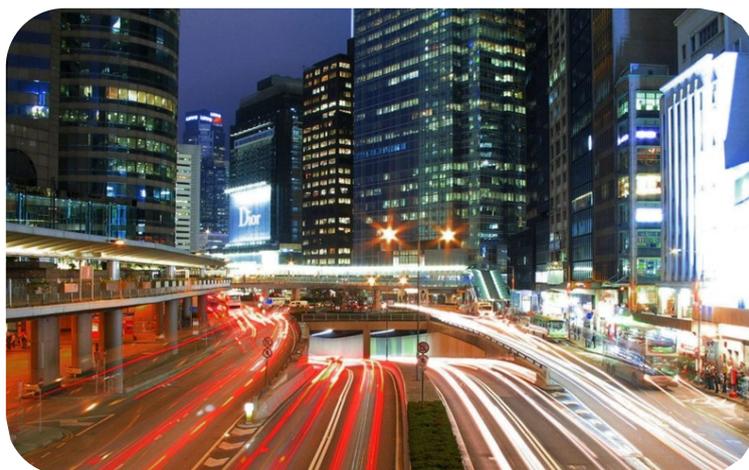


## Newsletter 2

ABRIL 2012

### Estudo multicanal da ActOne®



“ DIMs, emails, telefone, internet, sites, congressos, iPhone, livros, vídeos, artigos, visitas, multicanal, marketing digital, email marketing, e-detailing (...)”

## Índice

<b>Editorial</b>	3
Quais são os equipamentos preferidos pelos médicos	4
<b>Utilização da Internet e do email</b>	5
O que procuram e gostam de ter disponível online e offline?	6
<b>Quais são os canais de agora e do futuro</b>	7

Toda a informação disponibilizada neste documento foi elaborada pela ActOne®. Não poderá ser utilizada ou reproduzida sem autorização previa da ActOne®.

Como é que os médicos gostam de ser contactados e informados? Até algum tempo atrás a resposta a esta pergunta era fácil e simples: o DIM. Como é que as farmacêuticas gostam de comunicar com os médicos? Tal como a primeira variável, a resposta é: o DIM.

Até à alguns anos atrás a comunicação entre a Industria Farmacêutica e os médicos era realizada exclusivamente pelos DIMs e por acções concertadas e organizadas pelos mesmos. Os recursos eram despendidos sem existirem métricas comparativas de sucesso com outros canais de comunicação e não havendo investimento em novas tácticas de comunicação, para chegar ao médico. As companhias tinham disponibilidade orçamental e o mercado estava receptivo a estas politicas mas com a mudança da conjectura económica internacional e nacional, a Industria Farmacêutica foi obrigada a repensar todo o seu modelo tradicional de comunicação. Devido à retracção do mercado, diminuição das margens, politicas de contenção de custos e medidas de eficácia de rentabilidade sobre os canais de comunicação.

Como resposta a esta nova realidade, a Industria Farmacêutica, tal como fizeram outros sectores profissionais, aproveitou as novas tecnologias de comunicação, que já são utilizadas pela maioria da classe médica, com o objectivo de realizar acções esporádicas de “marketing digital”. Alguns laboratórios começaram a apostar no envio de emails, criação de sites e alguns, mais inovadores, construíram “redes sociais para médicos”. Estas acções eram esporádicas e na maior parte das vezes não eram integradas com a Equipe de Vendas ou eram importadas e plantadas de filiais internacionais sem adaptações à realidade nacional.

O conhecimento sobre o que “os médicos realmente querem” é diminuto, mas é cada vez mais fundamental nos dias de hoje. Apesar desta nova realidade existem poucos estudos realizados e disponíveis sobre as percepções e opiniões dos médicos sobre a forma que gostam de ser abordados e como deveria ser feita essa abordagem. Os estudos que existem por norma são pouco profundos, não mostrando as diferenças de opinião entre a classe médica. Como por exemplo, entre outras, as mudanças de opinião pela idade ou pela especialidade.

A ActOne® detectando um *unmet need* do mercado realizou um estudo multicanal profundo, tendo em conta variáveis de segmentação como a idade, especialidade, local de trabalho, tipo de local de trabalho (publico e/ou privado) e numero de locais de trabalho, recorrendo ao seu painel médico Askit®.

Neste documento vão ser expostos alguns pontos que estão segmentados e desenvolvidos no estudo. O estudo foi concebido para ser utilizado como fonte de informação estatisticamente relevante de apoio à decisão principalmente para os departamentos de Marketing e Vendas.

Se tiver dúvidas ou necessitar de mais informação sobre o estudo Multicanal da ActOne®, não hesite e entre em contacto connosco.



Cumprimentos,

André Batista

Departamento de Marketing  
ActOne®, SA

[www.actone.pt](http://www.actone.pt)

## Quais são os equipamentos preferidos pelos médicos

Os médicos têm o computador cada vez mais presente no seu dia-a-dia, pois tem existido uma grande pressão por parte da tutela, para que os médicos informatizem grande parte dos seus processos. A obrigatoriedade da prescrição electrónica e a informatização de todos os serviços de saúde são alguns dos exemplos.



**98,3% dos médicos revelam que têm computador e/ou portátil**

Estas alterações obrigaram que alguns médicos aprendessem a utilizar o computador, fazendo com que o número de médicos com PC ou portátil seja tão elevado. No estudo serão disponibilizadas várias métricas de utilização não só do computador mas também de outros equipamentos de comunicação.

### Quais são os outros equipamentos pessoais que os médicos mais utilizam?

O telemóvel é sem surpresas o instrumento mais utilizado, seguindo-se o Ipad ou o tablet.



Todos os dados sobre a utilização e frequência dos equipamentos com acesso à internet estão disponíveis no estudo por especialidade ou local de exercício. Existe por parte dos médicos uma adesão interessante às novas tecnologias como por exemplo a utilização de equipamentos touchscreen com grande dimensão, como o caso dos iPads e tablets, muito úteis para receberem acções de comunicação, como por exemplo envio regular de newsletters.

O número apresentado tem tendência a aumentar incondicionalmente devido à entrada de novos profissionais de saúde e à adesão dos médicos, como é hábito dos portugueses, às novas tecnologias.



**ask it your self**

Este estudo foi realizado através da plataforma de estudos de mercado on-line Askit®.

Que conta com o maior painel de profissionais de saúde em Portugal (Médicos, Enfermeiros, Farmacêuticos, entre outros)

#### Software as a service

O Askit® é uma plataforma Web onde os inquiridos não precisam de instalar qualquer aplicação no momento da sua utilização.

#### Eliminação do entrevistador do processo de inquirição

No Askit® os inquiridos respondem a partir da sua página pessoal disponível na plataforma, de forma cómoda e autónoma.

#### Sistema de prémios e responsabilidade social

Os inquiridos são gratificados pelo seu tempo disponibilizado, podendo reverter as gratificações a causas sociais.



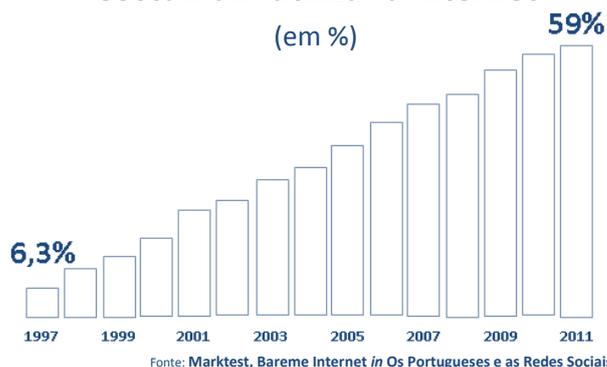
## Utilização da Internet e do email

A utilização da internet e do email em Portugal já é uma realidade, mais de metade da população já utiliza regularmente a internet. Assistiu-se a um aumento de cerca de 89% em pouco mais de 10 anos, que se prevê que continue a subir nos próximos anos.

Qual é a taxa de utilização dos médicos da Internet? Utilizam o email? Quantas vezes acedem à internet? São perguntas em que resposta é essencial para conseguir comunicar eficazmente de forma digital com os médicos. Este estudo consegue fornecer uma visão profunda do tipo de relação que os médicos têm com a Internet e o uso regular do Email. Que conteúdos pesquisam profissionalmente, e dos quais reconhecem mais valor em serem disponibilizados pelos próprios laboratórios. Até que conteúdos estariam dispostos a pagar para ter acesso.

Os médicos portugueses, em média 96,3%, utilizam regularmente a internet, valor é mais alto em 33% que a média nacional (59%), é interessante ver que o número de médicos que acedem ao email é de 92,4%, valor igual aos médicos que acedem à internet. O médico que utiliza a internet por norma também utiliza o email.

### Costumam utilizar a Internet



96,3%



96,3%

É claro que estes números contêm médicos que acedem uma vez por semana ou médicos que acedem mais que uma vez por dia, ao email ou à internet. A variável foi tomada em consideração no estudo, bem como o local (consultório ou na residência) que o médico acede à internet e qual é o dispositivo com que acede. São estes pequenos pormenores que podem fazer toda a diferença entre o sucesso ou insucesso de uma acção de comunicação digital.

### ACESSOS À INTERNET E EMAIL ATRAVÉS DE DISPOSITIVOS

Será que os médicos acedem à internet fora do “tradicional” computador ou portátil? No caso do telefone 51,7% dos médicos acedem diariamente, 6,4% duas a três vezes por semana, 15,2% pelo menos uma vez por semana e 26,7% não acede à internet pelo telefone. Este é outro tópico que o estudo disponibiliza, tem resultados de utilização da internet e do email por computador, telemóvel, iPad/Tablet entre outros equipamentos.



52,7%

Diariamente



7,8%

Duas a três vezes por semana



15,8%

Pelo menos uma vez por semana



23,7%

Não acedem

## O que procuram e gostam de ter disponível online e offline?

### Online

Os médicos gostam de informação precisa e bem documentada seja em formato físico ou em formato digital. Foi pedido aos médicos que avaliassem qual o formato preferido quando procuravam informação online. O formato mais bem avaliado foi o formato de texto simples com imagens. Os médicos no estudo avaliaram cada formato de comunicação individualmente.

Texto com Imagens



4,32

Slides



3,81

Vídeo



2,99

Só texto



2,7

Voz



1,8

A grande maioria dos médicos já procura informação profissional on-line (mais de 98%) principalmente quando têm dúvidas ou querem mais informação sobre patologias e medicamentos. A indústria deveria disponibilizar aos médicos conteúdos online, realizados por eles, sobre os tópicos que os médicos mais procuram. Para que todos os profissionais, possam aceder facilmente quando desejarem, a guidelines de terapêuticas ou a informação detalhada sobre os medicamentos. Através de fontes seguras e fidedignas.

É certo que nem todos os médicos que fazem parte dos 98% acedem à internet com a mesma frequência. No caso dos médicos que procuram informação sobre medicamentos, cerca de 20,8% dos médicos procuram a informação diariamente, 54,9% pelo menos mais que uma vez por semana, 23,5% pelo menos um mês por ano e apenas 0,8% diz que nunca acedeu à internet para procurar informação sobre medicamentos. Os dados apresentados neste documento estão agrupados, no estudo, encontram-se segmentados por utilização, frequência e conteúdo.

Os sites mais procurados pelos médicos são a eMedicine|Medscape e a PubMed entre outros referenciados. Com uma notoriedade espontânea de 28,2% e 23,9%.



28,2%



23,9%

### Offline

Os médicos quando não procuram informação online, procuram tirar dúvidas em conversas com colegas, em livros terapêuticos e referências médicas, nas visitas realizadas pelos DIMs ou em Jornais e Revistas da especialidade. Sendo que todas as fontes referenciadas pelos médicos estão disponíveis no estudo, os congressos são os eventos em que os médicos procuram menos informação.



28,9%



24,7%



24,3%



16,8%

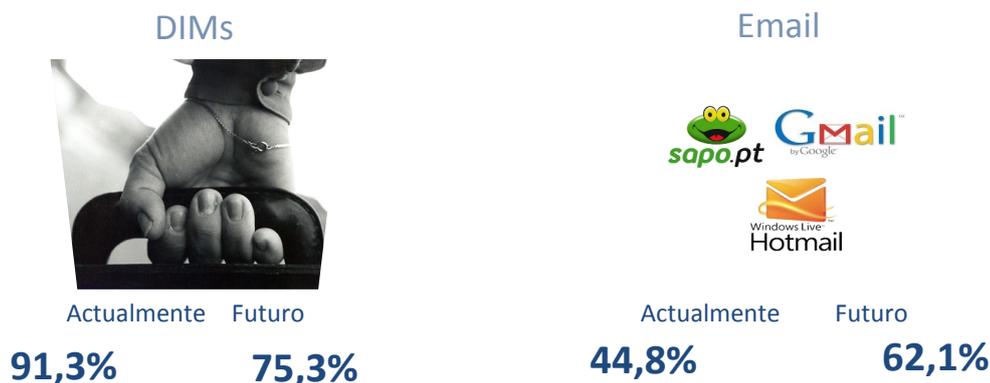
## Quais são os canais de agora e do futuro



No estudo mediu-se também as percepções dos canais que os médicos acham mais importantes nos dias de hoje e a importância que consideram que vão ter na comunicação no futuro, entre a indústria e os médicos. Além de outros canais que foram avaliados, neste documento vamos ver apenas a importância dos DIMs e do Email.

Tendo em conta o actual cenário, de comunicação entre a Indústria para com os médicos, 91,3% dos médicos afirmam que recebem visitas dos DIMs diariamente ou semanalmente, mas no futuro apenas 78,4% dos médicos afirmam que esta frequência de visitas se irá manter. Uma queda na ordem dos 21 pontos percentuais. 44,8% dos médicos afirmam que o email é nos dias de hoje uma fonte regular de comunicação, no futuro, 62,1% acham que irá ser uma forma regular de comunicação. Um aumento cerca de 28 pontos percentuais.

Existem duas tendências, os médicos têm a percepção que as visitas dos DIMs vão diminuir de frequência no futuro, e que a utilização do email irá aumentar. Saiba mais sobre as opiniões e percepções dos médicos sobre todos os canais, adquirindo este estudo.

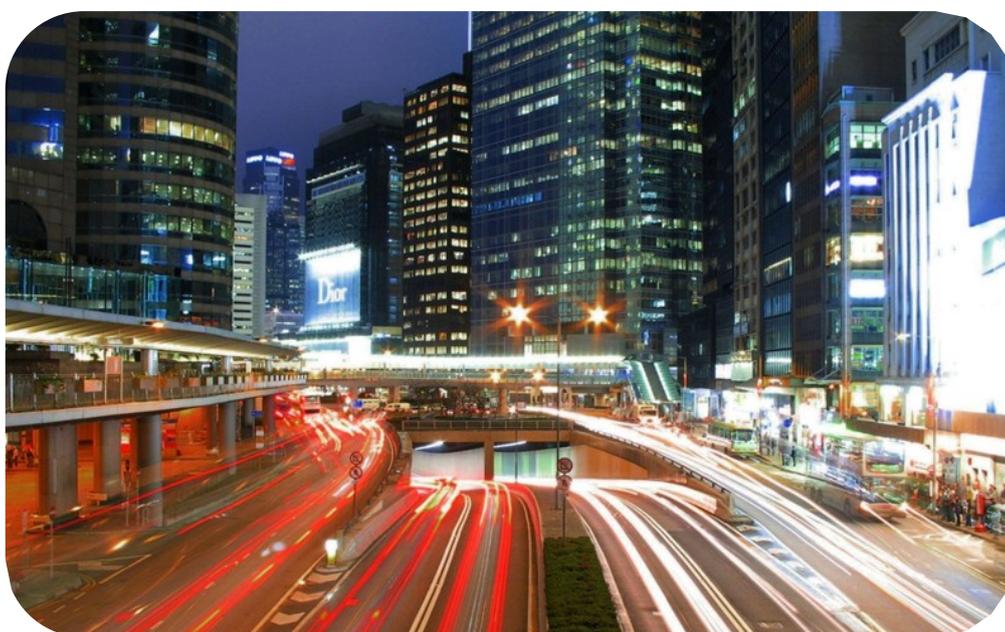


Toda a Informação disponibilizada neste documento **está aprofundada e fundamentada no relatório do estudo.**

O estudo Multi-Canal foi realizado tendo por base o painel médico da ActOne®, com recurso à plataforma on-line de estudos de mercado Askit®. Foram realizadas 600 entrevistas com as seguintes especialidades: Clínica Geral e Familiar, Cardiologia, Ginecologia, Endocrinologia, Medicina Interna, Reumatologia, Infecçiology, entre outras especialidades



O 4you® é um canal comunicação de email marketing, que consegue enviar conteúdos dinâmicos directamente e sem enviesamento da mensagem, para o profissional de saúde. Cobre mais de 50% dos médicos activos em Portugal representado por todas as especialidades.



PARA MAIS INFORMAÇÕES SOBRE ESTE O ESTUDO MULTICANAL  
OU OUTRAS SOLUÇÕES ACTONE® CONTACTE-NOS

EMAIL: GERAL@ACTONE.PT TEL.:(+351) 214 241 460