedicated channel



# e-Detailing: Microsite

The **microsite** is the area in which the physician finds information about a specific product.

Communications in this area are all focused on the product from a commercial point of view, with promotions and claims defined with the company sponsors.

The user can move from the scientific area to the promotional one, without leaving the social network, but just with a click.

**Inersan®**  
Quando natura e ricerca si uniscono per la salute del cavo orale

home eSalutag eGame eVisual eLibrary Clinical Review

**eSalesRep**  
Il tuo informatore online  
Rossella Francesco

Rossella Francesco

**DottNet**  
home eSalutag eGame eVisual eLibrary Pagina illustrativa

**TRIACID®**  
10 compresse vaginali

- Lactobacillus acidophilus
- Acido lattico
- Sale e.s. standardizzato in isotoni

**Tre azioni per un intimo benessere femminile**

Il tuo informatore online Il tuo informatore online Il tuo informatore online Il tuo informatore online Giochi con Spazio Resistance Guarda online il visual aid Trattamento Vaginiti e vaginosi

Federica Francesco Michele Stefania eGame eVisual Canale

eLibrary

Approcci terapeutici a vaginiti e vaginosi Vaginiti e vaginosi Flora batterica vaginale ed esiti della gravidanza Diagnosi e trattamento di vaginosi batteriche ed altri tipi di flore batteriche vaginali anomali Infezioni da Candida nel tratto genito-urinario Foglio illustrativo

**TRIACID®**  
10 compresse vaginali

Posologia per ripristinare l'ambiente vaginale:  
1 applicazione serale per 10 gg.  
1 confezione per un ciclo di trattamento

Rapido sollievo su prurito, bruciore, irritazioni

Fabbricante: S.I.I.T. Srl  
Distributore: Mercurio Pharma Srl  
800.014.863

**TRIACID®: una risposta in un unico gesto**

È un prodotto CE 042



# e-Detailing: FAD e eCME

Mercurio provides design, production and distribution of distance learning courses (eCME), directly or through **DottNet**.

In the field eCME of Mercurio wants to create new solutions,

- On Demand Blended
- Synchronous videoconferencing,
- Tele-platform to manage the distance learning



The screenshot displays the DottNet website interface. At the top, the logo 'DottNet' is visible, followed by a navigation menu with items like 'Tutto', 'News', 'Social', 'Contenuti', 'Gruppi', 'Servizi', 'Canali', 'Fad', 'Minisiti', 'Questi', and 'Specializzazioni'. The main content area is titled 'Probiotico e Riequilibrio della flora batterica intestinale' under the 'Area Studenti' section. It includes a sidebar with links for 'Scheda corso', 'Attestato ECM', 'Materiali', and 'Pagella'. Below this is a table with columns for 'Tempo parziale', 'Tempo totale', and 'Utenti on line', showing values of '00m', '00m', and '0' respectively. Another table shows 'Materiali', 'Completato', and 'sbagliati' with values '14', '2', and '0'. A 'Progress' bar is also present. The main content area shows the test title 'Test Valutazione Apprendimento - Modulo 1', a description, and test characteristics such as 'Il punteggio massimo conseguibile è di 12 punti' and 'Il test è composto da 6 domande'. There are buttons for 'Visualizza risultato precedente' and 'Fai il test'.



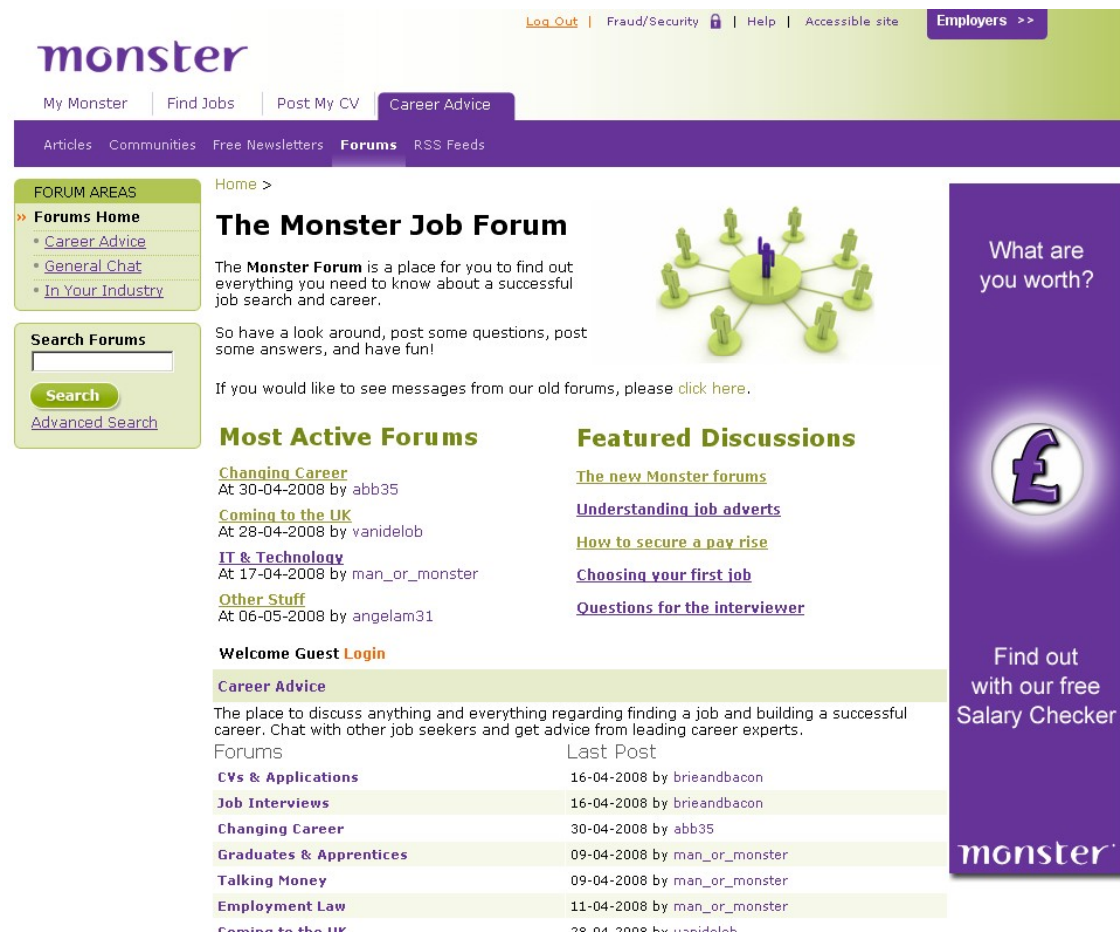




# Ed i Social Media ?



# Forums and Online Communities



**monster** [Log Out](#) | [Fraud/Security](#) | [Help](#) | [Accessible site](#) [Employers >>](#)

[My Monster](#) | [Find Jobs](#) | [Post My CV](#) | [Career Advice](#)

[Articles](#) | [Communities](#) | [Free Newsletters](#) | **Forums** | [RSS Feeds](#)

Home >

## FORUM AREAS

- » **Forums Home**
  - [Career Advice](#)
  - [General Chat](#)
  - [In Your Industry](#)

### The Monster Job Forum

The **Monster Forum** is a place for you to find out everything you need to know about a successful job search and career.

So have a look around, post some questions, post some answers, and have fun!

If you would like to see messages from our old forums, please [click here](#).

#### Search Forums

  
  
[Advanced Search](#)

# Blogs

pulling update... READ MORE & SHARE YOUR INSIGHTS techdirt POWERED BY WEIGHT COMMUNITY

## THE FUTURE OF STORAGE

INSIGHTS INTO THE RAPIDLY EVOLVING STORAGE AREA NETWORK MARKET

# TechCrunch

About Contact Company Index Advertise Archives Cool Jobs TC50 Crunchies Primaries Subscribe by Email 876K readers

May 6, 2008 TechCrunch Sponsors

### Scoble Sellout Part Three? - Twitter Adverts

Mike Butcher 15 comments >>

Here's the third update to our **January and April posts:**

**ADVERTISEMENT: Seagate hard drives rock. I was paid to say that, but I would have said it anyway.**  
about 4 hours ago from im

Uber-blogger Robert Scoble, who in 2006 [argued](#) that having advertisements on blogs destroys trust, appears to be no longer content with... [adding](#) advertisements to his blog. Now he's [experimenting with Twittering adverts](#) for perennial sponsor Seagate. He later [twittered](#) "I am just having a little fun getting a conversation about microblog advertising going". That may be so but it will be interesting to see how the community reacts a) to Scoble's move and b) the long-rumoured possibility of ads in Twitter feeds.

Robert Scoble minimize

## social media explorer

Home About Archives What Others Are Saying

### The Next MySpace Is ... MySpace

posted by Jason Falls in May 5th, 2008  
in Advertising & Marketing, Social Networking, Social Networking Sites

I have a bone to pick with my social media and marketing brethren. Stop making fun of people because they're on [MySpace](#). It's unbecoming and shows that you're so overwhelmed with your own smarts that you're stupid. It's the same smugness some Mac users generate despite the fact their beloved, intuitive machines account for a [whopping three percent](#) of the personal computer market. If they're so great, why don't more people get it?



According to [Comscore.com's numbers from February](#), MySpace accounts for 66 million monthly visitors and almost one billion visits. [Facebook](#) isn't too shabby, either, but at 28 million monthly visitors, it's less than half the exposure opportunity MySpace is. [According to USA Today](#), there are over 110 million registered users on MySpace, making it the equivalent to the 11<sup>th</sup> largest country in the world (bigger than Mexico, slightly smaller than Japan).

The problem is that those of us inside the bubble and hip to hardware, software and online trends grew tired of MySpace. When Facebook opened its doors to the general public, then started experimenting with social advertising models, we all got hot and bothered by the chic, clean, open API network. We left MySpace, or conveniently forgot

Subscribe To Social Media Explorer  
Get SME updates in your feed reader or email.

#### About

Jason Falls is a social media explorer for Doe-Anderson, a brand-building agency in Louisville, Ky., specializing in building brand enthusiasts. A public relations professional by trade and writer by craft, Falls is co-founder of the Social Media Club Louisville. This blog is his own, contains his opinions and observations and does not necessarily reflect those of Doe-Anderson or its clients.

Social Media Explorer TV



# Social Networks

facebook Profile edit Friends ▾ Inbox (4) ▾ home account privacy logout

Search

Applications edit

- Photos
- Groups
- Events
- Marketplace
- Top Friends
- Hug Me
- Find a Better Job
- more

Advertise on Facebook

**News Feed**

Anna Czaplá created the group I am an ex monster.

Frédéric Cognard joined the group Blogtrotters.

Lionel Laforge and Fernando Teixeira are now friends.

Philippe Nieuwbourg and Samantha Garnier are now friends.

Graeme Goulden misses the NW!

Vincent Battaglia joined the group "Réussir son site web en 60 fiches": le livre.

Michael Arrington posted a link.  
**CrunchGear » Archive » Morons film selves smoking up, return camera to store, are discovered by all**  
<http://www.crunchgear.com/2008/05/05/morons-film-s...>  
 My buddy Scott in Ohio bought a PureDigital Flip. It was in an open box - it had been returned but he figured he could ...  
 Add a comment | 1 comment

Vincent Battaglia and Kermit Belgium are now friends.

Yesterday

Patrick Amiel uploaded mobile photos.  
 Mobile Uploads  
 35 photos

Loic Le Meur was tagged in an album.  
 TouchGraph Photos  
 by Laure Poulquien

15 of your friends are attending Le Web 08 (formerly LeWeb3).  
 It's hosted by Loic and Geraldine Le Meur. So far 608 people have been invited. **Le Web**  
 Add to My Events

Vincent Battaglia posted a video.  
 Jonathan Lambert Fan de Antoine  
<http://fr.youtube.com/watch?v=...>

**Requests**

- 23 friend requests
- 2 event invitations
- 1 dope wars invitation
- 75 other requests

**Notifications**

- 3 new notifications

**Pokes**

You were poked by:

- Catherine Wendell poke back | remove
- Raphael Afaedor poke back | remove
- Stéphane THOREL poke back | remove
- Frederik Delobelle poke back | remove

**Status Updates** see all

What are you doing right now?

Vanessa Auge is worried for someone in Burma.. 22s ago

Stephane Langonnet is twittering: New blog post: Bonnie and Clyde lâche sa V2 <http://tinyurl.com/S78o8s>. 52s ago

Alexandre Bureau is twittering: enfin connecté à twihir!... il n'est jamais trop tard :D. 7m ago

**Birthdays** see all

Today  
 Guillaume Frat Mangin D'Ouince  
 Fred De Mai

myspace.com™ France Aide | Déconnexion

Membres Chercher powered by Google

Mon MySpace | Parcourir | Chercher | Inviter | Applications | Mail | Blog | Favoris | Forum | Groupes | Ecoles | MySpaceTV | Music

**Le meilleur de MySpace TV** Cliquez ici pour suggérer tes vidéos

- Cascade imprévue Angel Of Death HAS RETURNED
- Elle est pas belle ma caisse? Reinspeht
- Tetris en soufflant! HOW2D2
- Gros joujou Kevin

Musique Mobile Nuit Tutoriel  
 MySpaceTV Groupes Secret Shows M3B  
 Film Evénements Mode MySpace IM  
 INSCRIPTION Editeur Grand Ecran Applications

myspaceim download

Recherche tes amis sur MySpace

Vérifie tes contacts Gmail, Yahoo!, Hotmail et Email AOL et trouve-les sur MySpace!

Nouveaux membres

Petrus mehdi klibre07

Clip [+ de vidéos]

Alicia Keys - Teenage Love Affair  
 Regarde Teenage Love Affair le dernier clip de Alicia Keys sur MySpace!  
 » Regarde!

Liens commerciaux

MySpace Music [Aller sur MySpace Music ]

Victoria Rock / Pop / Acoustique France  
 Cette semaine, découvre en exclusivité l'intégralité de l'album de Victoria Petrosillo sur son profil MySpace!

MySpace Buzz !



# Multimedia sharing

The screenshot shows the YouTube homepage with the following elements:

- Header:** YouTube logo, "Broadcast Yourself™", and navigation tabs for Accueil, Vidéos, Chaînes, and Communauté.
- Search:** A search bar with "Vidéos" selected and a "Rechercher" button.
- Connexion:** A login section with fields for "Nom d'utilisateur" and "Mot de passe", and a "Connexion" button.
- Nouveautés:** A section titled "YouTube Mobile" with a green icon and text: "Regardez et envoyez des vidéos YouTube sur votre téléphone portable."
- Concours International Vancouver Film School/YouTube Plus que 8 jours!** A promotional banner for a film school contest.
- La sélection:** A list of featured videos with thumbnails and titles:
  - Mon quotidien:** "Film d'animation sur une journée quotidienne à Paris" by gaelleboischaud (475 views, 4.5 stars).
  - Votez pour moi sur http://gtridol.com/mattrach !:** "Merci de voter pour moi au QUITAR IDOL 2008! Je compte sur V (suite)" by mattrach (30502 views, 4.5 stars).
  - FODA É TRANSAR NA REDE:** "Um filme feito para o Festival do Minuto de 2008. O tema do festival é Comunidades da Inte (suite)" by danilobs (168361 views, 4.5 stars).

The screenshot shows the Flickr homepage with the following elements:

- Header:** Flickr logo and a "Sign In" link.
- Account Creation:** A "Create Your Account" button with the text "Only takes a moment with your Yahoo! ID".
- Main Text:** "Share your photos. Watch the world." with a search bar and a "SEARCH" button.
- Statistics:** "3,499 things uploaded in the last minute · 71,248 things tagged with [lump](#) · 2.5 million things [geotagged](#) this month · [Take the tour](#)".
- Actions:** "Share & stay in touch" and "Upload & organize" buttons.
- Advertisements:** An advertisement for a bottle of wine and two glasses.
- Bottom Section:** "Make stuff!" and "Explore..." buttons, and a "Take the Tour" button with a link to explore Flickr Blog, the World Map, Camera Finder, or interesting uploads.

The screenshot shows the Slideshare homepage with the following elements:

- Header:** Slideshare logo and navigation tabs for Home, My Slidespace, Upload, Community, Tags, and Widgets.
- Spotlight:** Two sections for "Republicans" and "Democrats" featuring various slideshows with view counts.
- Featured:** A section for "Pet Wisdom" and "Brand Design analyses".
- Events:** A section for "WebVisions" and "Brand Design analyses".
- Groups:** A section for "Brand Design analyses" and "Twitter".
- Right Sidebar:** A section for "Hello vaninadelabelle!" with a message and a "Find my friends" button.
- Bottom Right:** A section for "Slideshow of the Day" featuring "the abstract pointillist powerpoint toolkit" by anti-mega.com.



# Microblogging

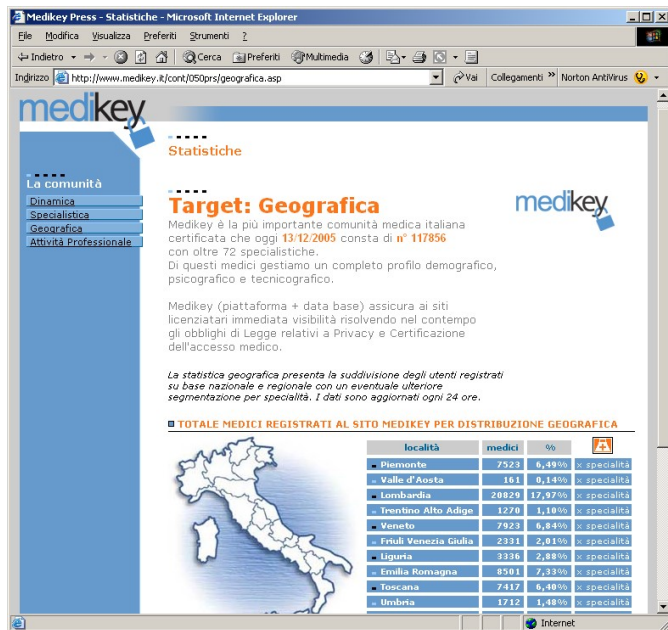
The screenshot shows the Seesmic web interface. At the top, there are navigation links for 'Post a video', 'Settings', and 'Search User'. The main content area is divided into a left sidebar with a list of recent posts (e.g., 'Re: Le café des entrepreneurs'), a central video player, and a right sidebar showing a user profile for 'Vanina Delobelle' and a list of 'Active Conversations'. The interface is dark-themed.

The screenshot shows a Twitter profile page for 'MonsterCareers'. The profile includes a bio: 'Bio Tweeting career advice and discussions'. A recent tweet is highlighted: '@pwb: It's possible that e-mail you received was fraud. You can report it here: <http://my.monster.com/Terms...> 41 minutes ago from web in reply to pwb'. The right sidebar shows statistics: 161 Following, 238 Followers, and 271 Updates. The interface is light-themed with a teal header.



# Social Network for professional healthcare

In Italia esistono due comunità internet in ambito healthcare.



**Target: Geografica**

Medikey è la più importante comunità medica italiana certificata che oggi **13/12/2005** consta di n° **117856** con oltre 72 specialistiche. Di questi medici gestiamo un completo profilo demografico, psicografico e tecnografico.

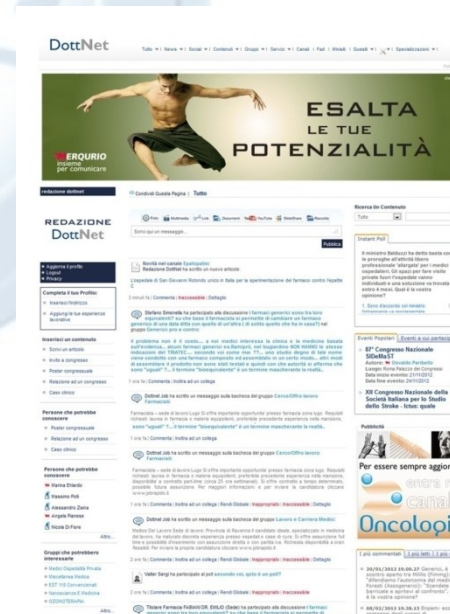
Medikey (piattaforma + data base) assicura ai siti licenziatari immediata visibilità risolvendo nel contempo gli obblighi di Legge relativi a Privacy e Certificazione dell'accesso medico.

La statistica geografica presenta la suddivisione degli utenti registrati su base nazionale e regionale con un eventuale ulteriore segmentazione per specialità. I dati sono aggiornati ogni 24 ore.

località	medici	%	specialità
Piemonte	7523	6,49%	specialità
Valle d'Aosta	161	0,14%	specialità
Lombardia	20820	17,67%	specialità
Trentino Alto Adige	1270	1,10%	specialità
Veneto	7923	6,84%	specialità
Friuli Venezia Giulia	2331	2,01%	specialità
Liguria	3336	2,88%	specialità
Emilia Romagna	8501	7,33%	specialità
Toscana	7417	6,40%	specialità
Umbria	1712	1,48%	specialità

Medikey by EDRA è la comunità online degli operatori sanitari che raccoglie oltre 140.000 medici, distribuiti su tutto il territorio nazionale e di tutte le specialità

DottNet by Mercurio is the first social network built and totally dedicated to physicians, pharmacists and managers of the pharmaceutical industry and experiences.



**ERQUIRO** per comunicare

## ESALTA LE TUE POTENZIALITÀ

REDAZIONE DottNet

Per essere sempre aggiornati sul canale Oncologia





# Come e perchè organizzare una Social Media Strategy ?







With or without you...

## ...the web conversations will happen !

- For a better control of your brand, you must participate in the conversations
- Once you trigger a conversation, you should not leave it



# Come sfruttare i social network?

Si deve essere presenti e creare discussione sul tema di nostro interesse.

**Se necessario si può mettere in atto una strategia aggressiva di comunicazione integrata ovvero**

1. forzare la mano per **innescare discussioni** in Rete
2. mettere in atto un'**attività virale** nei vari social network.





## Innescare le discussioni in rete

Duplica **azione attiva** all'interno dei social network:

1. *corsara*, con una decina di **identità virtuali anonime**
2. *istituzionale*, con un **moderatore reale** (Facebook)

Le **identità virtuali anonime** posteranno in vari social network e nei gruppi di discussione storie e di domande come fossero utenti del mondo reale

Attività **limitata nel tempo**: effetto “miccia” per far deflagrare le discussioni

Il **moderatore** è una figura istituzionale che ha l'obiettivo di suscitare la partecipazione degli utenti ad una serie di **sondaggi decadali**, per poi far circolare i risultati del sondaggio anche all'esterno di Facebook



# Attività virale

Per trasformarsi in fenomeno social è necessario ***sporcare*** la **comunicazione istituzionale** con il linguaggio della rete

**Azione forte su Youtube**, creando un personaggio o creando un mood .

La campagna web **entrerà poi nel mondo reale**, ad esempio inviando gratuitamente a chi visualizzerà i video (e lo richiederà) un gadget





# Rischi di una SN strategy



## Perdita di controllo!



*“It is not the strongest species that survives nor the most intelligent but the one that is most adaptable to change.”*

*Charles Darwin*



# SMWi

ROME

AN INDEPENDENT

SOCIAL  
MEDIA  
WEEK

a division of Fiera Milano Media

business i

business  
international

The Executive Network

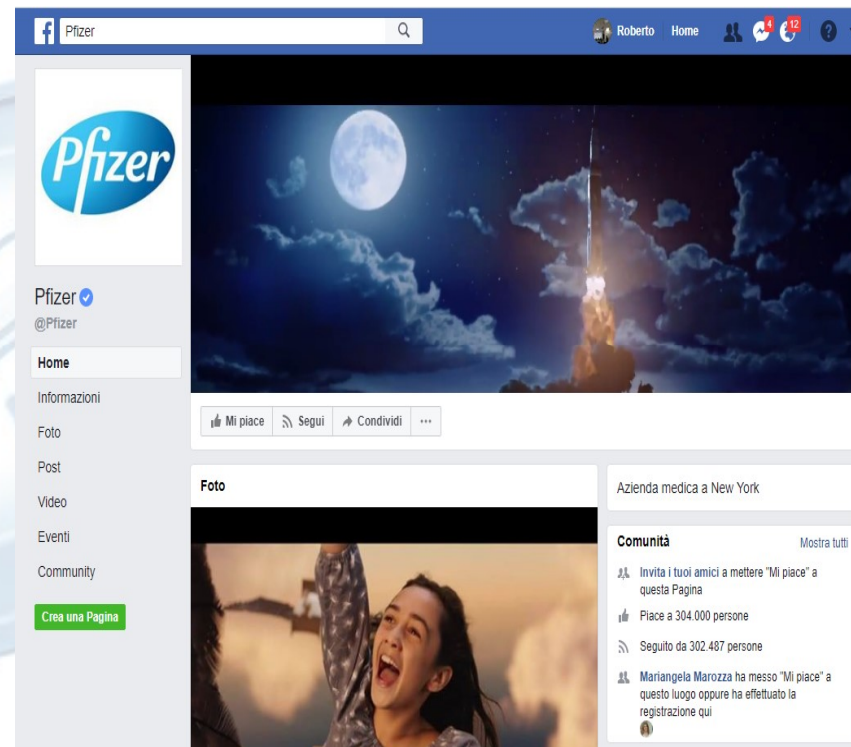


**HOW PREDICTABLE IS MARKETING?**

#SMWRME

roberto.adrower @speaker











The Executive Network

# DIGITAL HEALTH MARKETING PLUS

Facebook page for Welcome Pharma Baddi (H.P.). The cover photo features the text "WELCOME PHARMA BADDI (H.P.)" and "info.welcomepharma@gmail.com". The page includes a navigation menu on the left with options like Home, Informazioni, Post, Foto, and Community. A post from Welcome Pharma is visible, dated 9 settembre.

Facebook page for Alfa Intes Industria Terapeutica Splendore. The cover photo shows a close-up of a person's eye with a futuristic, digital overlay. The page includes a navigation menu on the left with options like Home, Post, Recensioni, Foto, Informazioni, and Community. A post from Alfa Intes Industria Terapeutica Splendore is visible, dated 5 ottobre.



# DIGITAL HEALTH MARKETING PLUS

The screenshot shows a LinkedIn interface. At the top, there's a navigation bar with icons for Home, Search, My Network, Jobs, Messaging, Notifications (with a red '3'), Me, Learning, Try Premium for Free, and Work. Below the navigation bar, there's an advertisement: "Employee Training Is Hard - Make it easier and faster with Step-by-Step digital tutorials. Ad ...".

The main content area features a profile card for Pamela Serena Nerattini on the left. The card includes her profile picture, name "Pamela Serena Nerattini", title "Digital Marketing | Events", "374 Followers", a "+ Follow" button, and a "View full profile" link.

To the right of the profile card is a post by Pamela Serena Nerattini, dated "3w" and marked as "Edited". The post text reads: "Clinics, hospitals, studios definitely need a marketing plan to face the concurrency". Below the text is a large image with a teal background and white icons representing various healthcare and medical concepts (e.g., pills, stethoscopes, syringes, ambulances). Underneath the image is the title "8 Things to Include in Every Healthcare Marketing Plan" and the source "smartbugmedia.com". The post has "1 Like" and options to "Like", "Comment", and "Share".

On the far right of the screenshot, there's another advertisement for "AXA Research Fund" featuring a person wearing a face mask and riding a bicycle. The ad includes the AXA logo and the text "AXA Research Fund Through Research, Protection" and a "Scopri di più" button.

At the bottom of the screenshot, there's a "Messaging" button and a settings icon.

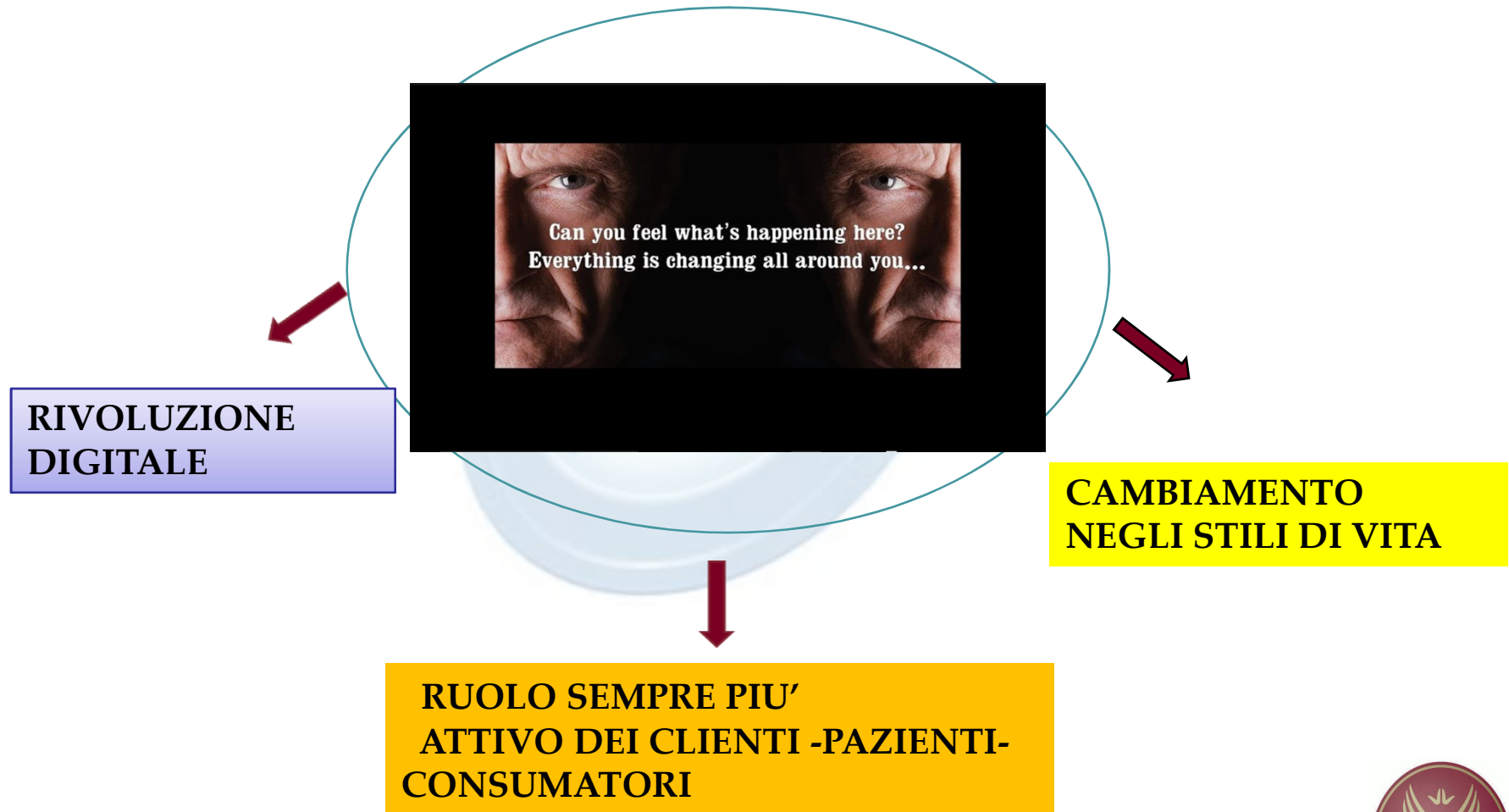
## le sfide attuali



- Invecchiamento popolazione
- Rallentamento del mercato interno
- Scadenze brevettuali
- L'aumento dei costo della Ricerca e dello Sviluppo dei medicinali
- Spostamento della domanda mondiale verso i Paesi emergenti
- Crisi finanziaria ed economica
- Spending review e tagli sanità pubblica
- Farmaci individualizzati
- Nuovi modelli di comunicazione



# MEGATREND



# 2030 not product but services



[Agenda](#) [Initiatives](#) [Reports](#) [Events](#) [About](#)

[TopLink login](#)



[Global Agenda](#) | [Fourth Industrial Revolution](#) | [Values](#)

## Welcome to 2030. I own nothing, have no privacy, and life has never been better



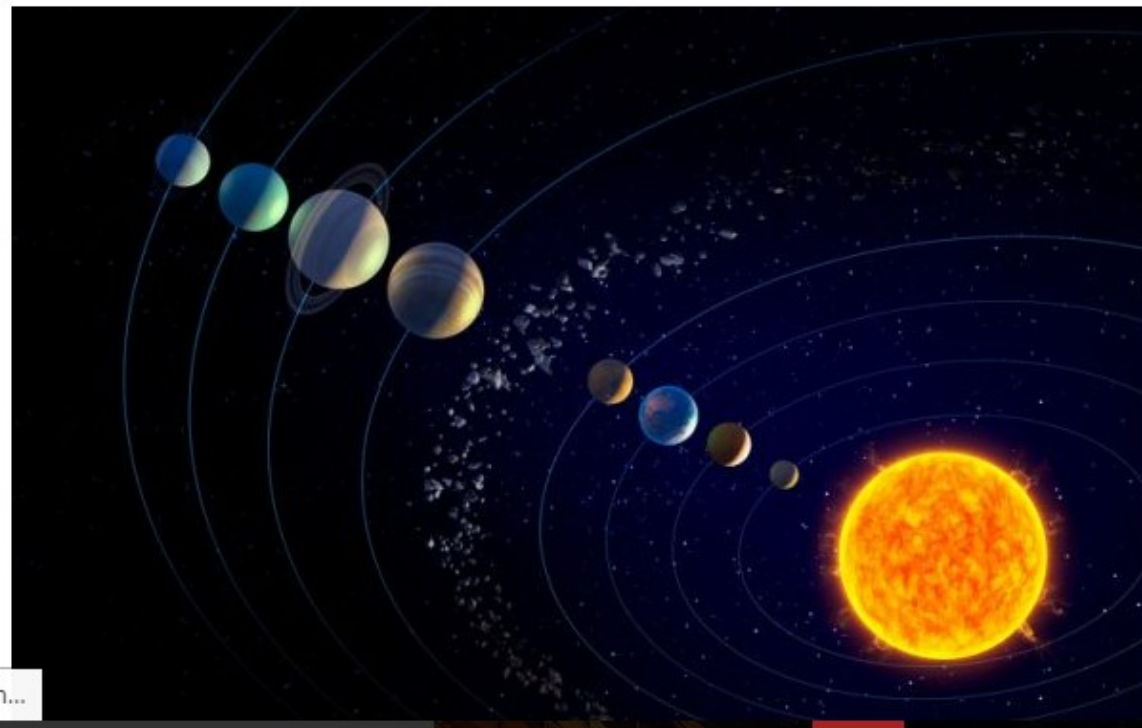
MEDCITIZENS

# Healthcare urgently needs a Copernican Revolution

By STEVE SCHUTZER M.D., JOHN GRADY-BENSON M.D., BARRY LIBERT, MEGAN BECK.

5 Comments / Apr 2, 2017 at 7:38 PM

821  
SHARES



GOT NEWS? SEND US

MedCity >> Inbo

Get the latest industry news in our daily newsletter.

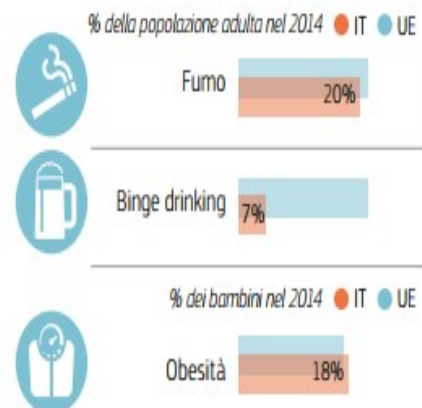
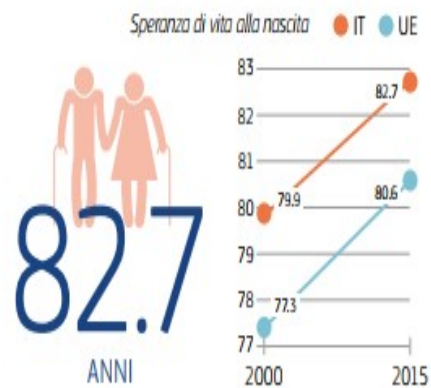
Your email address

FROM THE MED



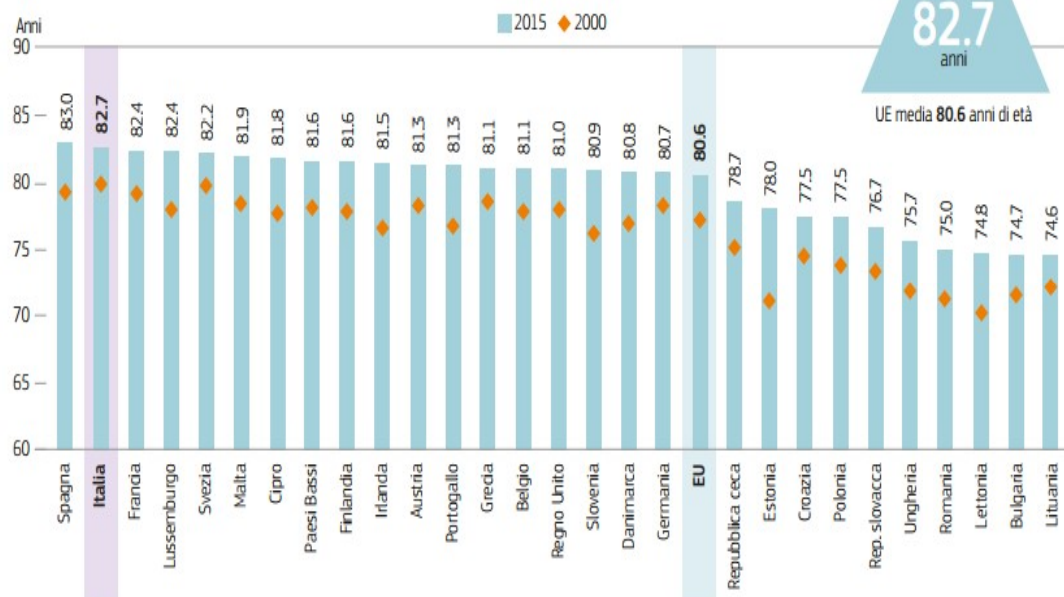
Medt  
medi





alla nascita di quattro anni superiore rispetto a chi non ha completato l'istruzione secondaria<sup>1</sup>.

Grafico 1. Speranza di vita alla nascita: l'Italia è due anni sopra la media UE



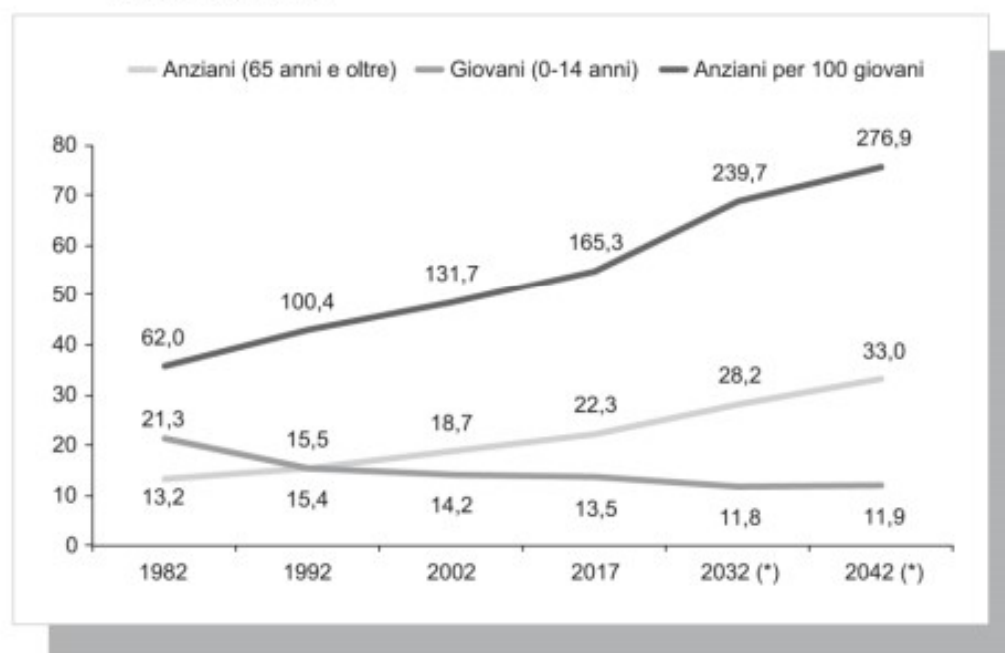
Fonte: Banca dati di Eurostat.





# ANDIAMO VERSO UN INVECCHIAMENTO DELLA POPOLAZIONE CHE PORTA AD APPROCCI COMUNICATIVI DIVERSI

Fig. 17 - Andamento della popolazione anziana (65 anni e oltre) e giovane (0-14 anni) in Italia, 1982-2042 (\*) (val. %)



(\*) In relazione agli anni 2032 e 2042, previsioni della popolazione Istat, scenario mediano

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat



# SMWi

## ROME

AN INDEPENDENT

**SOCIAL  
MEDIA  
WEEK**

the guardian  
a division of Fiera Milano Media  
business international

UK world sport football opinion culture business lifestyle fashion environment tech travel

home

**Healthcare Network** Technology could redefine the doctor-patient relationship  
Richard Vize

Artificial intelligence is already making inroads into the NHS and could have profound effects on the medical workforce

452 147  
Saturday 11 March 2017 09:11 GMT

Welcome to the Guardian. This site uses cookies. [Read our policy.](#)

business international

The Executive Network



### Farmacia 4.0

### Poliambulanza BS



#SMWRME

roberto.adrower@speaker

## “Con la salute non si scherza”

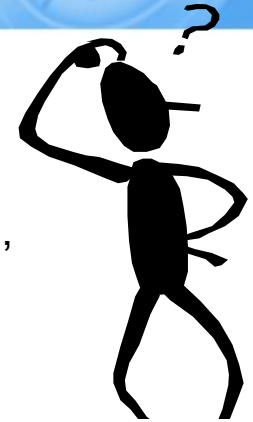
-Un tizio di cultura modesta , ricoverato da due giorni in ospedale per accertamenti, trasportato da un reparto all'altro e sottoposto a molteplici esami, non ricevendo informazioni è preoccupato. Quindi animatosi di coraggio, si avvicina ad un camice bianco di turno e timidamente chiede “Scusi dottore che cosa ho?” Il medico consulta la cartella clinica , lo guarda e risponde :

“Il quadro ora sembra chiaro. Sono franco, si tratta di carcinoma della testa del pancreas con ittero e dispepsia da compressione del coledoco”

Il paziente resta incantato ma un attimo dopo ribatte



**Grazie Franco,  
ma io  
vorrei sapere che  
cosa ho?**



# In Farmacia : si parla di problemi CV

Dottoressa ho un dolore al petto che devo fare ?

.....Ma dove di preciso allo STERNO ?

**NOOO!!!!**  
**.....all'Interno**

26/04/2018

Roberto Adrower - Bee-BIP&Co

sas





**GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE  
NE!**



ROME

The Executive Network

AN INDEPENDENT SOCIAL MEDIA WEEK

DIGITAL COACH



Counselling



## COUNSELING



## COACHING

**il counselling è un processo che, attraverso il dialogo e l'interazione, aiuta le persone a risolvere e gestire problemi e a prendere decisioni**



**Processo di sviluppo delle capacità, risorse e competenze di una persona gestito da un professionista qualificato (coach) che punta a far raggiungere determinati obiettivi al suo assistito**





“...Sono il signor Wolf,  
risolvo problemi...  
(Quentin Tarantino  
Pulp fiction 1994)”





# Come cambia lo scenario



# Come cambia lo scenario

Forbes LOG IN

**UNDERCOVER MENTORS**

PRESENTED BY

0:17 / 4:25

YOUR READING LIST



The CVS-Aetna Merger Is A Mortal Threat To U.S. Hospitals



Grads of LifeVoice: What You Should Know About California's New "Ban the Box" Law



Could Your Hair Dresser Save Your Life?



Is Cheese Really Good For The Heart Now?

## Pharma & Healthcare / #BigBusiness

**eyeforpharma Barcelona 2018** March 13-15th eye forpharma

**Johnson & Johnson**  
WorldWide Chairman, Pharmaceuticals

**Bayer Pharmaceuticals**  
Executive Vice President and Chief Marketing Officer

**TEVA Global Specialty Medicines**  
CEO & President

**Takeda**  
President, Europe and Canada Business Unit

DEC 5, 2017 @ 08:00 AM 16,936 EDITOR'S PICK

The Little Black Book of Billionaire Secrets

## The CVS-Aetna Merger Is A Mortal Threat To U.S. Hospitals



**Bruce Japsen**, CONTRIBUTOR

I write about healthcare business and policy [FULL BIO](#)

Opinions expressed by Forbes Contributors are their own.

### TWEET THIS

- "What they lack is the element of convenience and coordination," CVS CEO Larry Merlo said of healthcare consumers
- services CVS provides now and in the future will be to the detriment of the nation's large hospital operators



Ad closed by Google

Stop seeing this ad

Why this ad?





### 1° Regola per la Mente

La tua mente può migliorare la tua vita. Grazie a questo esercizio. Guarda questo video. [personechepossono.com](http://personechepossono.com)



### Primo cibo che danneggia - l'intestino

È la causa di diarrea e malattie intestinali [consigliFloraintestinale.com](http://consigliFloraintestinale.com)



#### INNOVAZIONE

## In USA arriva la prima pillola digitale: quando viene ingerita manda segnali a una App

Medici e famigliari possono controllare a distanza se il paziente ha preso il farmaco





**adnkronos**  
**salute**

○ 5 dicembre 2017

○ NUMERO 191 | ○ ANNO 11

# Pharma *kronos*

QUOTIDIANO D'INFORMAZIONE FARMACEUTICA

## Gavi, 85 mln dollari per proteggere mln di bimbi da febbre tifoide

Grazie all'approvazione da parte del consiglio di amministrazione di Gavi (Alleanza dei vaccini) di un piano da 85 milioni di dollari per il 2019-2020 per il supporto ai vaccini contro la febbre tifoide, milioni di bambini nei paesi più poveri saranno presto protetti da questa malattia. "La febbre tifoide, che colpisce interi paesi, comunità e famiglie, rappresenta una grave

## Gb, al via inchiesta Parlamento su conseguenze Brexit Ogni mese 45 mln confezioni verso l'Ue e 37 mln fanno viaggio inverso

La Brexit e il trasferimento dell'Agenzia europea dei medicinali (Ema) da Londra ad Amsterdam potrebbero influire negativamente sul costo dei farmaci, sugli investimenti industriali e sull'accesso alle cure nel Regno Unito. A lanciare l'allarme Rachel Reeves, a capo del Business, Energy and Industrial Strategy (Beis) Committee del Parlamento Uk, che esaminerà in un'apposita inchiesta il 'prezzo' dell'uscita del Paese dall'Unione europea in questo settore. "Ci sono serie preoccupazioni sul futuro a livello di norme per il mutuo riconoscimento delle nuove terapie e sulla catena

di approvvigionamento dei medicinali", ha detto Reeves. Il comitato parlamentare sentirà le voci di tutti gli attori coinvolti: industrie, pazienti, associazioni commerciali e legislatori. "Le evidenze - aggiunge la deputata - mostrano che ogni mese 45 milioni di confezioni di farmaci vanno dalla Gran Bretagna all'Europa e 37 milioni di confezioni fanno il viaggio inverso. Un intero sistema sarà messo alla prova e c'è urgente necessità di una normativa farmaceutica e commerciale che metta al sicuro i pazienti di tutta Europa".

*Barbara Di Chiara*



# Virtual market



<https://youtu.be/hJqIplIR3nl>



# L'uso dei QR code per fare la spesa potrà avere impatti anche nell'Healthcare?



06/07/2015

Roberto Adrower Bee-BIP& Co  
sas



Innovazione



Talento + Tecnologia





Healthcare Artificial Intelligence Market size was over USD 750 million in 2016 and





**Mashable Tests**  
Notion that 'Pivot to Video' Leads to Digital-Media Riches



**White Castle**  
Brings Its Sliders to China



**KEYWORDS**  
Should U.S. Companies Be Required to ...



**China-Backed Firm**  
Reaches Deal to Buy Apple Supplier



**German Manufacture**  
Defense Chinese



BUSINESS

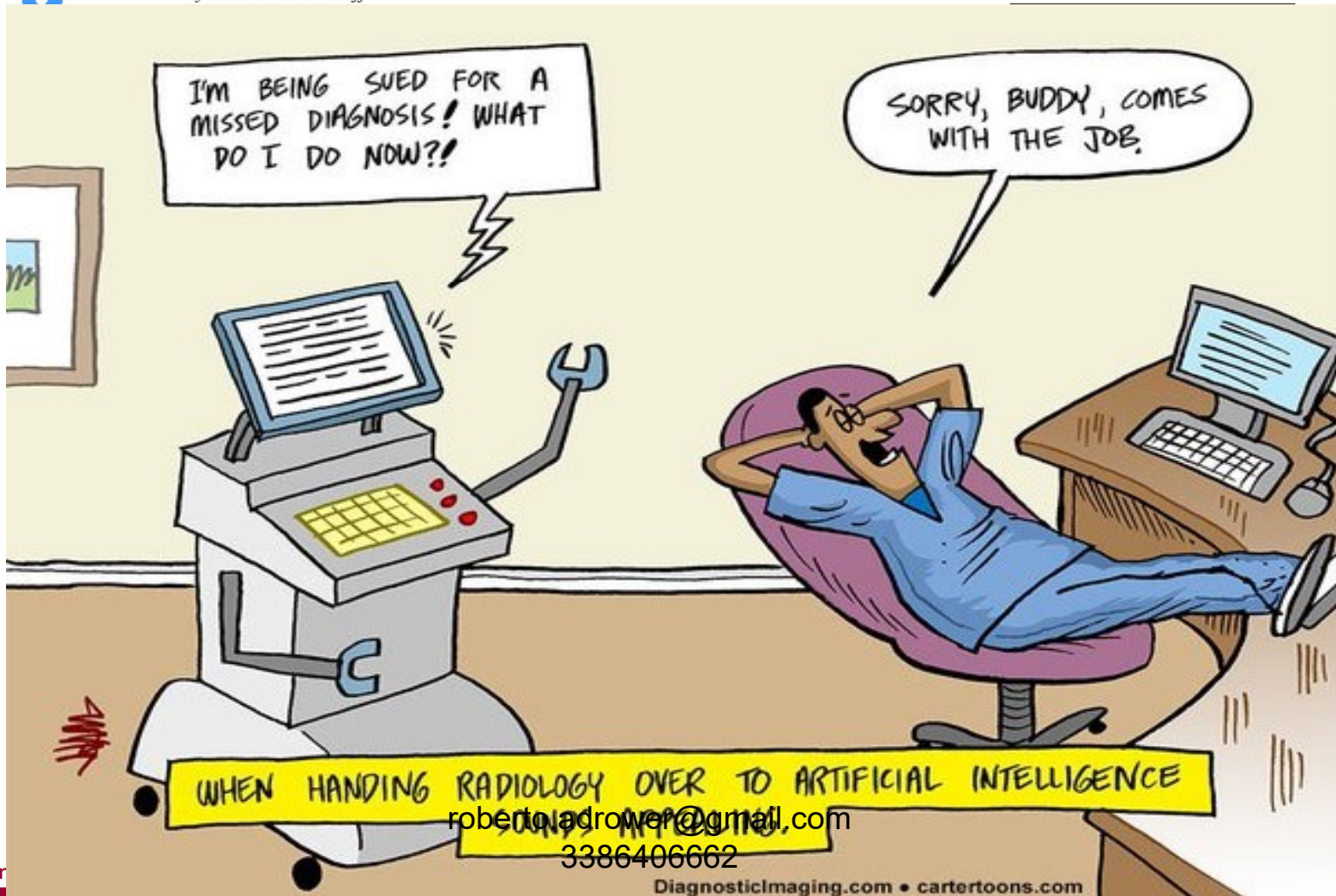
## Robots vs. Anesthesiologists



J&J's New Sedation Machine Promises Cheaper Colonoscopies; Doctors Fight Back



By Jonathan D. Rockoff

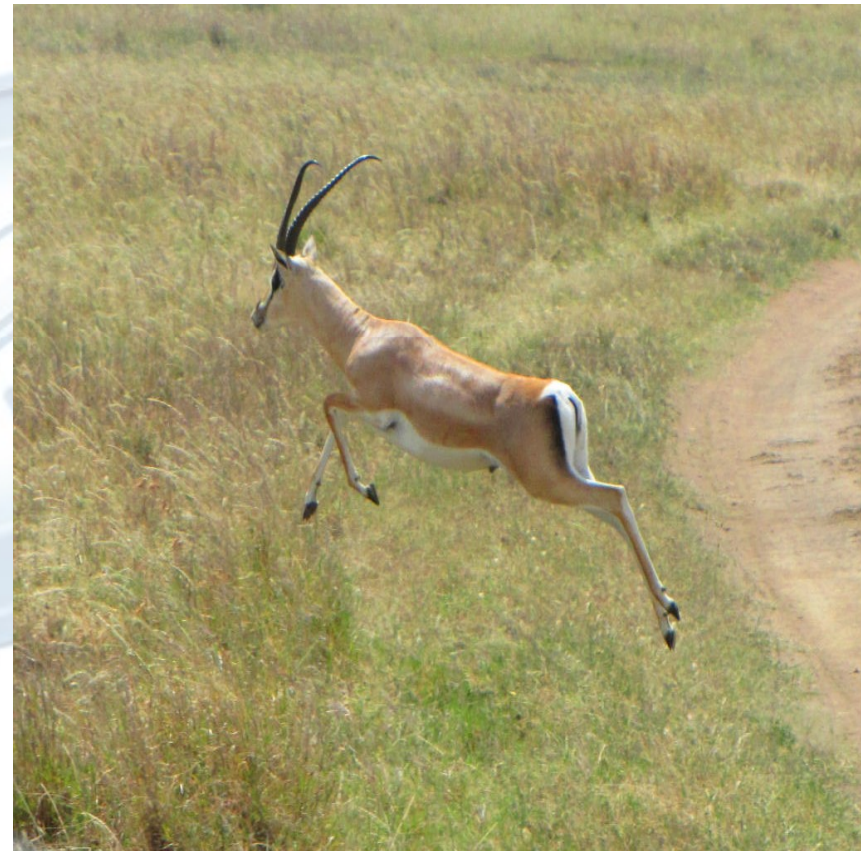




A video player interface. The main content is a title card with a white background and a circuit board pattern. The text 'THE DIGITAL WORLD' is written in large, bold, pink 3D letters. Below it, a white banner contains the text 'HOW INTERCONNECTED ARE WE IN 2017?' in orange. The video player has a dark grey border with various controls and text elements: '926 &lt;' at the top right, '(2 minut' on the right side, '+', 'erca', 'vizi C', and 'Ultima att' on the left side.



# Differenza tra aziende Healthcare e start up



# Il passaggio dalla tradizione al digitale

Dal marchio al supporto terapeutico ai percorsi assistenziali



# Il mix tra Brand e Valore nel retail farmaceutico ?

## Brand e valore

Settore	Percentuale tangibili	Percentuale brand	Percentuale altri intangibili	Totale
Utilities	70	0	30	100
Industriale	70	5	25	100
Farmaceutico	40	10	50	100
Retail	70	15	15	100
Info-tech	30	20	50	100
Automobilistico	50	30	20	100
Servizi finanziari	20	30	50	100
Alimentare	40	55	5	100
Beni di lusso	25	70	5	100

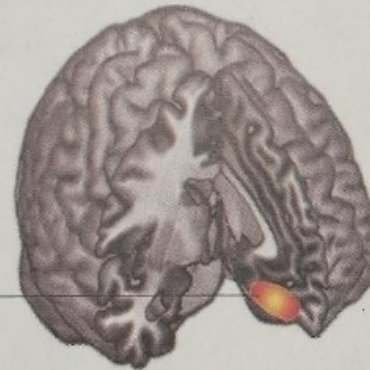
Fonte: Interbrand, 2003

roberto.adrower@gmail.com  
3386406662



## PIACE PIU PEPSI O COCA-COLA?

La risposta sembra scontata, ma non lo è



### ASSAGGIO ALLA CIECA

Uno studio condotto dal Baylor College of Medicine di Houston, negli Stati Uniti, ha provato che tra Pepsi e Coca-Cola, nell'assaggio alla cieca, vince la Pepsi: stimola di più l'area del cervello che ha a che fare con la piacevolezza del gusto.



### QUANDO SI BEVE DALLA LATTINA

Se invece si beve dalla lattina con il marchio in vista, la palma della vittoria va alla Coca-Cola. Si accendono però regioni cerebrali diverse, per lo più quelle della memoria e della ricompensa. È la prova scientifica che insieme ai prodotti "consumiamo" i marchi.



# Il caso Sop Otc

**Tab. 3 - Aspetti della cultura sociale collettiva nel rapporto con il farmaco da banco**  
(val %)

<i>In caso di piccoli disturbi e ricorso a farmaci senza obbligo di ricetta medica Lei:</i>	Totale
La prima volta che prende un farmaco senza obbligo di ricetta si rivolge a medico e/o farmacista	70,4
Di solito legge il foglietto illustrativo	83,1
Di solito il foglietto illustrativo Lei lo trova facilmente leggibile e comprensibile	68,4
Dopo preso il farmaco per qualche giorno se il piccolo disturbo non passa Lei si rivolge al medico	88,5
Dopo preso il farmaco per qualche giorno se il piccolo disturbo non passa Lei si rivolge al farmacista	36,2

Il totale non è uguale a 100,0 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2017





# Il caso Sop Otc

**Tab. 4 - Conoscenza del significato del simbolo che contraddistingue i farmaci senza obbligo di ricetta (val %)**

<i>Lei ricorda di aver visto il bollino che contraddistingue i farmaci senza obbligo di ricetta? Sa cosa vuole comunicare tale simbolo?</i>	Totale
<i>Sì, ricorda di aver visto il bollino rosso che sorride e che riporta la scritta "Farmaco senza obbligo di ricetta"</i>	62,3
- E' un farmaco senza obbligo di ricetta medica, distinto da quelli con obbligo di prescrizione medica	68,3
- E' un farmaco sicuro/controllato	64,7
- E' un farmaco che può prendere da solo, facendosi consigliare da medico/farmacista in caso di dubbi, particolari esigenze	62,8
- E' un farmaco, non un prodotto di consumo qualunque	61,7

Il totale non è uguale a 100,0 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2017





Oggi mi sentivo  
poco bene e ho  
cercato i sintomi  
su internet...  
secondo Google  
sono morto l'anno  
scorso.



# Il caso Sop Otc

**Tab. 5 - Fonti di informazioni in caso di piccoli disturbi, per area geografica (val %)**

*In caso di piccoli disturbi/ malesseri, dove prende le informazioni per capire cosa fare?*

	Totale
<b>Esperti</b>	<b>79,4</b>
Medico di medicina generale	53,5
Farmacista	32,2
Medico specialista	17,7
<b>Web</b>	<b>28,4</b>
Siti Internet (siti sulla salute, scientifici, ecc.)	17,0
Siti Internet istituzionali come sito Ministero della salute, Istituto superiore di sanità, degli assessorati alla sanità delle Regioni, delle ASL, ecc.)	6,0
“Semplicemente Salute”	5,6
Social media /social network (Facebook, forum, blog, chat, ecc.)	2,4
<b>Media cartacei</b>	<b>4,2</b>
Pubblicazioni, riviste specializzate	2,5
Quotidiani con inserti salute	1,8
<b>Tv e/o radio</b>	<b>3,0</b>
Televisione	2,8
Radio	0,3
<b>Reti informali</b>	<b>17,2</b>
Familiari, parenti, amici, vicini, colleghi di lavoro	16,7
Associazioni dei pazienti	0,6



### PHARMACY OF MILLENNIALS: Challenges in Today's Pharmacy

Post By: admin Date: March 15, 2016 Category: pharmacy  
Tags: community pharmacy, independent pharmacy, millennials, pharmacy chain, Pharmacy Consultant, pharmacy design, Pharmacy Entrepreneur, pharmacy sales



**90%**  
of 18-24 year olds  
would trust medical  
information shared  
on social media





# A Digital Europe needs Digital Skills

@DigitalSkillsEU #DigitalSkills #DSJCoalition



## Young People

Nearly all young people are online but they need to be prepared for their digital future



95% of the 16-24 year olds in the EU are regular internet users

### Education has to adapt to the digital era

Less than half of children are in schools that are highly digitally-equipped



Only 10-25% of school children are taught by digitally confident & supportive teachers



Curricula need to be redesigned to integrate digital skills & learning



### We need to raise the number of students in ICT – especially women

The number of ICT graduates has decreased by 13% between 2006 & 2013



There are twice as many male as female graduates in STEM (science, technology & mathematics)

Students in all domains need to be educated in digital skills, not just those who choose an ICT career



## Working Age People

### Digital technologies create new jobs



There is rising demand for ICT professionals. These jobs are in all sectors of the economy



Every job in ICT creates 3 more jobs elsewhere in the economy



With high unemployment in Europe, these jobs are sorely needed.

### The whole workforce needs to be digitally trained

33% of the EU workforce have low or no digital skills



15% of the workforce in the EU has never used the internet

The lack of graduates in ICT is leading to a gap estimated at 825 000 unfilled jobs by 2020



### Provide training & support for the unemployed towards a career in digital domains

online learning



Coding clubs



apprenticeships



## Older People

### Everybody needs to go digital

By 2060 one in three Europeans will be over 65 years old



55% of the older population in the EU has never used the internet.

Services are increasingly designed as digital by default. The need for public services is particularly strong amongst the older population but only 23% access them online



### We need to raise awareness of the benefits of going digital

The most common reasons for not going online are

- lack of interest
- lack of skills
- cost factors



Provide support to older people to get online & develop digital skills

Use innovative solutions e.g. training with younger people online



Digital services should be accessible to everyone

Older people have disabilities to a greater extent than others



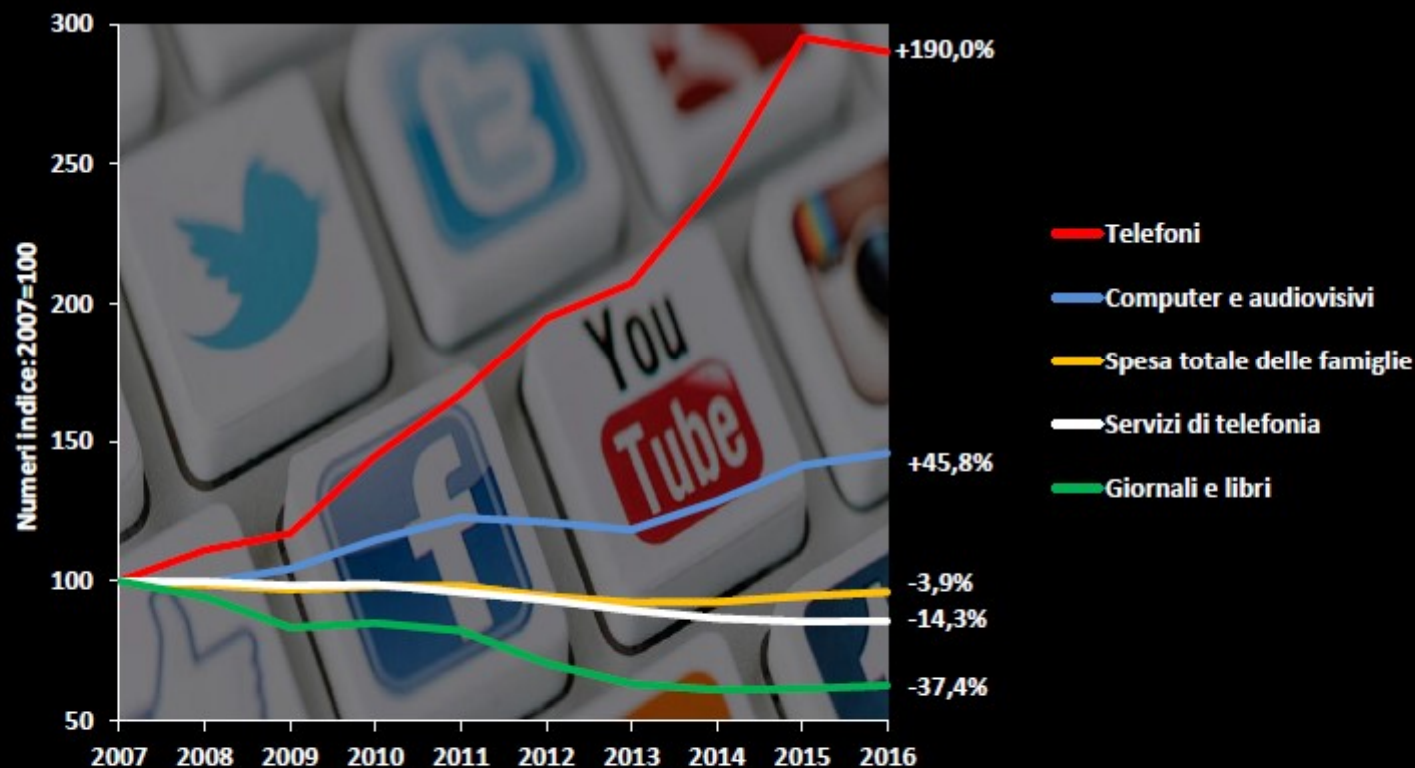
This acts as a barrier to technology use

Attiv



# La dinamica anticiclica dei consumi digitali

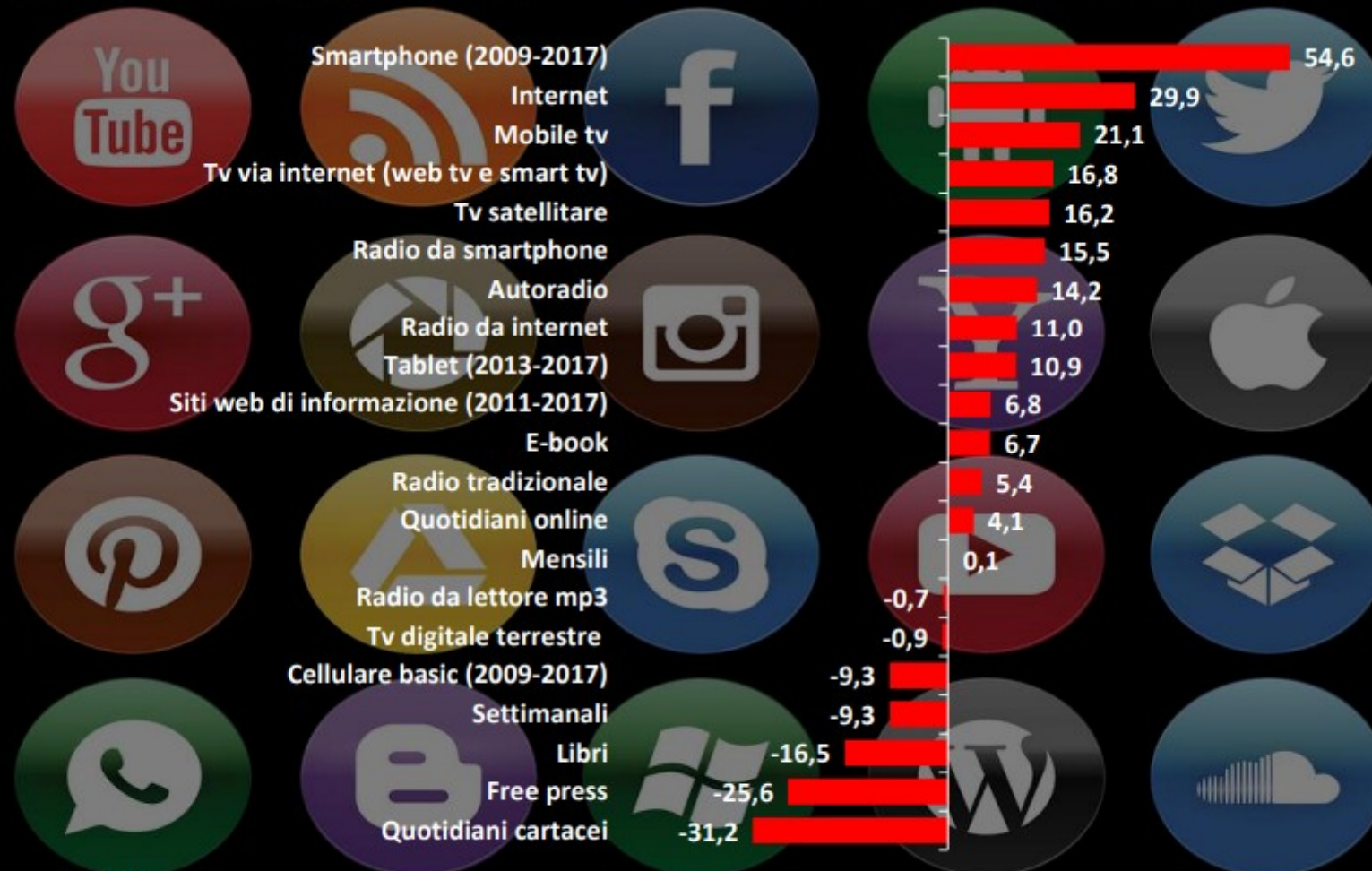
## Andamento della spesa delle famiglie



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

# L'evoluzione del consumo dei media | 7

**Il borsino dei media:** chi sale e chi scende negli ultimi dieci anni



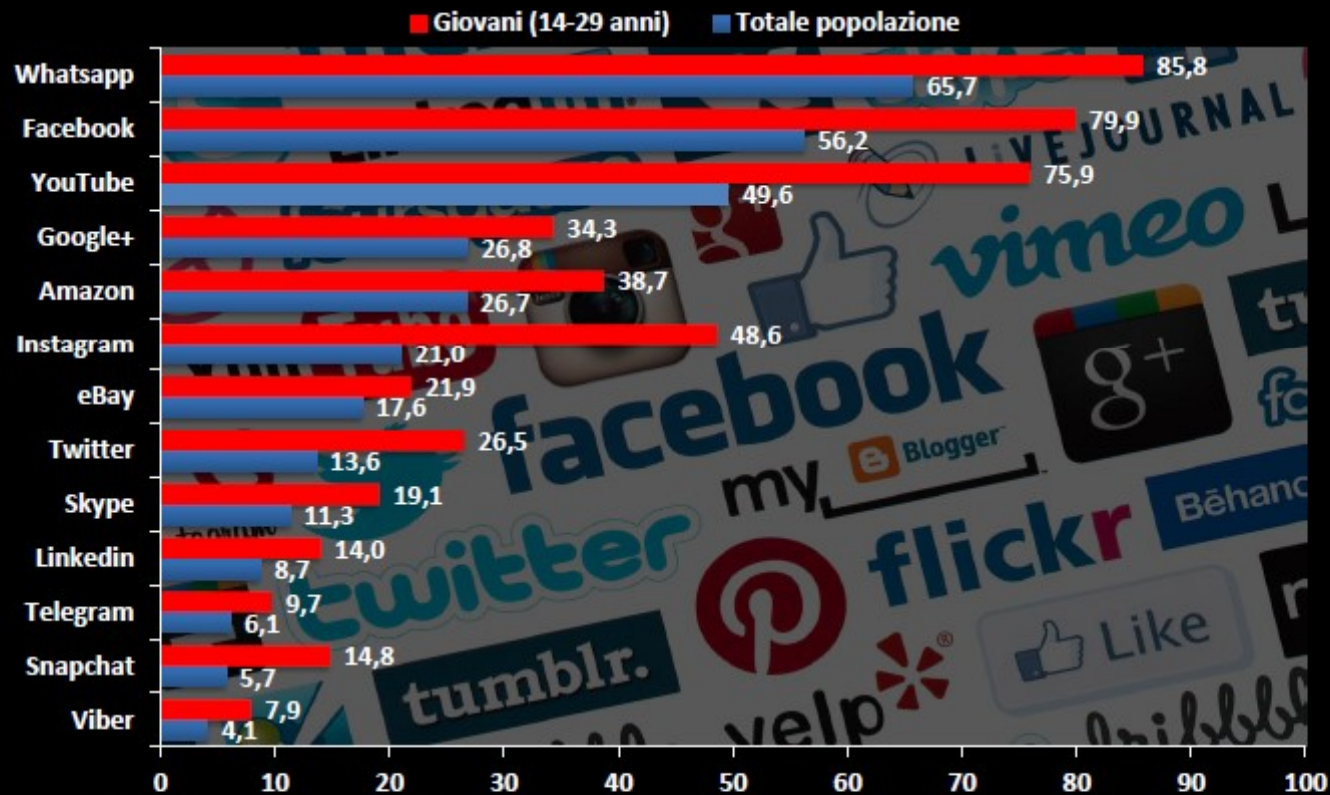
Valori %, differenza 2007-2017.

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.



# L'evoluzione del consumo dei media | 8

**I social network:** WhatsApp, Facebook, YouTube i preferiti, Instagram in due anni raddoppia l'utenza



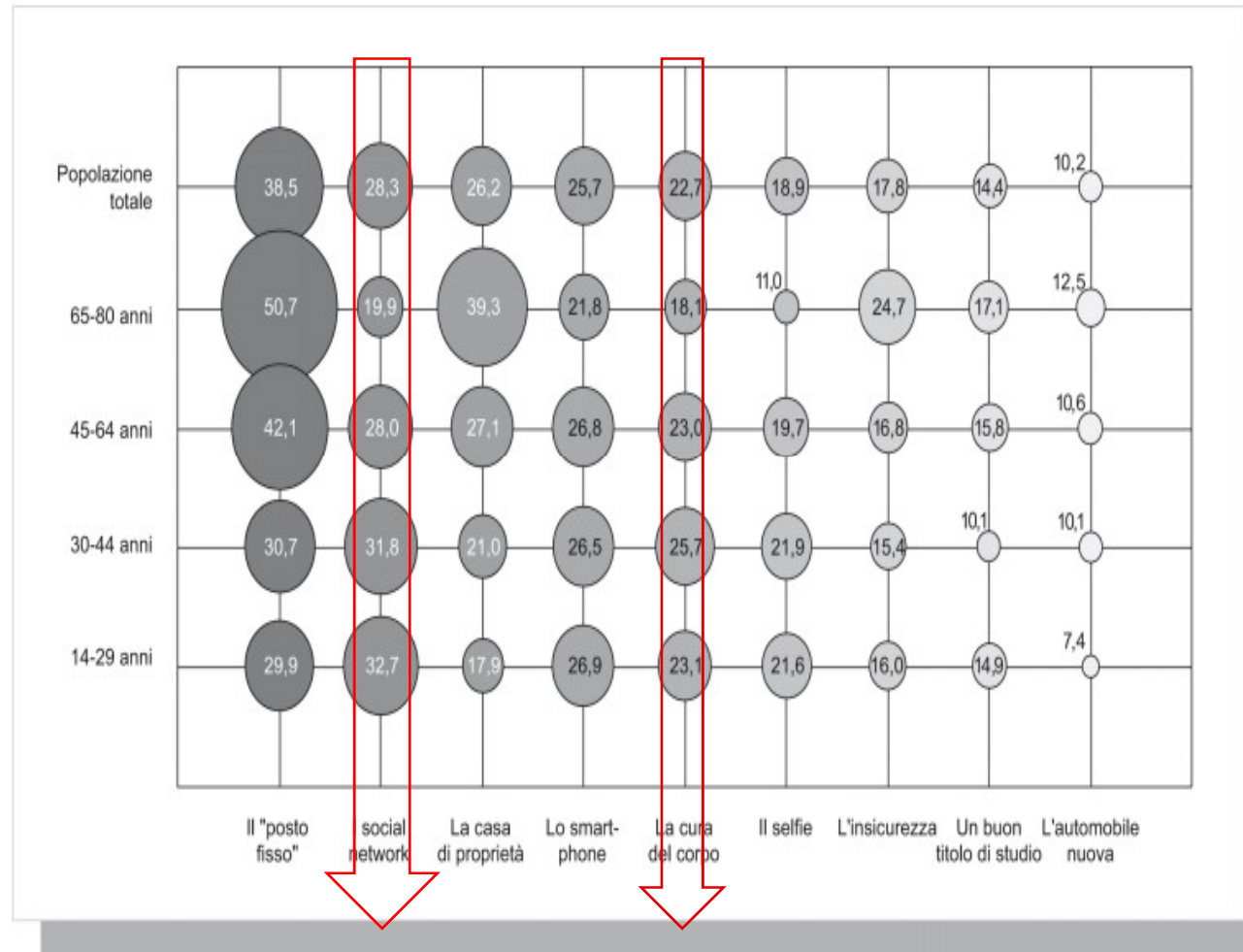
Valori %.

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagine Censis, 2017



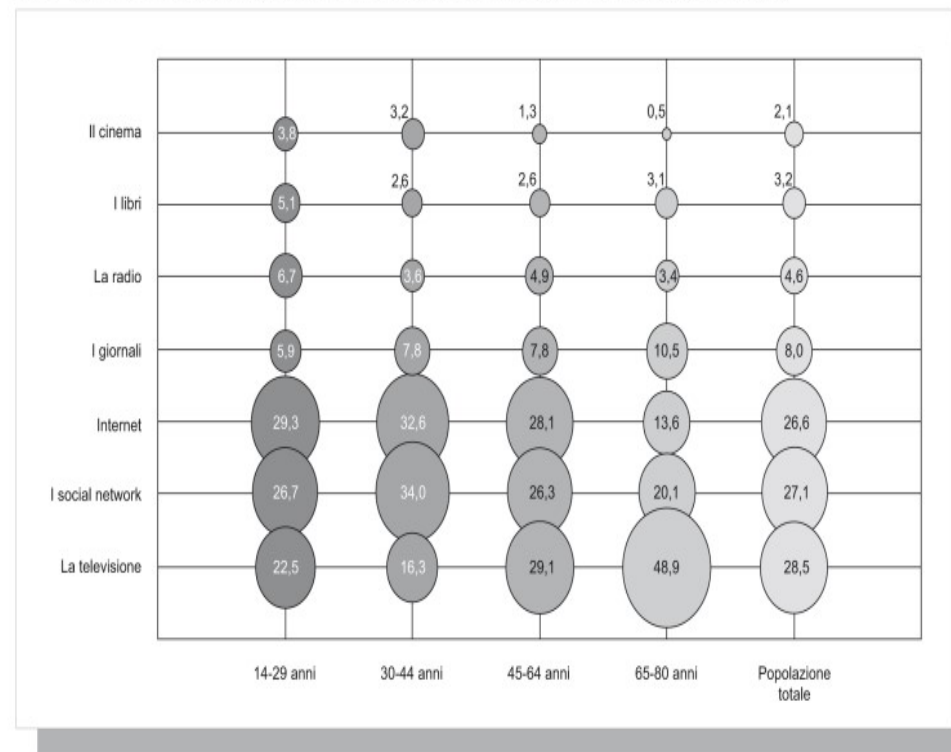
Fig. 25 - Fattori ritenuti centrali nell'immaginario collettivo della società di oggi, per età (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2017



Fig. 26 - I media che esercitano la maggiore influenza sui fattori centrali nell'immaginario collettivo di oggi, per età (val. %)



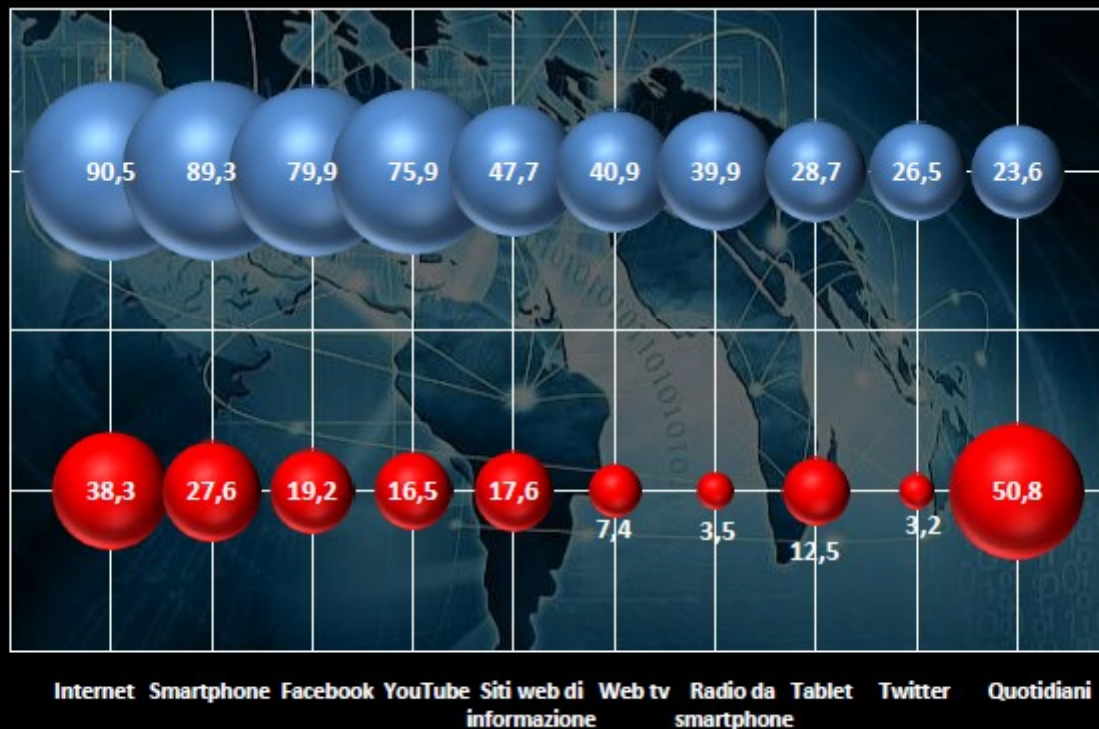
Fonte: indagine Censis, 2017



# La frattura generazionale

## Giovani e anziani sempre più lontani

● Anziani (65-80 anni) ● Giovani (14-29 anni)



Valori %.  
Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.  
Fonte: indagine Censis, 2017

CENSIS



# App e startup

## Come cambiano i comportamenti nell'epoca della disintermediazione digitale

Utenti di internet che usano il web per:	2017	Diff. % 2015-2017
Trovare una strada, località	54,2	4,7
Informazioni su aziende, prodotti, servizi	52,7	5,1
Svolgere operazioni bancarie	39,7	2,9
Ascoltare musica	39,4	1,9
Fare acquisti	37,7	7,0
Guardare un film	24,0	4,5
Telefonare	22,9	10,4
Prenotare un viaggio	15,8	6,5
Sbrigare pratiche con uffici pubblici	14,9	2,5
Cercare lavoro	11,0	-5,3
Prenotare una visita medica	8,0	2,9
Corsi scolastici, universitari, di formazione	7,5	3,0

Valori %.

Fonte: indagine Censis, 2017



# PANORAMA DELLA SANITÀ

[Home](#)[Chi siamo](#)[Contatti](#)[I miei abbonamenti](#)

## A rischio la sostenibilità dell'attuale buon livello di salute degli italiani

14/11/2017 in News

0



Oggi a Roma presentato il **XII Rapporto Meridiano Sanità** e il **Meridiano Sanità Index**, che misura la salute degli italiani e il funzionamento del nostro sistema sanitario. Italia ai primi posti per stato di salute nel confronto europeo ma occorre agire subito sul sistema sanitario per garantire un buono stato di salute ai nostri figli.

Oggi a Roma è andata in onda la XII Edizione del Forum Meridiano Sanità durante la quale è stato presentato il Rapporto annuale Meridiano Sanità elaborato da The European House – Ambrosetti. Dall'analisi dei vari Key Performance Indicator che definiscono lo Stato di Salute

## Nell'ultimo numero



## Abbonati alla rivista

Un anno di Panorama della Sanità

Assistenza  
e previdenza  
integrative

Visita il nostro sito  
[www.cassagaleno.it](http://www.cassagaleno.it)

a cura  
di Gianfranco Carnevali

I Dipartimenti  
di Prevenzione

Organizzazione, funzionamento,  
competenze, criticità e prospettive  
di evoluzione

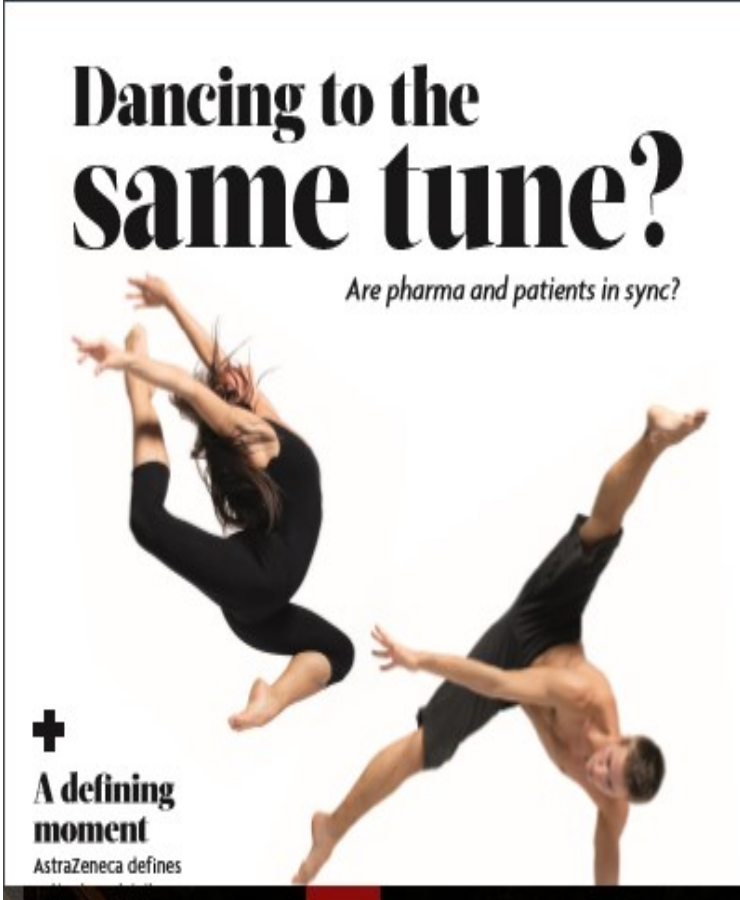
Prefazione di Fausto Francia



# Il passaggio dalla tradizione al digitale

- from product to patient – centricity





**The Future Is About Empathy, Not Coding**

Published on September 14, 2017

Bertalan Meskó, MD, PhD | [+ Follow](#)  
Director at The Medical Futurist Institute (Keynote Spe...  
[163 articles](#)

3,534 187 1,046

● Messaging

Source/per info : roberto.adrower@gmail.com 3386406662



# La centralità non è guardare al ciclo di vita del prodotto , ma all'esperienza del paziente – cliente



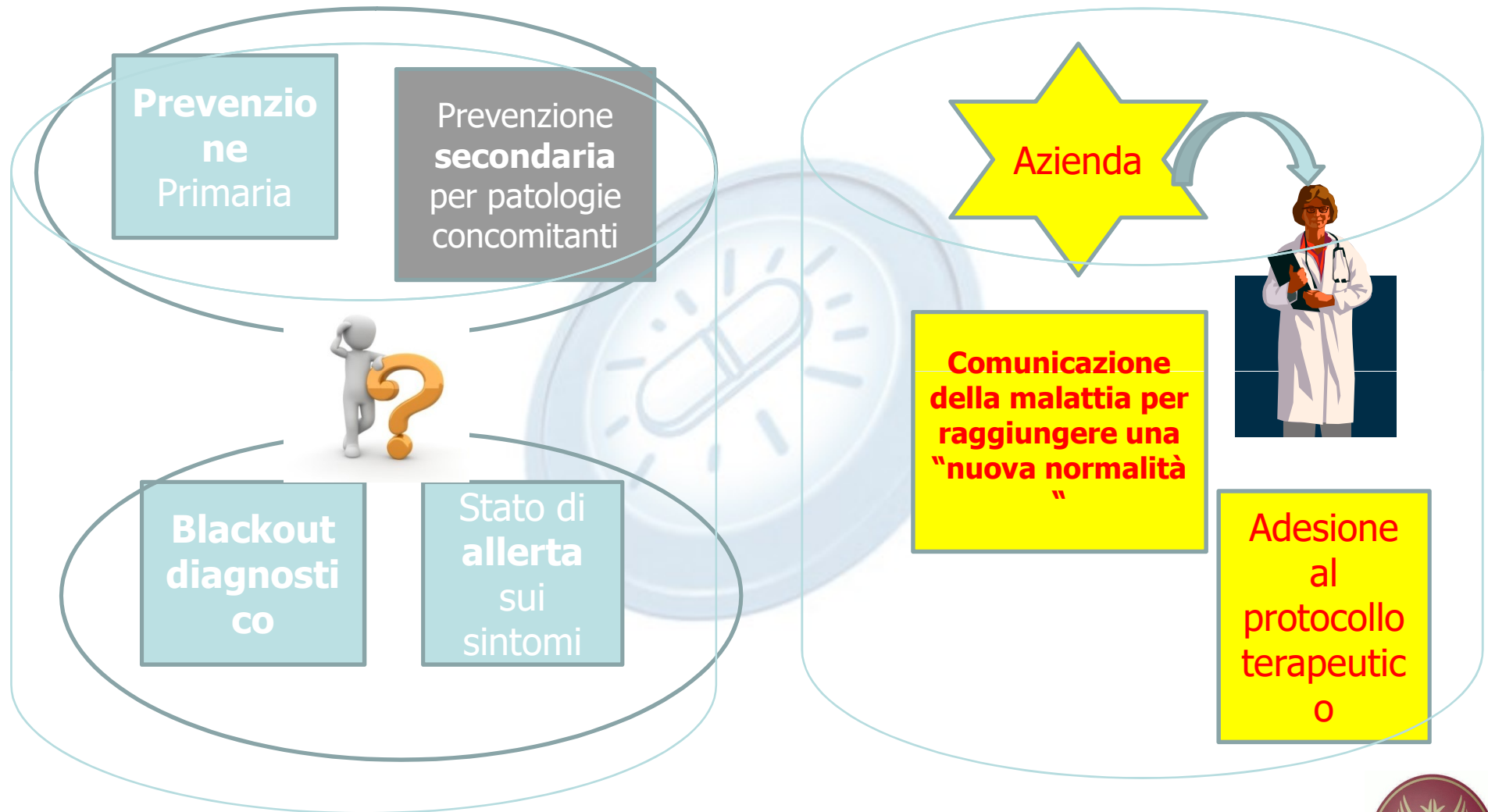
Source/per info :  
[roberto.adrower@gmail.com](mailto:roberto.adrower@gmail.com)

3386406662





# Quale Sintonia tra Azienda e paziente ?



# Quale Sintonia tra Azienda e paziente ?

Adesione  
al  
protocollo  
terapeutic  
o

Elaborazione  
della malattia e  
"nuova  
normalità "

**Fare in modo che i  
pazienti siano  
capaci di gestire la  
propria salute**

Piattaforme  
community app  
telemedicina

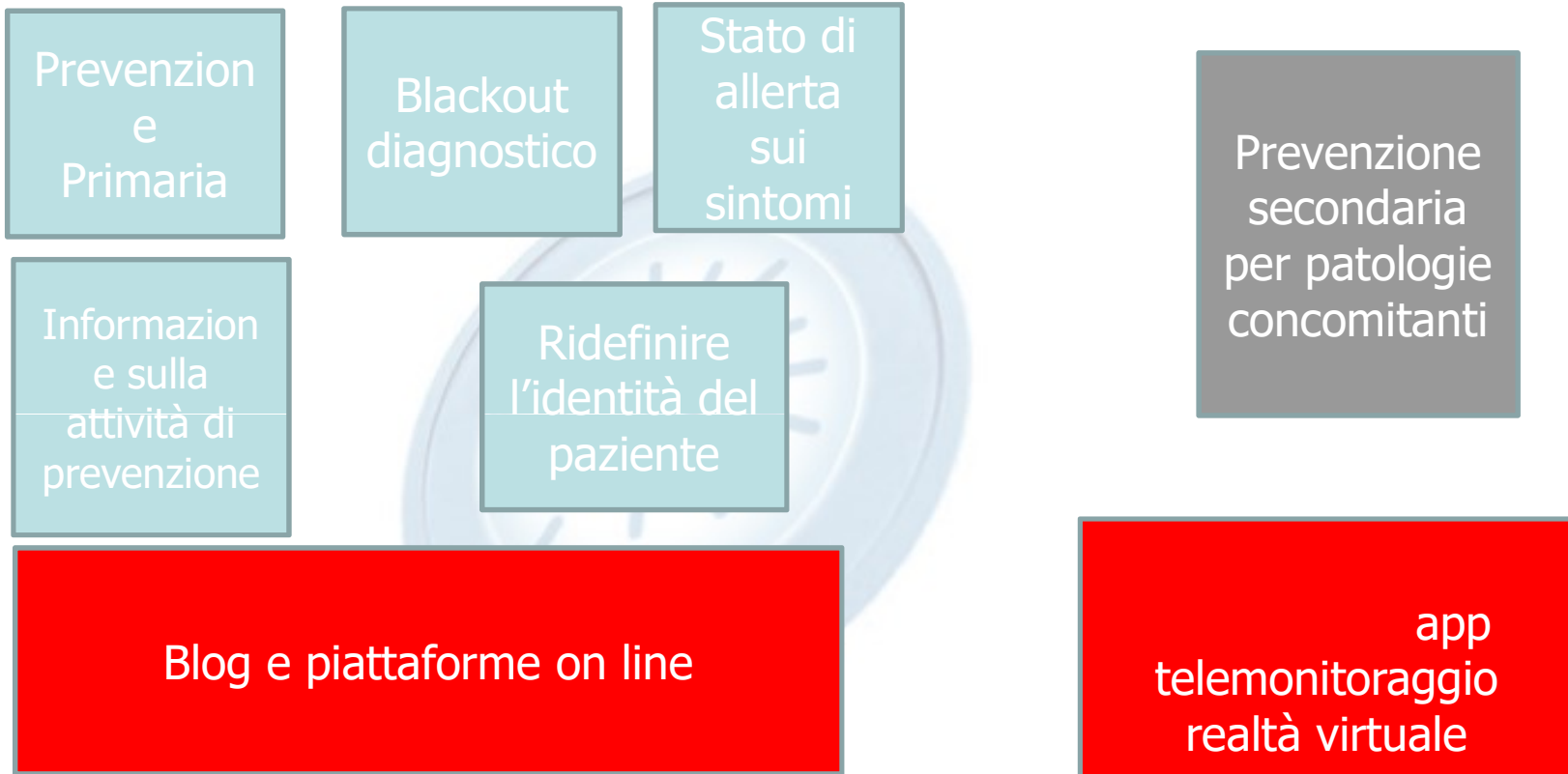
**Sostenere i PT nel  
recuperare una  
prospettiva  
esistenziale "felice"**

Piattaforme  
community app  
telemonitoraggio  
realtà virtuale

Definizione dei contenuti



# Quale Sintonia tra Azienda e paziente ?



Definizione dei contenuti



# Patient- Customer Centricity : gli ostacoli secondo le Aziende

Incapacità di reperire i reali needs dei PT C  
25%

Più di un problema riscontrato  
73%

Timore di violare la privacy  
65%

Mancanza di processi  
e strutture PTC centric  
50%

Mancanza di chiari indicatori di performance e di ROI  
71%



Source : Quintiles Ims health 2017

Marketing e Tecniche di Accesso al Mercato Farmaceutico

roberto.adrower@gmail.com  
3386406662



# Il passaggio dalla tradizione al digitale

- Comprendere la scienza :perché determinati effetti avvengono tra diverse popolazioni di pazienti ?

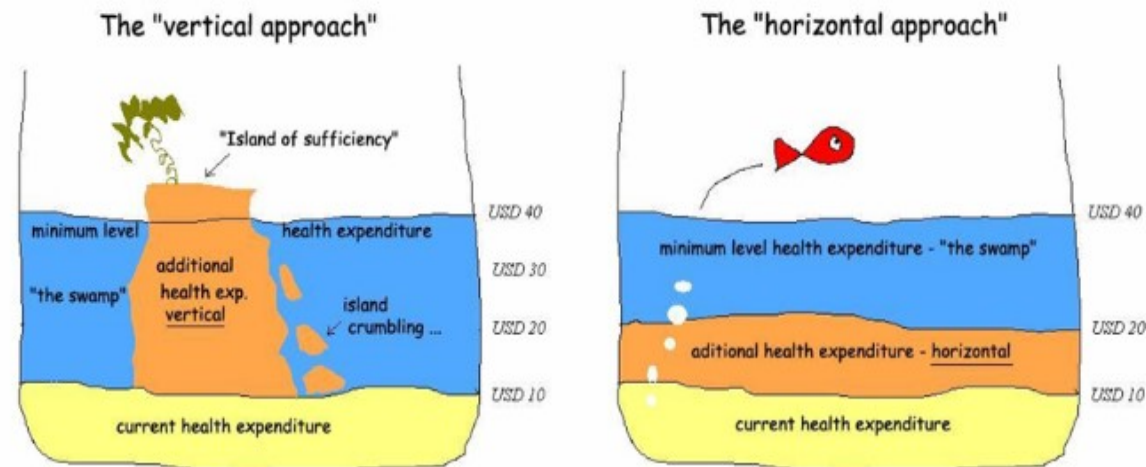




*I limiti dell'approccio "verticale" e "orizzontale"*

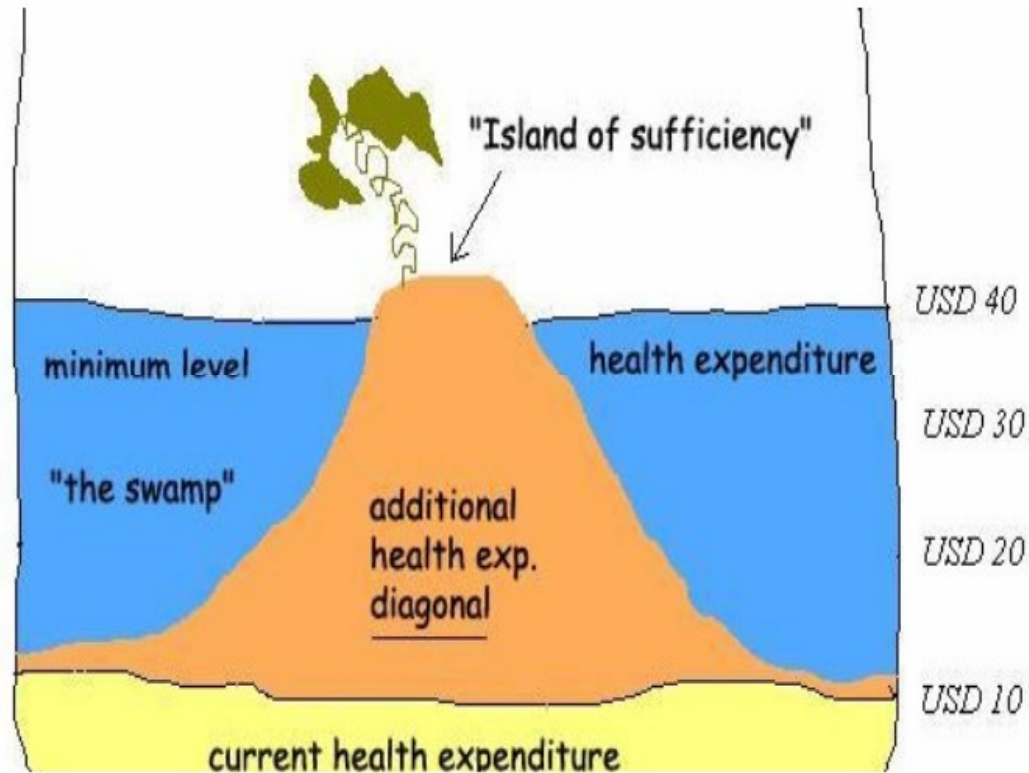
Concentrando il proprio intervento su una singola patologia, fase di cura o funzione del sistema sanitario, **l'approccio verticale porta spesso alla creazione di sistemi paralleli o comunque poco integrati con il sistema sanitario**, che quindi spesso risultano non sostenibili nel tempo. **L'approccio orizzontale, invece, è indirizzato alla creazione di sistemi sanitari permanenti per un approccio a lungo termine**, le cui risorse spesso però non sono sufficienti a garantire servizi adeguati ai bisogni della popolazione. Metaforicamente è possibile illustrare (vedi Figura 1) l'approccio verticale come un approccio che crea "isole" di sufficienza per specifiche malattie, fasi di cura o servizi sanitari in un "mare" di inadeguatezza del sistema sanitario in generale, mentre l'approccio orizzontale riduce la profondità di questo "mare", che resta comunque insufficiente (3).

**Fig. 1 L'approccio verticale e orizzontale a confronto**



*Illustration by Gorik Ooms & Marc Bestgen*





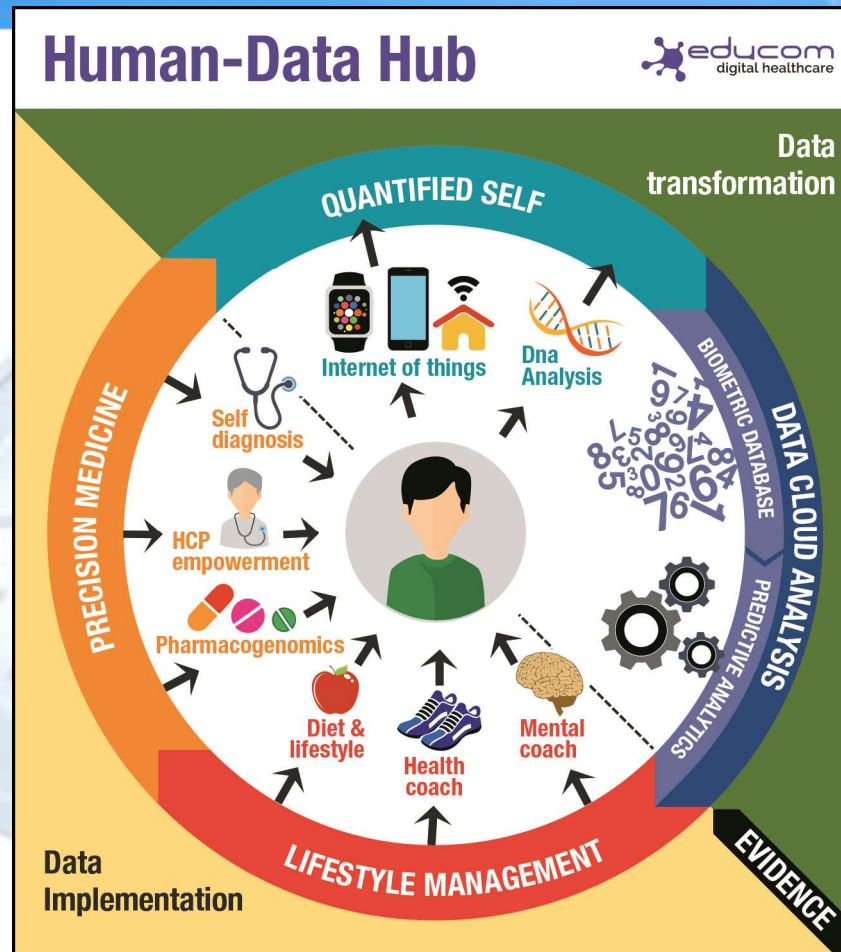
11  
aprile

## STRATEGIE "DIAGONALI" NELLA LOTTA ALLE MALATTIE CRONICHE

IL CAMBIO DI PARADIGMA PER AFFRONTARE LA TRANSIZIONE  
EPIDEMIOLOGICA NEI PAESI A BASSO E MEDIO REDDITO



# Which data ?



Source elaborata da Bee-BIP&co sas 2017

roberto.adrower@gmail.com  
3386406662







## DISCOVER

Set the aspiration and establish design frameworks through primary consumer research (e.g., ethnographies, mobile diaries).

Map CareFlows, define the pain points and opportunity areas.

McKinsey analysis



## DESIGN

Rapidly generate new product, service, and experience concepts; envision the new CareFlow.

Storyboard and quickly test and refine with consumers and HCPs while simultaneously building out the business case and capabilities needed to deliver.



## DELIVER

Test and iterate on our solutions by building prototype services to test with consumers at doctors' offices or pharmacies before launch.

Next, refine the business case, define the capabilities needed, and get ready to roll out.



< Precedente

# IL MODELLO COMMERCIALE NEL PHARMA DEVE EVOLVERE: OLTRE I SILOS FUNZIONALI, VERSO UN APPROCCIO ORCHESTRATO


POSTATO IN TECNOLOGIA & E-HEALTH




Report Centro Studi QuintilesIMS

I farmaci equivalenti in Italia

## RUBRICHE

 Scenario pharma italiano

 Specialties

 Tecnologia & e-health

 Real-World Evidence e Market Access

 Dispositivi Medici

# Orchestrated Customer Engagement



[About Us](#) [Investors](#) [Careers](#) [Contact Us](#)

Search



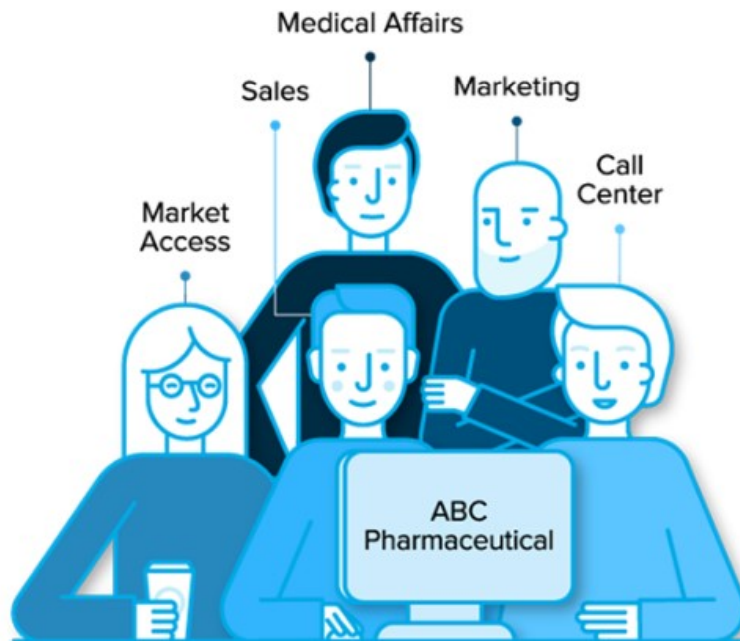
Transform Clinical  
Development

Create Commercial  
Value

Lead with Real-World  
Insights

Innovate with  
Technology

Our  
Difference



## Finally No More Silos

The increasing number of legacy point solutions currently implemented in our customers' organizations is increasingly driving departments such as sales and marketing apart. In partnership with our customers, we took a hard look at the siloed nature of commercial operations in the pharmaceutical industry and accepted the challenge to remove these silos.

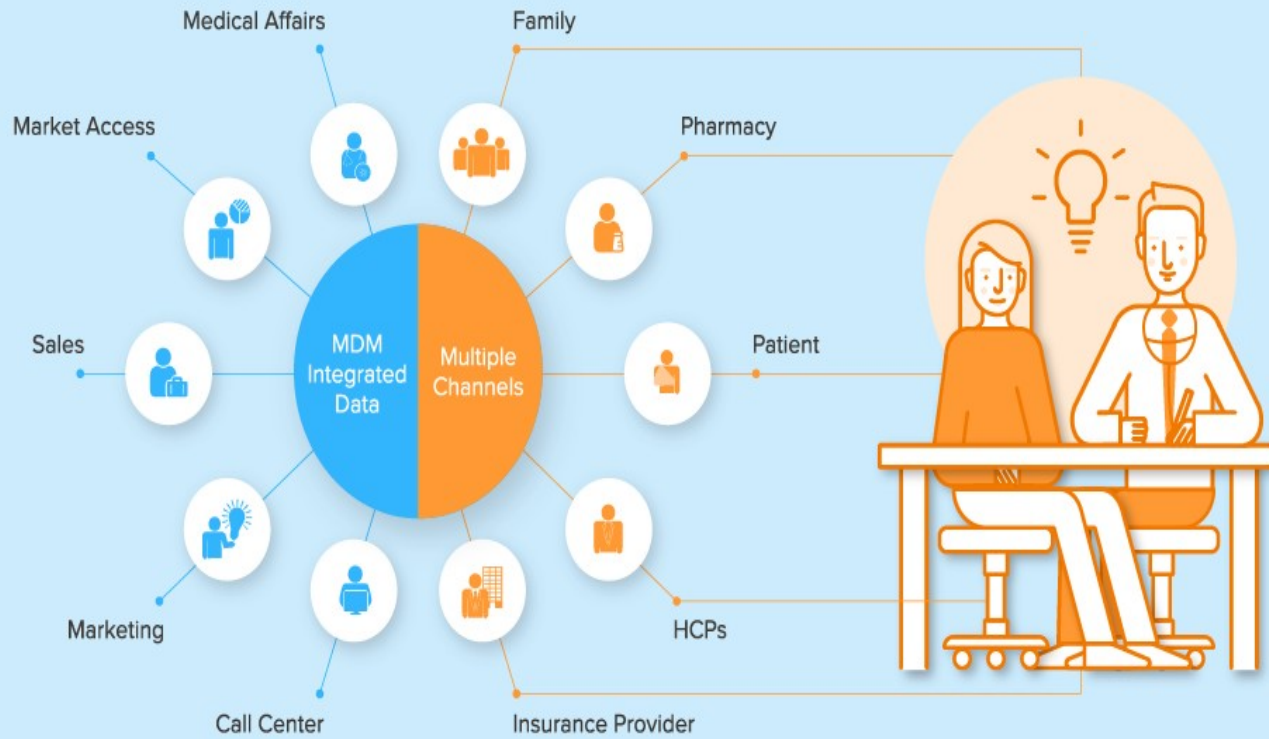


# Orchestrated Customer Engagement



[About Us](#) [Investors](#) [Careers](#) [Contact Us](#)

Search





# **Le nuove frontiere delle comunicazione tra Aziende Operatori Sanitari e Pubblico**





## Almeno 10 pillole per 11% over 65, arriva una guida

### *La politerapia è un fenomeno in aumento*

Ormai molti anziani non si spostano senza la 'bustina' dei farmaci, piena di pillole e pasticche di vari colori e dimensioni. La politerapia è un

affetta da più patologie, solitamente croniche, come l'ipertensione, l'osteoporosi, il diabete o la cardiopatia ischemica. Non sono pochi i rischi

**Sarebbe opportuno  
Cominciare a pensare ad uno switch delle terapie  
TRA MEDICO E FARMACISTA PER  
GESTIRE UN SSN CONGRUO  
"Cossolo- 13 dic 2017- Minsalute Censis**

sità Cattolica e Fondazione Policlinico Gemelli, e dalla professoressa Alessandra Marengoni dell'Università e degli Ospedali Civili di Brescia. L'articolo rappresenta una guida per gli anziani in politerapia (con 5 o più farmaci). Una condizione che si verifica quando una persona è

per esempio gli antinfiammatori potrebbero aumentare la pressione arteriosa o peggiorare la funzionalità renale e pertanto non andrebbero utilizzati in chi soffre di ipertensione arteriosa o patologie renali.

(M.L.)

