



DTC

Direct to Consumer communication

*La parte del corso inerente la DTC è gentile concessione del
Prof. Fabrizio Gianfrate Università di Ferrara*



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

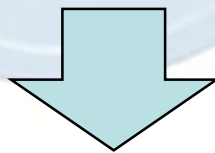
- Puoi controllare la tua malattia
- Puoi migliorare la tua salute
- Puoi migliorare la tua qualita' della vita
- Non sei solo; altri soffrono la stessa tua malattia
- Il tuo problema puo' essere risolto
- Tu hai diritto a sapere come curarti al meglio



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 misuse del farmaco
- Indebolisce il ruolo tradizionale del medico
- Aumenta i prezzi
- Abuso e consumismo farmaceutico

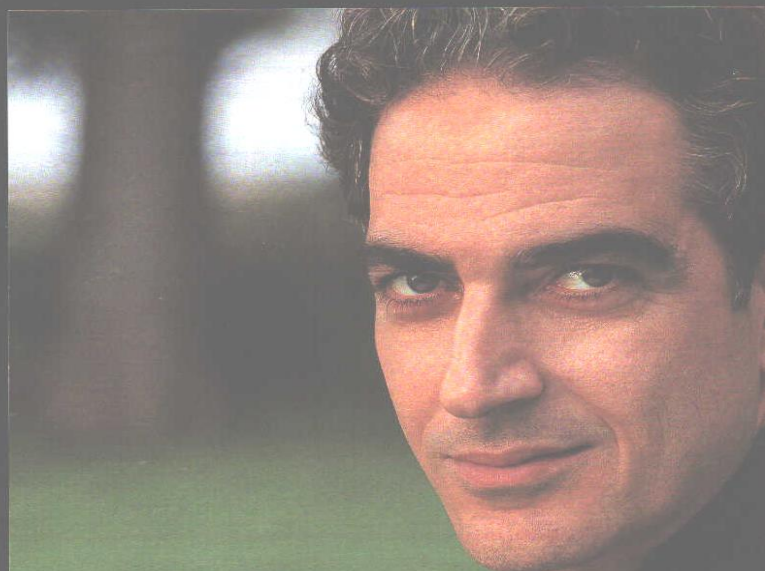


Tipi di comunicazione quasi-DTC finora consentiti

- 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

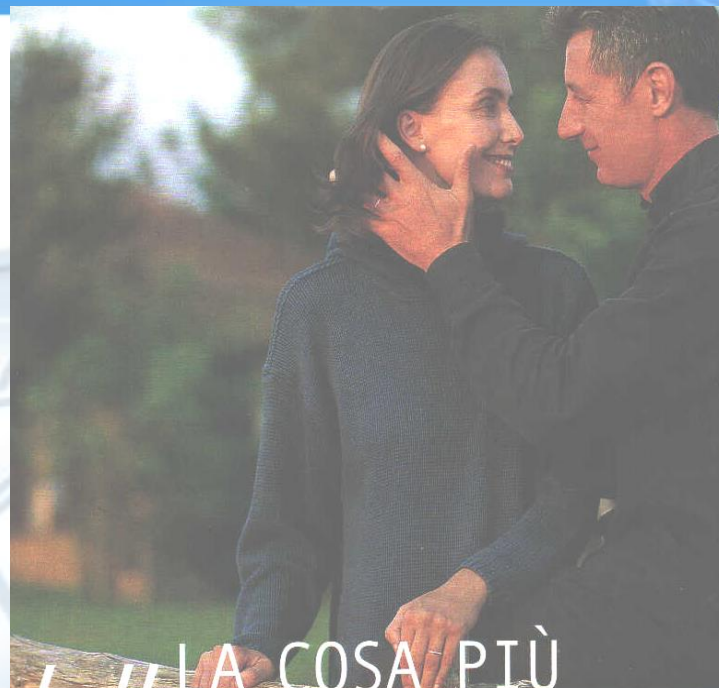




Tratta I PROBLEMI
DI EREZIONE COME UN
DISTURBO QUALSIASI:
curali.

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.



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.



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?

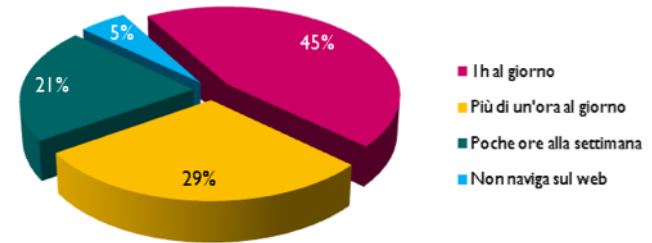


New Pharma-Marketing Tools: NON PERSONAL PROMOTION

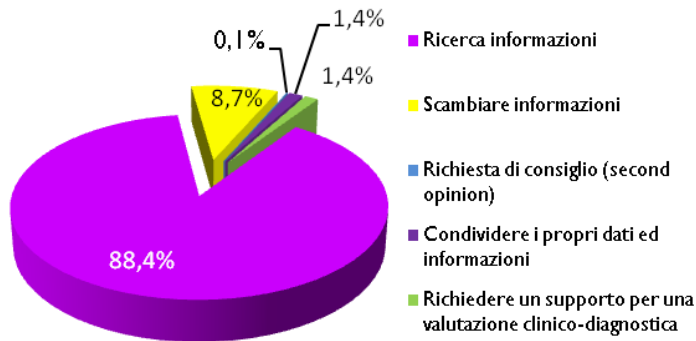


Il medico italiano ed il web

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?

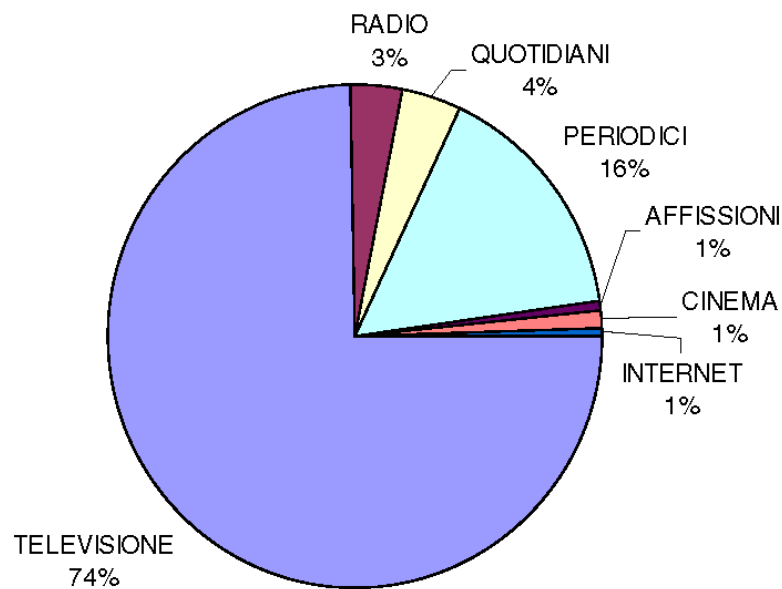
The 88.4% * of Italian healthcare professionals searches for information on the web and 2/3 of the physicians involved in the investigation confirms the predominance of the use of e-mails in their professional practice

* 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.**

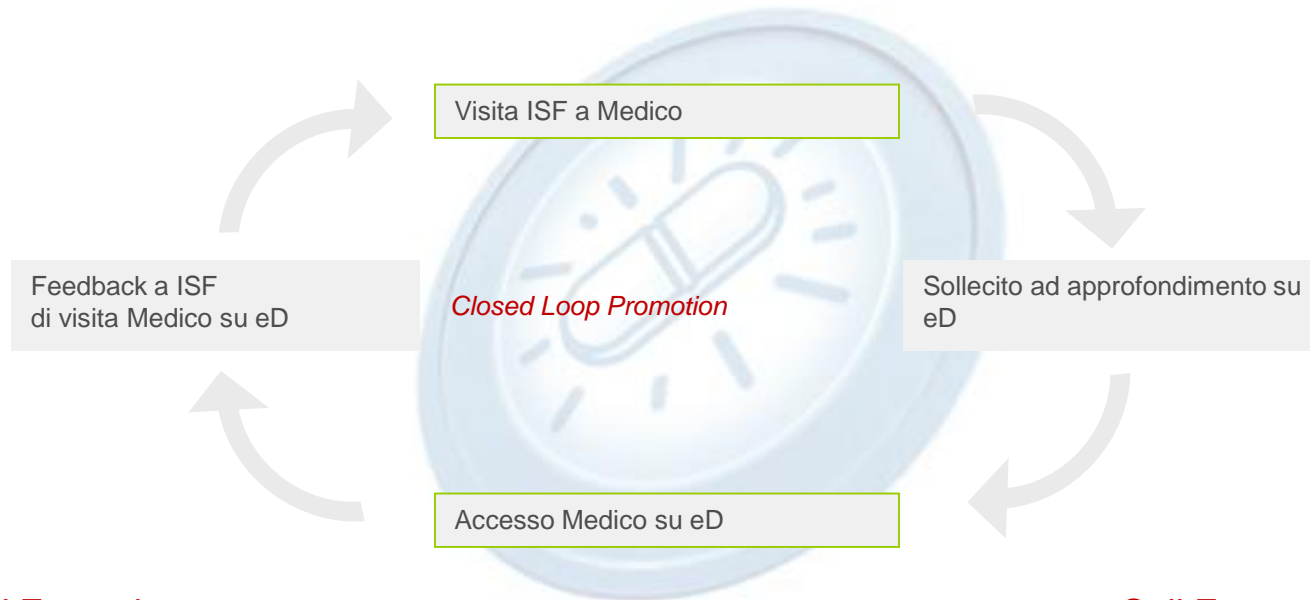
Per il phone-detailing: isf remoti, project leader, coordinatori: **occorrono professionisti del farmaco.**



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 "Pediatria alimentazione in evoluzione". Navigation menus include "Home", "Contattaci", "Mappa", "Nestlé", "Prodotti", "Piano Nutrizionale", "News", "Innovative", "Percorsi diagnostici", "Casi Clinici", "Slide Kit", "Letteratura", "Linea Guida", and "Biblioteca Nestlé". A search bar is present with the text "CERCA".

The main content area is divided into three columns:

- Renunciato:** "Pediatria è il sito di Nestlé Nutrition ricco di informazioni, strumenti e servizi dedicati ai Pediatri". Below this is the "mio" logo.
- News:** Two news items are listed:
 - 19/7/2008: "Allattamento al seno e obesità nell'infanzia"
 - 19/7/2008: "Effetti delle prime esperienze sensoriali sui gusti alimentari"
- Percorsi diagnostici:** "Percorsi diagnostici" and "Ipersensibilità alle proteine del latte". Below this is an advertisement for "nuova formula" with a product image.

The footer contains copyright information "© 2008 Nestlé Italia" and links for "Credito", "Note legali", "Privacy policy", and "Login".

A secondary screenshot below shows the "Contattaci" (Contact Us) page. It includes a contact form and a section titled "I tuoi informatori" (Your Informants) with two profiles:

- Giuseppe Contini:** "Area Abnegate", Cellulare: 948 - 72.89.042. Includes a portrait photo.
- Piergiorgio Libois:** "Informatore Medico Scientifico", Cellulare: 948 - 45.25.223. Includes a portrait photo.

The footer of this page also includes "© 2008 Nestlé Italia", "Credito", "Note legali", "Privacy policy", "Cambia il tuo profilo", and "Logout".

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
medicina
per comunicare

PANORAMAMEDICO news
Testata registrata al Tribunale di Napoli con numero di autorizzazione 21 in data 15/03/2006

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 risalito la china e raggiunto i vertici in Europa per livello di informatizzazione sanitaria", 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 c'erano Paesi, come la Danimarca, in cui è facile avere un'informaticizzazione 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
Pillola del cinque giorni dopo, da sette mesi in attesa di parere

Mondo DottNet
Genetista attende l'autorizzazione per i trapianti sull'uomo

Politica sanitaria
In arrivo le linee guida sulle lèmpede abbronzanti. Fazio: sono dannose

Politica sanitaria
In arrivo le linee guida sulle lèmpede abbronzanti. Fazio: sono dannose

Politica sanitaria
In arrivo le linee guida sulle lèmpede abbronzanti. Fazio: sono dannose

Primo piano
Pillola del cinque giorni dopo, da sette mesi in attesa di parere
Sta andando per la lunga la vicenda della pillola del 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 diramato lo scorso settembre dal ministro della Salute, Ferruccio Fazio, per verificare la compatibilità di Sildenafil (il nome commerciale della pillola) con la legge 194 e "dichiarare" se il farmaco, che funziona fino a cinque giorni dopo un rapporto sessuale non protetto, sia di natura abortiva e contraccettiva...

Mondo DottNet
Genetista attende l'autorizzazione per i trapianti sull'uomo
Ora sia solo per le solite lungaggini burocratiche o per il clima ostile su tutto ciò che riguarda gli organismi geneticamente modificati e gli esperimenti sugli animali, la ricerca sugli xenotrapianti di Cesare Galli, il papa del biotecnologico, arriva esposta di bovino adulto donato nel mondo...

Primo piano
Pillola del cinque giorni dopo, da sette mesi in attesa di parere

Mondo DottNet
Genetista attende l'autorizzazione per i trapianti sull'uomo

colophon • disclaimer • modificali il tuo profilo • ai cancelli della 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.

The screenshot displays a multi-layered e-Detailing microsite. At the top, the 'Inersan' logo is visible with the tagline 'Quando natura e ricerca si uniscono per la salute del cavo orale'. Below this is an 'eSalesRep' section featuring a photo of two individuals, Rossella and Francesco. The main content area is titled 'DottNet' and prominently features 'TRIACID 10 compresse vaginali' by Mercurio. The product is described as containing Lactobacillus acidophilus, Acido lattico, and Sale e.s. standardizzato in isoflavoni. A navigation bar includes links for 'home', 'eSalesRep', 'eGame', 'eVisual', 'eLibrary', and 'Clinical Review'. Below the product name, there are several interactive options: 'Il tuo informatore online' (with profiles for Federica, Francesco, Michele, and Stefania), 'Gioca con Space Resistance', 'Guarda online il visual aid', and 'Trattamento Vaginali e vaginosi'. An 'eLibrary' section lists various topics related to vaginal health. At the bottom, there is a 'Posologia per ripristinare l'ambiente vaginale' section, a 'Rapido sollievo su prurito, bruciore, irritazione' callout, and contact information for Mercurio S.p.A. and its distributor, Mercurio Pharma S.p.A.

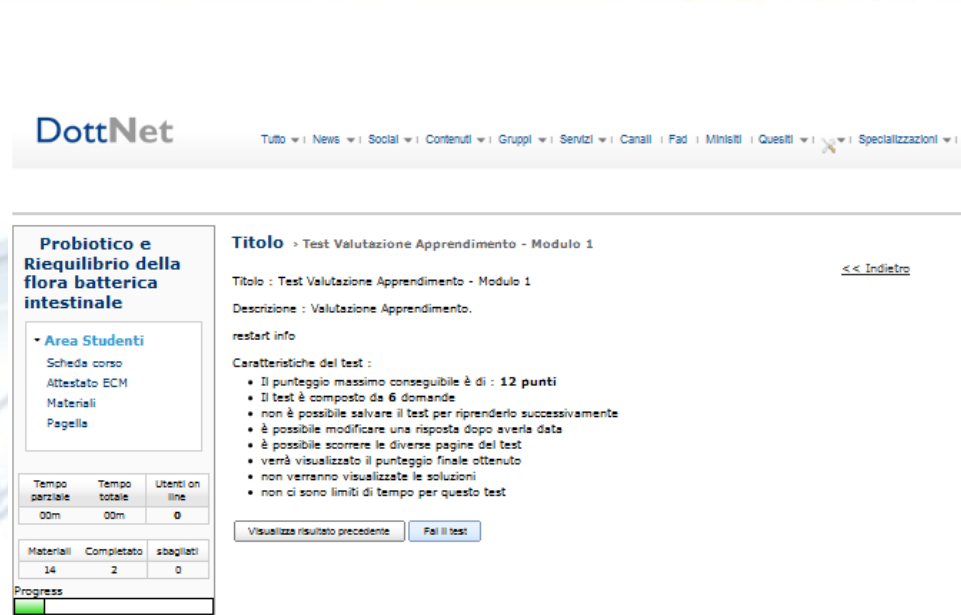


e-Detailing: FAD e eCME

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 shows the DottNet website interface. At the top, the DottNet logo is on the left, and a navigation menu is on the right. The main content area is titled 'Probiotico e Riequilibrio della flora batterica intestinale'. Below the title, there is a section for 'Area Studenti' with links for 'Scheda corso', 'Attestato ECM', 'Materiali', and 'Pagella'. There are two tables: one for 'Tempo parziale', 'Tempo totale', and 'Utenti on line'; and another for 'Materiali', 'Completato', and 'sbagliati'. A 'Progress' bar is also visible. On the right side, there is a 'Titolo' section with 'Test Valutazione Apprendimento - Modulo 1', a description, and a list of test characteristics. At the bottom right, there are buttons for 'Visualizza risultato precedente' and 'Fai il test'.

DottNet Tutto | News | Social | Contenuti | Gruppi | Servizi | Canali | FAD | Minisiti | Questioni | Specializzazioni

Probiotico e Riequilibrio della flora batterica intestinale

Area Studenti

- Scheda corso
- Attestato ECM
- Materiali
- Pagella

Tempo parziale	Tempo totale	Utenti on line
00m	00m	0

Materiali	Completato	sbagliati
14	2	0

Progress

Titolo > Test Valutazione Apprendimento - Modulo 1

Titolo : Test Valutazione Apprendimento - Modulo 1

Descrizione : Valutazione Apprendimento.

restart info

Caratteristiche del test :

- Il punteggio massimo conseguibile è di : **12 punti**
- Il test è composto da **6 domande**
- non è possibile salvare il test per riprenderlo successivamente
- è possibile modificare una risposta dopo averla data
- è possibile scorrere le diverse pagine del test
- verrà visualizzato il punteggio finale ottenuto
- non verranno visualizzate le soluzioni
- non ci sono limiti di tempo per questo test

Visualizza risultato precedente Fai il test





Ed i Social Media ?



Forums and Online Communities

Log Out | Fraud/Security | Help | Accessible site | Employers >>

monster

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

Search

[Advanced Search](#)

Most Active Forums

- [Changing Career](#)
At 30-04-2008 by abb35
- [Coming to the UK](#)
At 28-04-2008 by vanidelob
- [IT & Technology](#)
At 17-04-2008 by man_or_monster
- [Other Stuff](#)
At 06-05-2008 by angelam31

Featured Discussions

- [The new Monster forums](#)
- [Understanding job adverts](#)
- [How to secure a pay rise](#)
- [Choosing your first job](#)
- [Questions for the interviewer](#)

Welcome Guest [Login](#)

Career Advice

The place to discuss anything and everything regarding finding a job and building a successful career. Chat with other job seekers and get advice from leading career experts.

Forums	Last Post
CVs & Applications	16-04-2008 by brieandbacon
Job Interviews	16-04-2008 by brieandbacon
Changing Career	30-04-2008 by abb35
Graduates & Apprentices	09-04-2008 by man_or_monster
Talking Money	09-04-2008 by man_or_monster
Employment Law	11-04-2008 by man_or_monster
Coming to the UK	28-04-2008 by vanidelob

What are you worth?

Find out with our free Salary Checker

monster



Blogs



pulling update...

READ MORE & SHARE YOUR INSIGHTS
POWERED BY
techdint
NEST COMMUNITY

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



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

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 [Compete.com's numbers from February](#), MySpace accounts for 56 million monthly visitors and almost one billion visits. [Facebook](#) isn't too shabby, either, but at 26 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 11th 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

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 Czapl created the group 1 an an ex monster.

Frédéric Cognard joined the group Blogtrotters.

Lionel Laforgue and Fernando Teixeira are now friends.

Philippe Nieuwbourg and Samantha Garnier are now friends.

Græme 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-...>

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 Pouliquen

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/578o8s>. 52s ago

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

Birthdays see all

Today
Guillaume Frat Mangin D'Ounce
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 na caisse? Reinspecht
- Tetris en soufflant! HOW 202
- Gros joujou Kevin

Musique | MySpaceTV | Film | INSCRIPTION | Mobile | MySpaceTV | Événements | Editeur | Nuit | Secret Shows | Mode | Grand Ecran | Tutoriel | M3B | MySpace IM | 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 !

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 !

Liens commerciaux



Multimedia sharing

YouTube
Broadcast Yourself™

Accueil | **Vidéos** | Chaînes | Communauté

Rechercher [Vidéos] Recherche avancée Envoyer une vidéo

Vidéos visionnées en ce moment...

Vidéos choisies

La sélection

Mon quotidien
De: gaellepotichaud
Vues: 475
★ ★ ★ ★
64:45
Autres vidéos dans [Films et animations](#)

Votez pour moi sur http://gtridol.com/matrach1!
De: gtridol
Vues: 30502
★ ★ ★ ★ ★
02:43
Autres vidéos dans [Musique](#)

FODA É TRANSAR NA REDE
De: denilobs
Vues: 166361
★ ★ ★ ★ ★
01:02
Autres vidéos dans [Films et animations](#)

Connexion Inscription | Aide

Nom d'utilisateur:
Mot de passe:
Connexion

[Nom d'utilisateur oublié](#) | [Mot de passe oublié](#)
[Connectez-vous avec votre compte Google](#)

Nouveautés

YouTube Mobile
Regardez et envoyez des vidéos YouTube sur votre téléphone portable.

Concours International Vancouver Film School/YouTube Plus que 8 jours!
En mars, nous vous avons présenté un passionnant partenariat entre la Vancouver Film School (École de cinéma de Vancouver) et YouTube, afin d'offrir à trois utilisateurs YouTube une bourse d'études...
[Lire la suite dans notre Blog](#)

flickr

Sign In

Create Your Account
Only takes a moment with your Yahoo! ID

Share your photos. AND VIDEO.
Watch the world.

SEARCH

3,499 things uploaded in the last minute • 71,248 things tagged with [gump](#) • 2.5 million things [posted](#) this month • [Take the tour](#)

Share & stay in touch | Upload & organize

Make stuff | Explore...

Take the Tour | Explore [Flickr Blog](#), the [World Map](#), [Camera Finder](#) or interesting uploads from the last 7 days.

slideshare

Home | My Slidespace | Upload | Community | Tags | Widgets

Latest | Most Viewed | Most Embedded | Featured | Most Favourite | Most Downloaded | Slidescasts

Spotlight: Republicans

Spotlight: Democrats

Featured

Events

Groups

Hello [vaninadelobelle!](#)
You have 1 new messages. Your profile is 64% complete.
Quick links: [Edit Profile](#), [My Slidespace](#)

My Recent
SlideShare voted 18th most useful Learning Tool for 2006 [more...](#)
Get SlideShare in your Plans feed [more...](#)
You may have loved your slideshow Personal Branding & Web Reputation. 1 day ago

Recent visitors to my profile
[nikemeta](#), [ChristopheDucane](#), [sichar](#)

Find my friends! SlideShare is more fun when your friends are on it.

Slideshow of the Day

the abstract pointillist powerpoint toolkit
v0.1 anti-mega.com

Search for any topic under the sun.



Microblogging

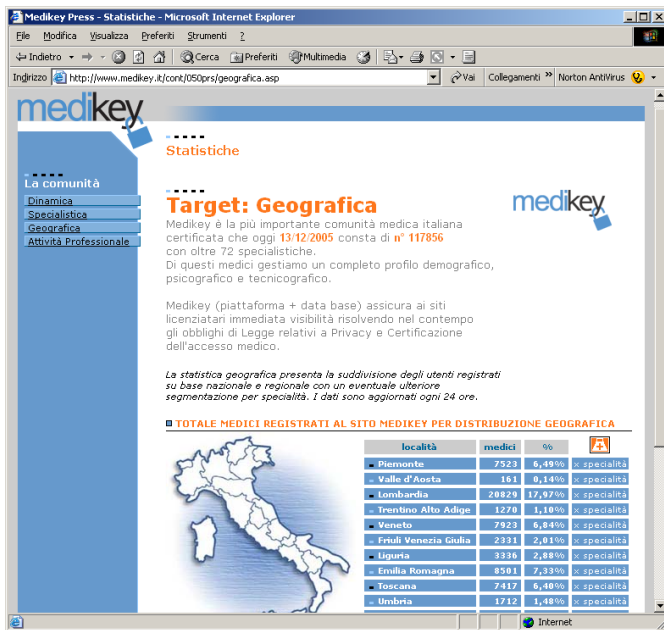
The screenshot shows the Seesmic web interface. At the top, there are navigation buttons: "Post a video", "Settings", and "Search User". Below this is a "Join the video conversation" section with tabs for "Public", "Following", "Inbox", and "Sent". The main area displays a list of video chat sessions, each with a profile picture, a title, and a timestamp. For example, "Re: Le café des entrepreneurs" by sophie (fr) from 1 min ago. A video player is visible in the center, showing a play button and a progress bar. On the right side, there is a sidebar with "vanina's Profile" and "Active Conversations" listing various users and their activity counts.

The screenshot shows a Twitter profile page for "MonsterCareers". The profile picture is a stylized 'M' logo. The bio reads: "Tweeting career advice and discussions". The "Stats" section shows: Following 161, Followers 260, Favorites 0, and Updates 271. The main content area shows a tweet from @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". Below the tweet are navigation buttons for "Previous" and "With Others". The tweet text continues: "Coming up on Friday, 2:00pm -- when e-mails suddenly stop. Enjoy the weekend! 01:52 PM May 02, 2008 from twirl". Further down, there are several other tweets from various users, including @cspenn, @CettiDoneGuy, @jamesmarcus, @jdneri, @micahmicah, and @casslavalie, all related to career advice and job interviews.



Social Network for professional healthcare

In Italia esistono due comunità internet in ambito healthcare.



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.





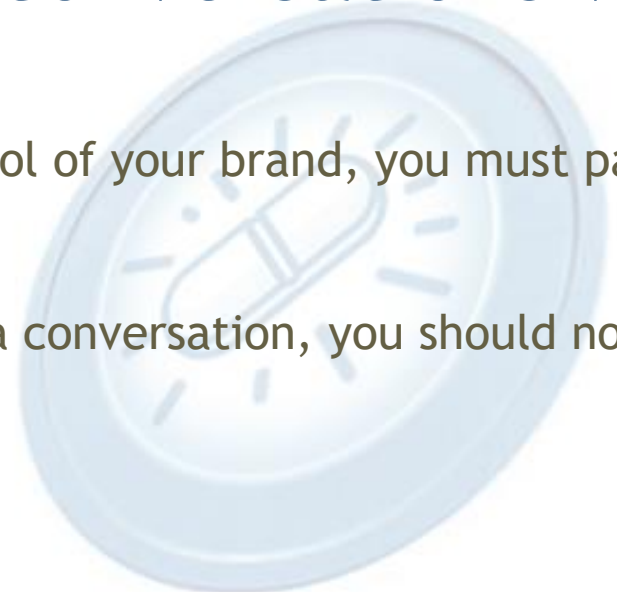
Come e perchè organizzare una Social Media Strategy ?





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

Duplice **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!





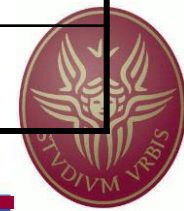
“It is not the strongest species that survives nor the most intelligent but the one that is most adaptable to change.”

Charles Darwin



Il Mix Comunicazionale: Articolazione ed Attese

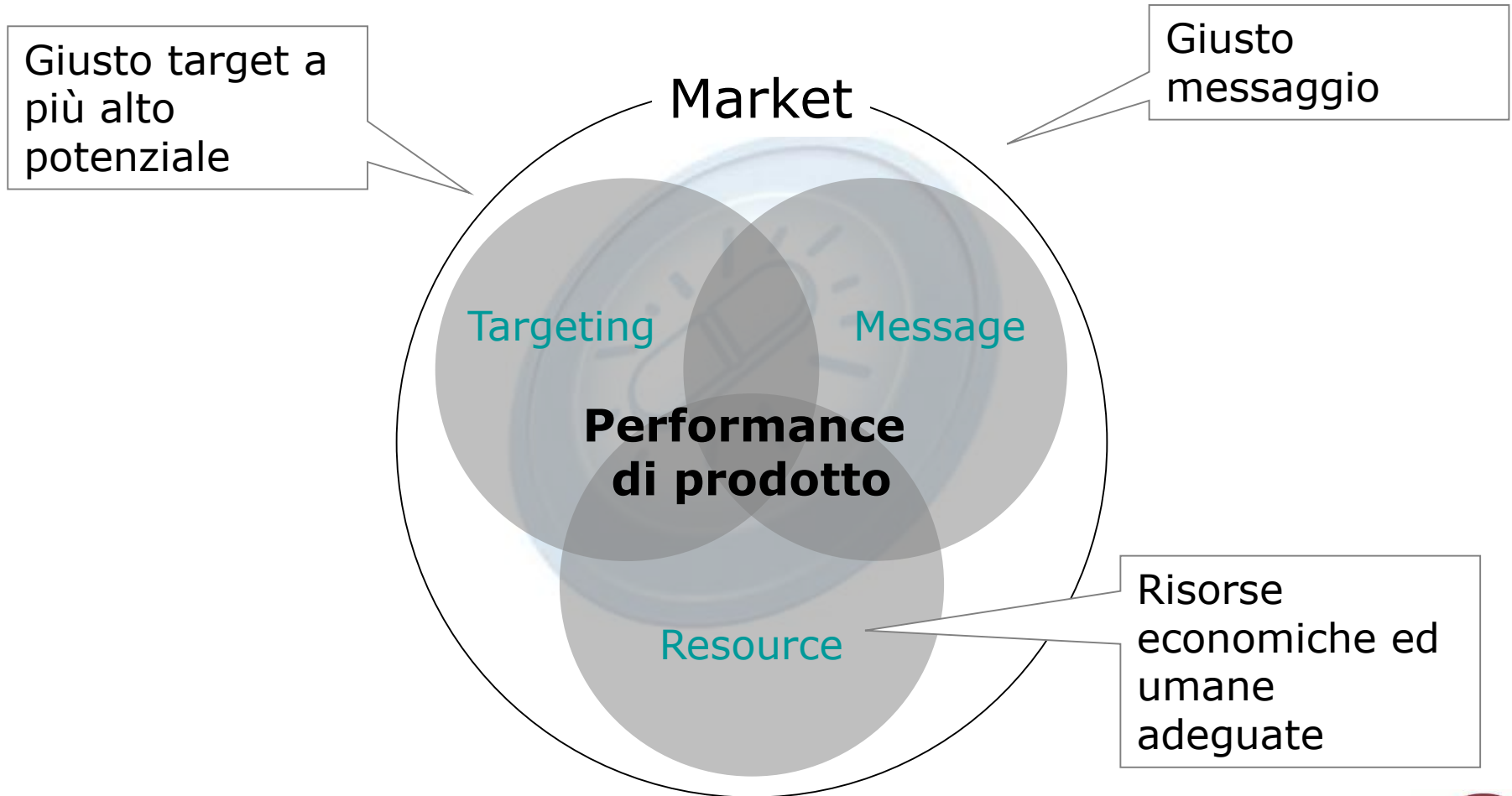
Mezzo	Complessità del messaggio	Costo relativo	Diffusione	Credibilità
ISF	5	5	2	5
Convegni	5	4	1	5+
Stands/ congressi	5	3	1	4
Internet	4?	5?	1	?
Marketing diretto	4	4	3	3
Mailing	4	2	3	3
Riviste	3	3	5	3
Campioni	1	4	4	1



I problemi del Marketing Mix:

- **Individuare la combinazione ottimale** delle leve a disposizione, che consenta di massimizzare la risposta del mercato.
 - Valutazione dell'efficacia e dell'efficacia incrementale di ogni strumento
 - Scelta della combinazione che massimizza l'impatto totale
- **Integrare i vari mezzi utilizzati**
 - Messaggio unico e coerente
 - Immagine coerente dell'azienda e del prodotto
 - Target costante

key performance driver



??? COMPARAGGIO ???

Legge 541/92

D.Lgs. 8 Giugno 2001 - n.231

Codice Deontologico Farmindustria 2007

Linee Guida per la Certificazione 2004

Regolamenti Regionali per ISF



Esecuzione: Il Business Plan

Positioning

TATTICA
Mrkt Mix

Orientation

Il **Business Plan** rappresenta la sintesi di tutto il *marketing process*

Nel BP la strategia di marketing per l'anno successivo si concretizza richiamando il mio Obiettivo Strategico e definendo:

- Il posizionamento del prodotto
- Il target
 - E la suddivisione delle attività sui diversi target
- Il marketing mix con
 - Motivazione delle attività prescelte
 - Suddivisione del budget tra le varie leve
 - Suddivisione temporale delle attività nell'arco dell'anno

Misure/Verifiche:

TATTICA
Mrkt Mix



Un obiettivo non è tale se non è misurabile!

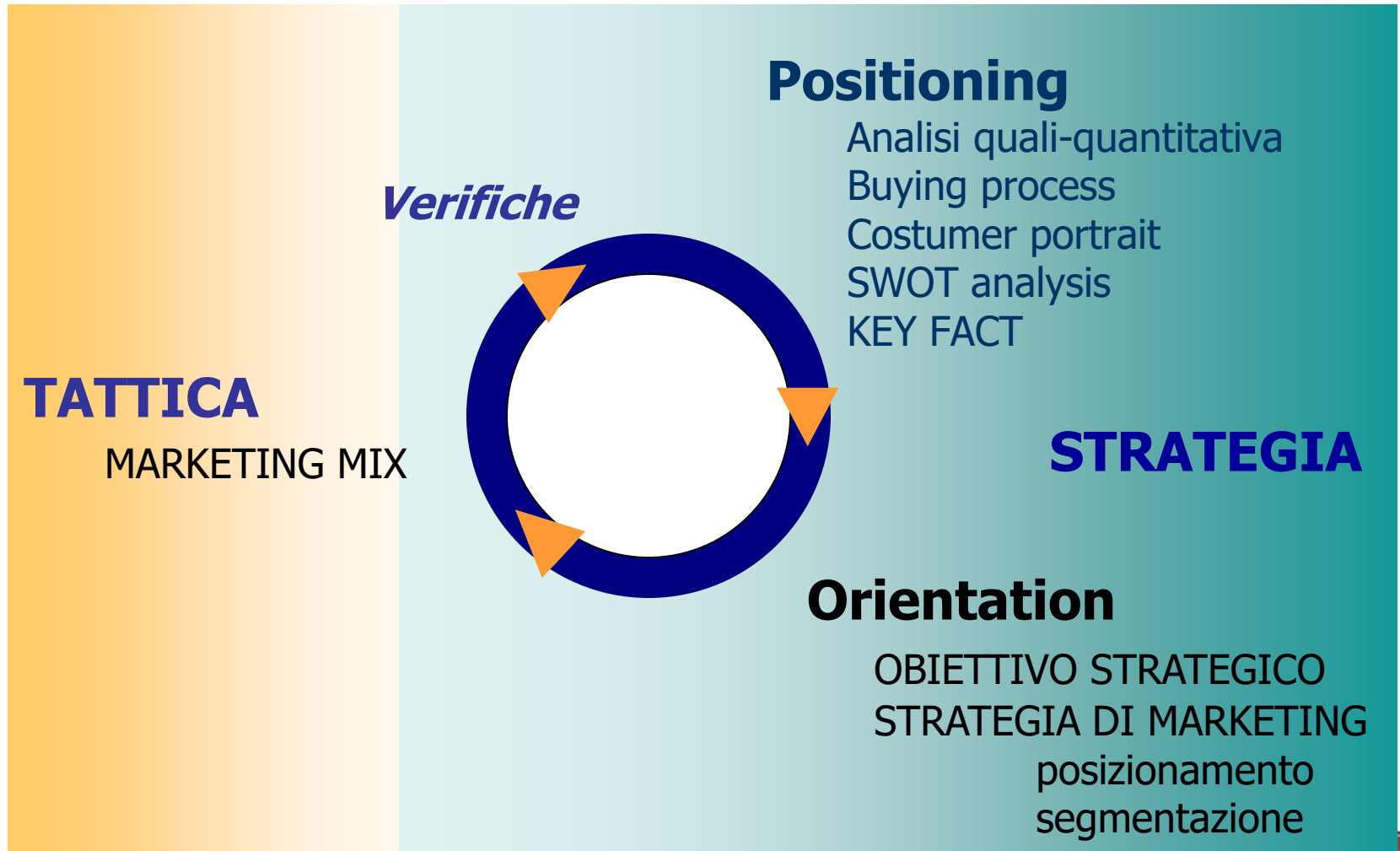
Si deve definire un set di criteri per valutare se le attività di Marketing Mix garantiscono i risultati desiderati:

- La performance (*valori, unità, prescrizioni, quota di mercato*)
- Implementazione della strategia di Marketing
- Implementazione del Posizionamento (*comprensione del messaggio, ricordo*)
- Copertura del Target Medici (*Profilo del Precrittore*)
- Copertura del Target Pazienti (*Profilo del Paziente*)
- Percezione del Prodotto (*benefici/svantaggi Vs Competitors*)

Eventualmente misurare gli scostamenti dal piano ed **analizzarne le ragioni!**



Marketing Process





“Small deeds done are better than great deeds planned”. *General Marshall*

Il successo di ogni strategia è funzione della capacità dell’Azienda di Eseguitarla.





Domande?

<http://marketingfarmaceutico.sitonline.it>

