

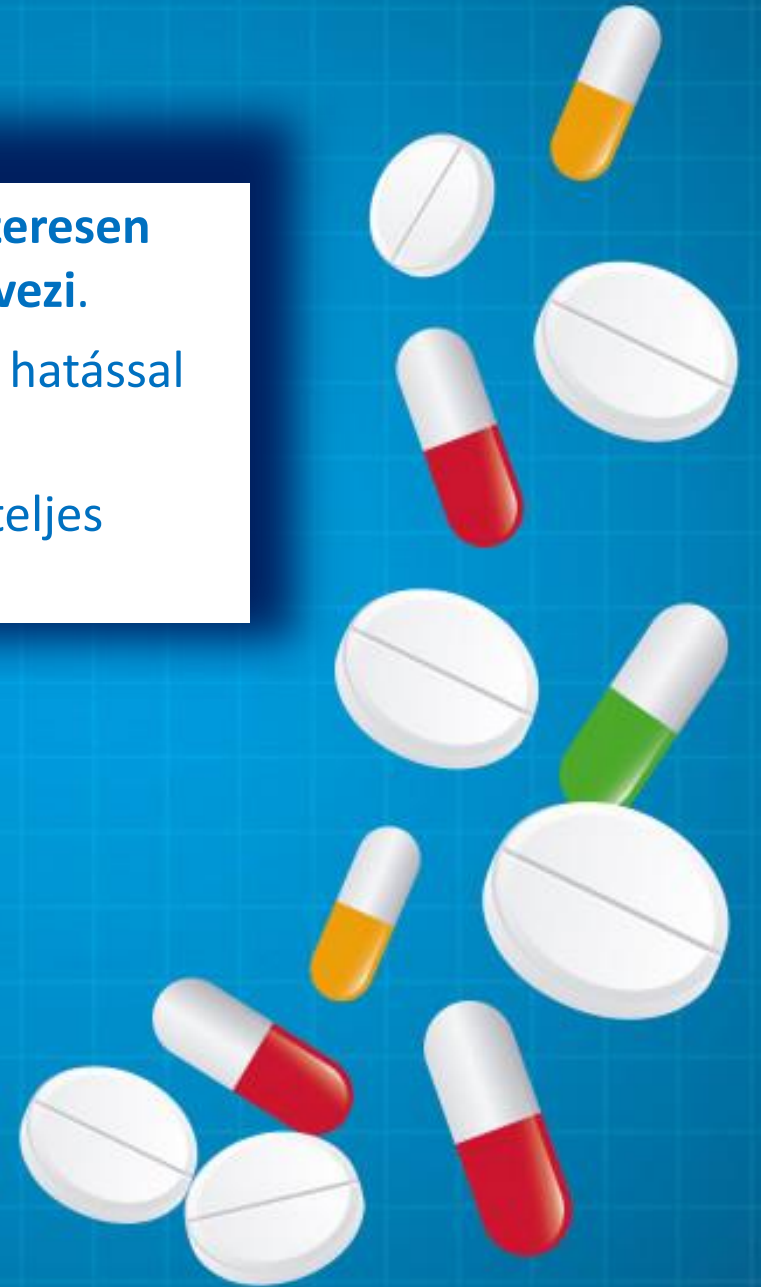


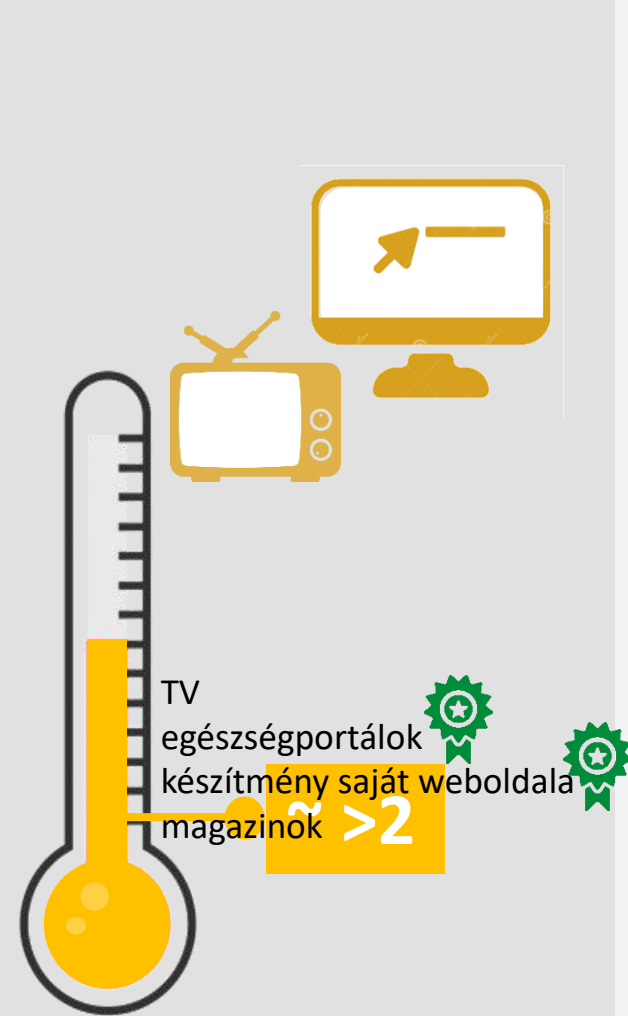
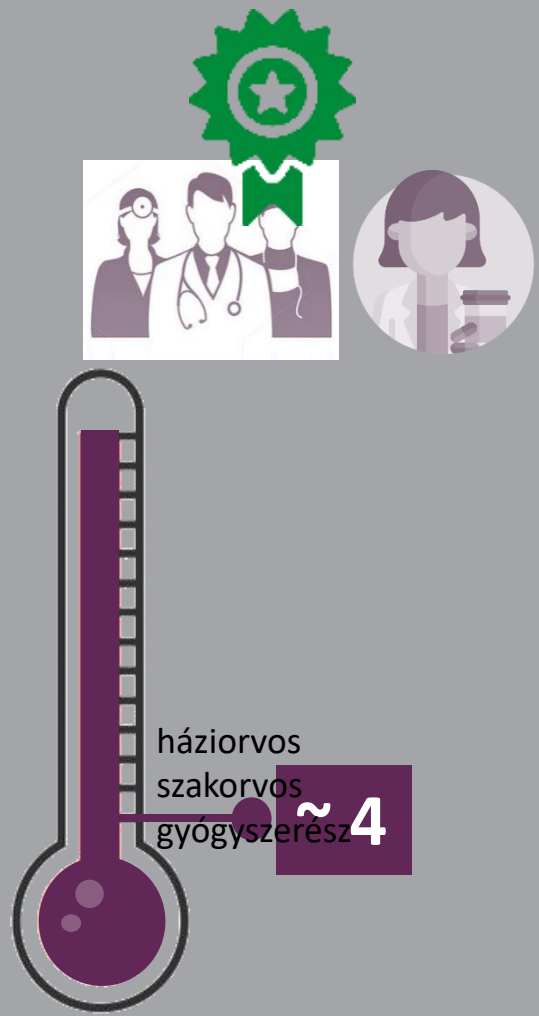
MI ALAPJÁN VÁLASZTUNK GYÓGYSZERT?

Képzelve el, hogy új, Ön által **eddig nem használt vagy nem rendszeresen vásárolt recept nélkül kapható patikai készítmény vásárlát tervezi.**

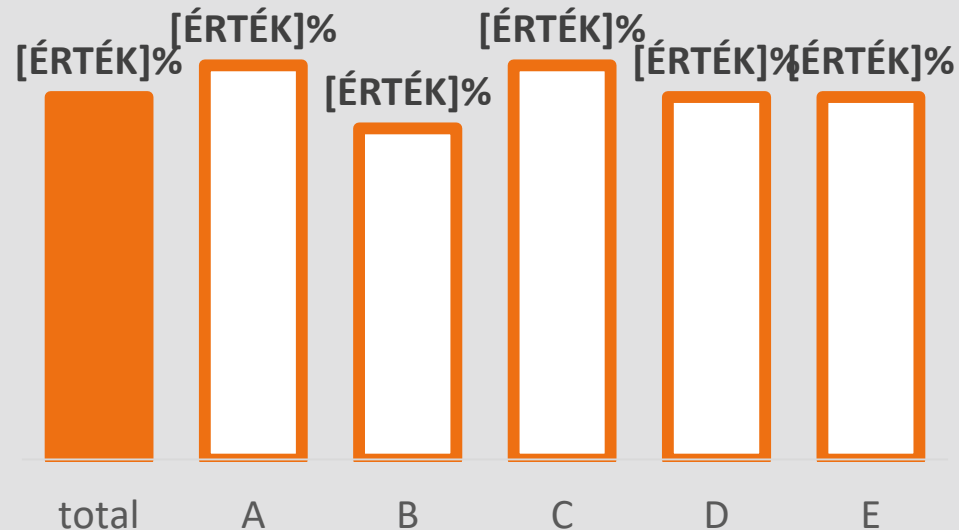
Értékelje 1-5-ig az alábbi információs csatornákat, mennyire vannak hatással arra, hogy végül melyik készítményt választja?

Az 1-es jelentése, hogy egyáltalán nem, az 5-ös jelentése, hogy teljes mértékben/jelentősen.

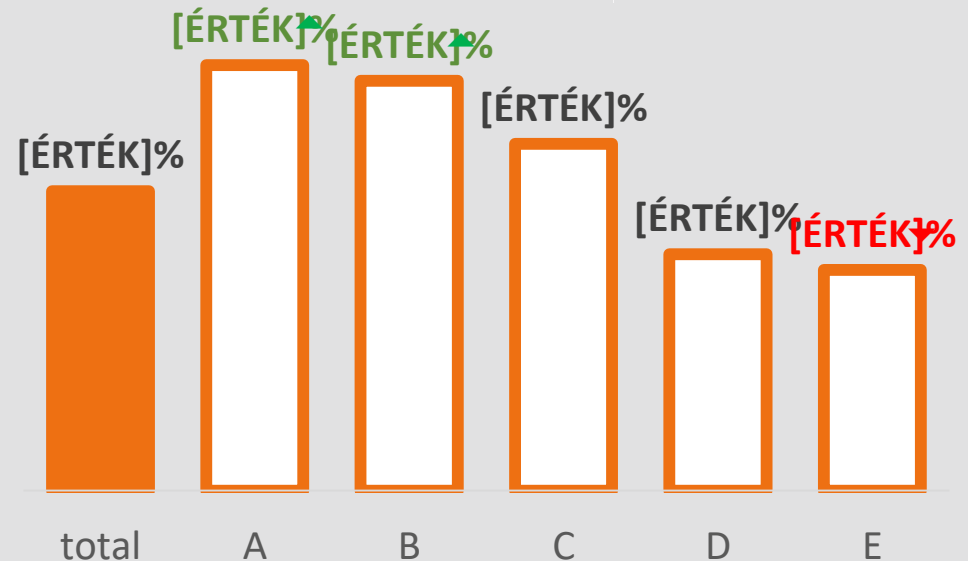




A TV hatása valamennyi ESOMAR kategóriában az átlag körül alakul, míg az egészségportálok szerepe – bevallottan az AB státuszban szignifikánsan magasabb!



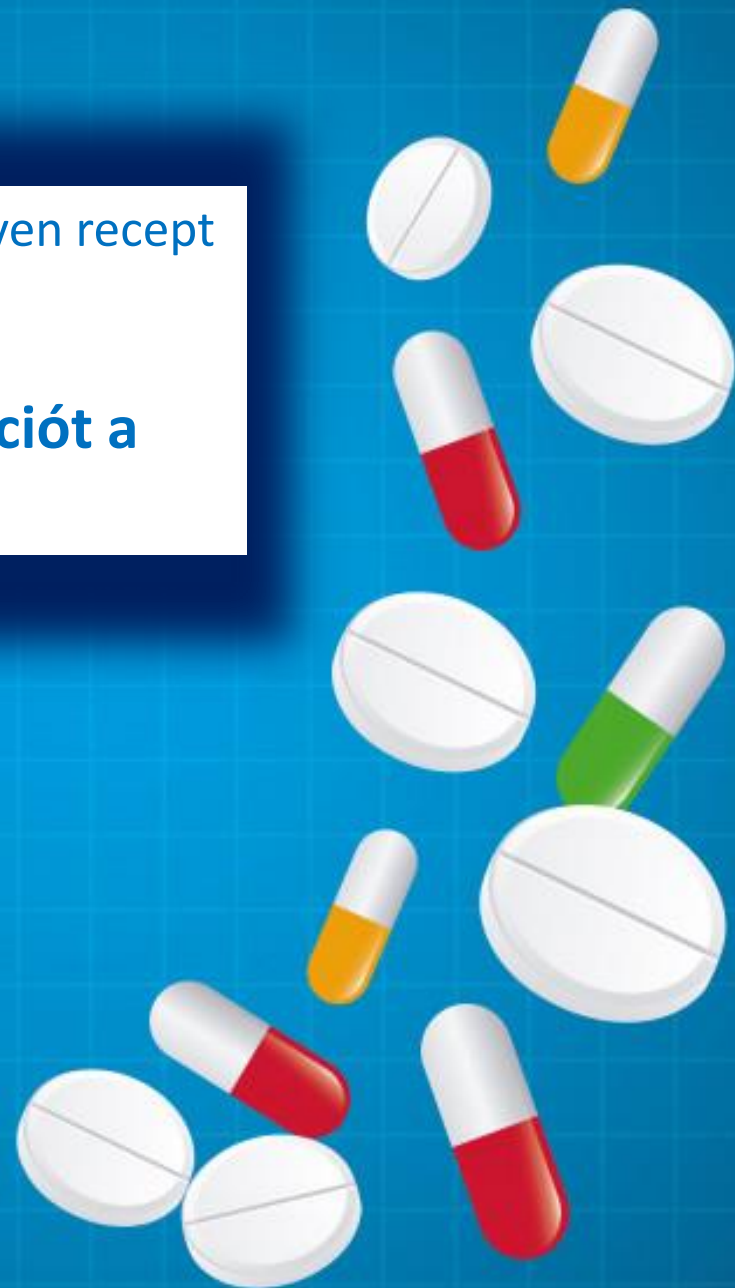
A TV-ben megjelenő hirdetés hatása az OTC választásra – TOP2Box említések aránya (4-es és 5-ös osztályzatok)



Az egészségportálon megjelenő cikk, hirdetés hatása az OTC választásra – TOP2Box említések aránya (4-es és 5-ös osztályzatok)

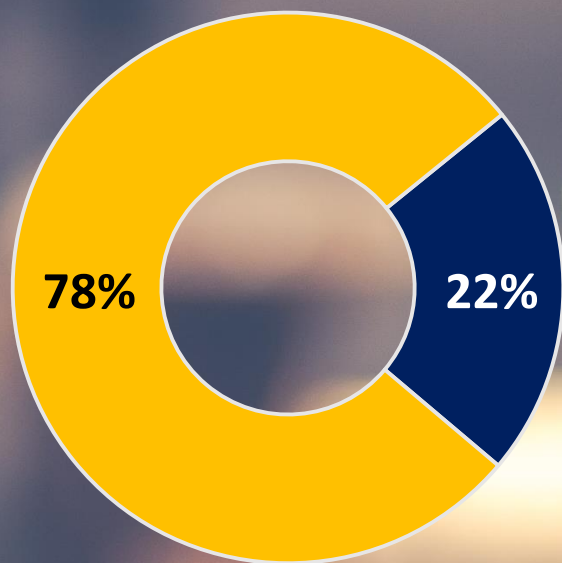
Kérem gondoljon a legutóbbi patikai vásárlására, amely során bármilyen recept nélkül kapható készítményt vásárolt!

A vásárlást megelőzően keresett-e bármilyen információt a készítményről az interneten?

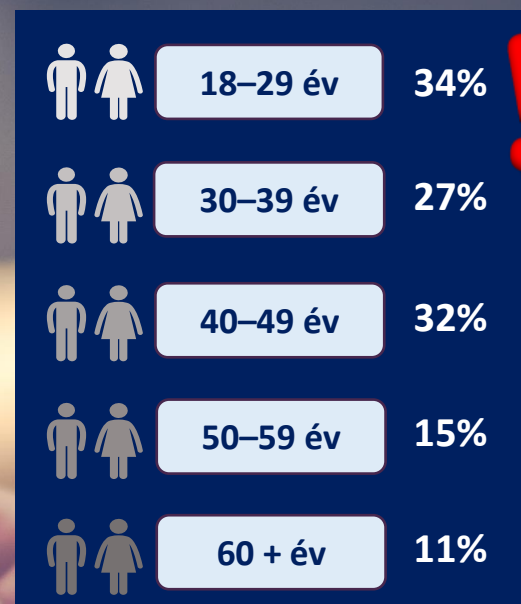


A patikai vásárlók 22%-a a legutóbbi OTC vásárlás során előzetesen is keresett információt az interneten a gyógyszerről!

vásároltam
patikában recept
nélkül kapható
készítményt, de nem
kerestem róla
információt a neten



vásároltam patikában
recept nélkül kapható
készítményt és kerestem
róla előzetesen információt
az interneten



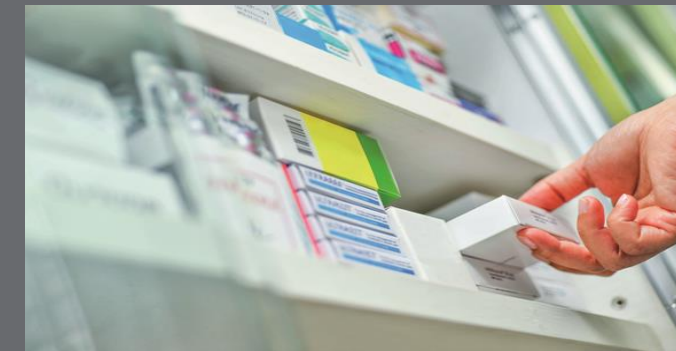
Ismert készítmények átlagos száma – mindennapos TV/internet használat mellett



9,5	fejfájás	10,2
8,8	izom, ízület	9,3
8,7	gyomorpanaszok	8,7
5,1	magnézium	5,1
3,8	aranyér	3,8
3,5	visszér	3,5
3,1	probiotikum	3,0

BENU+ Gyógyszertár





A patikai vásárlók...
61%-a nézi meg a
patikai újságokat

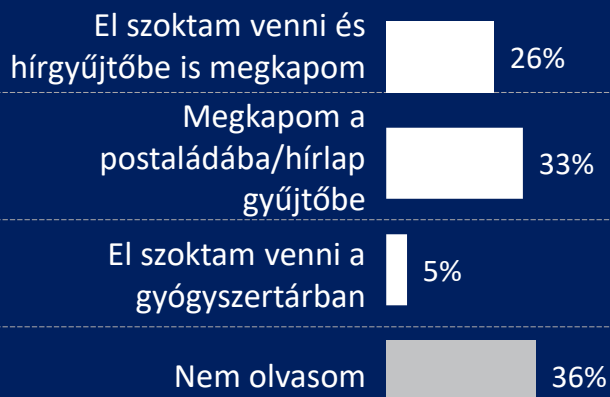


...19%-uk átnézi,
bejelöli az érdekes
termékeket

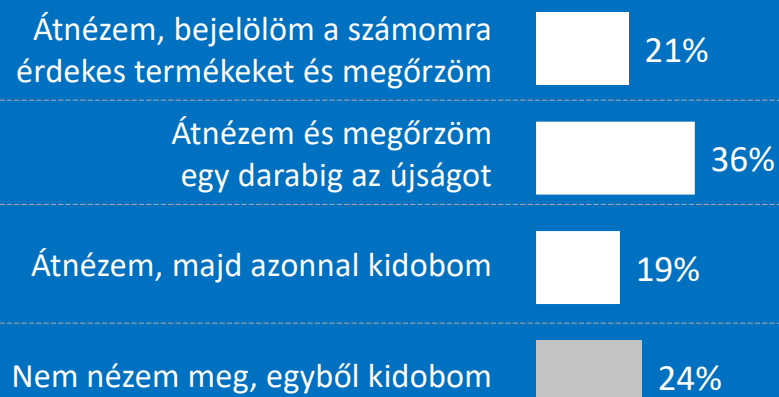


...12%-uk elmegy a
patikába az akció
miatt!

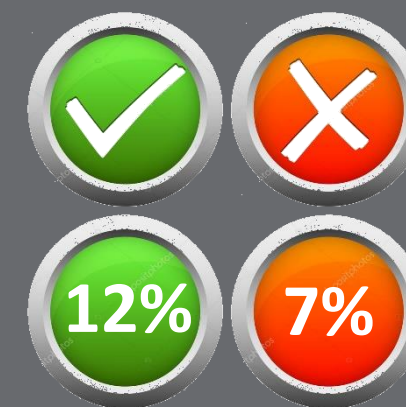
Hogyan jut a patikai lapokhoz?



Mit tesz a patikai lapokkal?



El szokott Ön menni a patikába kifejezetten az
akciós termék megvásárlása céljából?







1.000 mrd HUF



4,9 millió fő



≈40% külföldről (!)

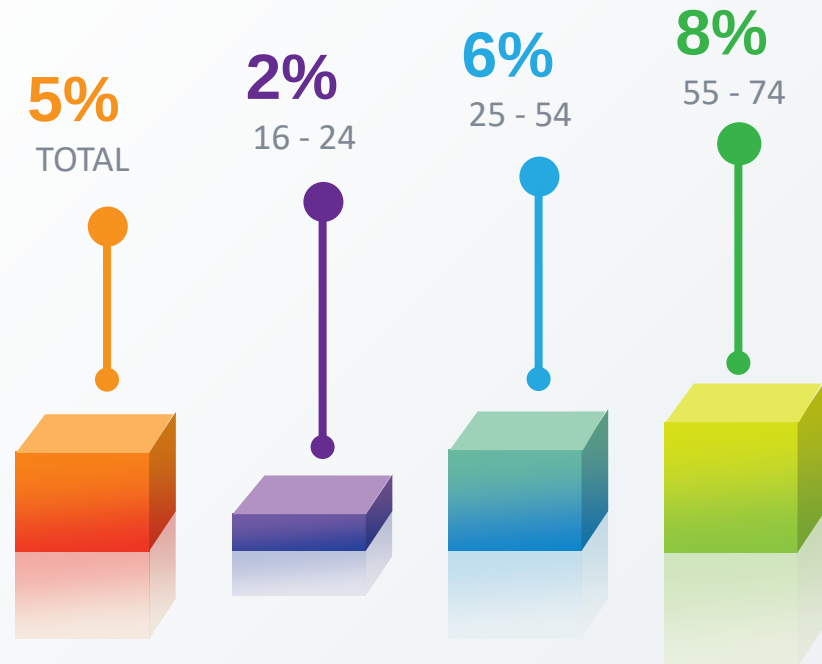
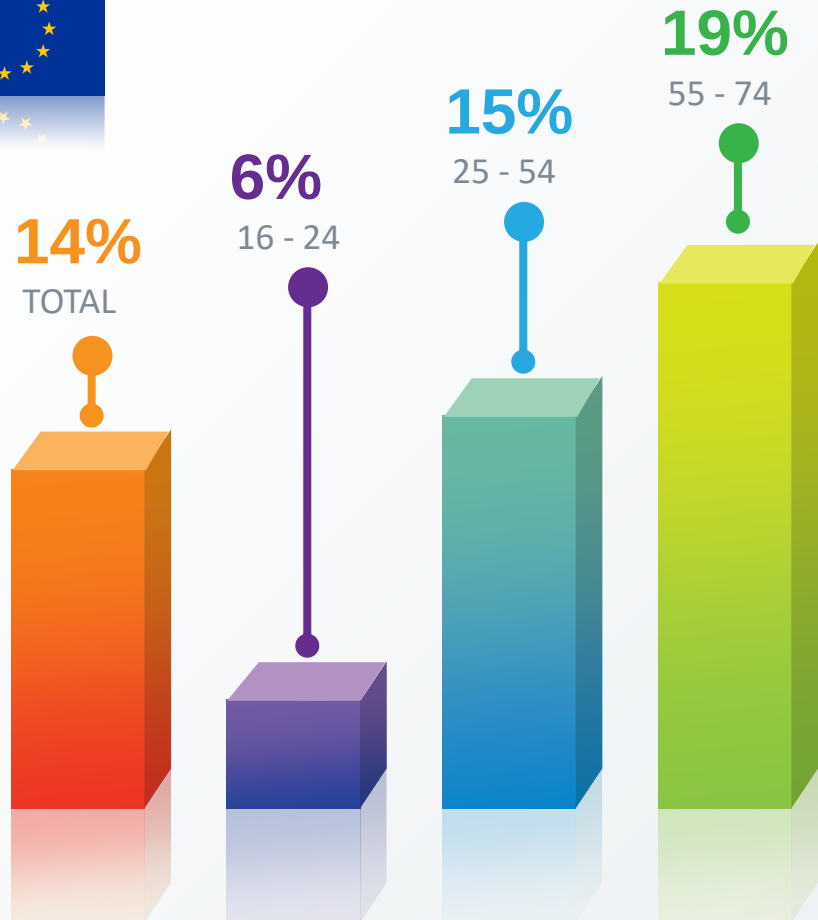


13-15 ezer Ft/alkalom



10-12 vásárlás/fő/év

Magyarországon a gyógyszerek (egyelőre) csak kisebb részét képezik az online költési kosárnak



A gyógyszert online vásárlók aránya (2018) (bázis: aki az elmúlt 1 évben vásárolt online)



Mindennek, amit (nem) teszünk, hatása van az üzleti eredményeinkre!