

НАРКОЛОГИЯ

/

Анализ отзывов пользователей о
лекарственных препаратах в
категории «Наркология»

15 февраля — 14 апреля 2015

 Brand Analytics
АНАЛИТИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ БРЕНДА

01	Сводные данные	3
02	Лояльность к брендам	4
03	Контекст упоминаний	5
04	Конкурентный анализ	6
05	Целевая аудитория / Пол	7
06	Целевая аудитория / Источники	8
08	Выводы	9

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ

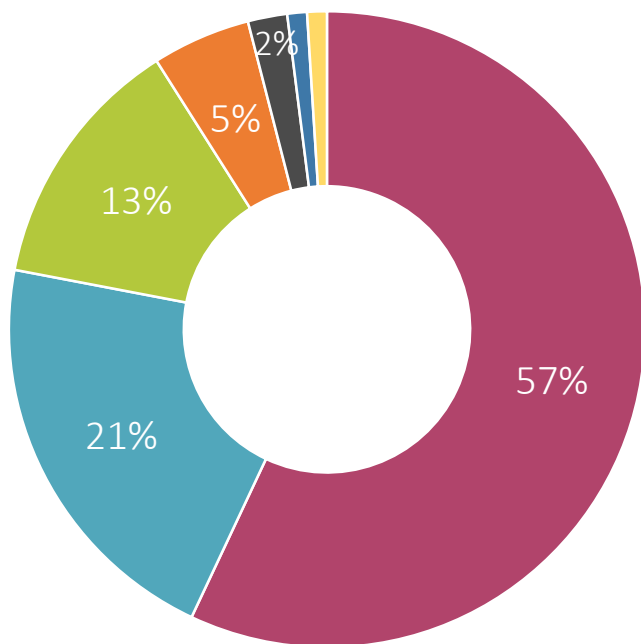
УПОМИНАНИЙ: 325
ЛОЯЛЬНОСТЬ: 1,3

Всего за период с 15 февраля по 14 апреля 2015 г. в социальных медиа зафиксировано 325 упоминаний лекарственных препаратов (ЛП) категории «Наркология».

Число позитивных сообщений превысило негатив на 30%

Повышение лояльности аудитории связано с высокой эффективностью ЛП в борьбе с алкогольной зависимостью.

КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ



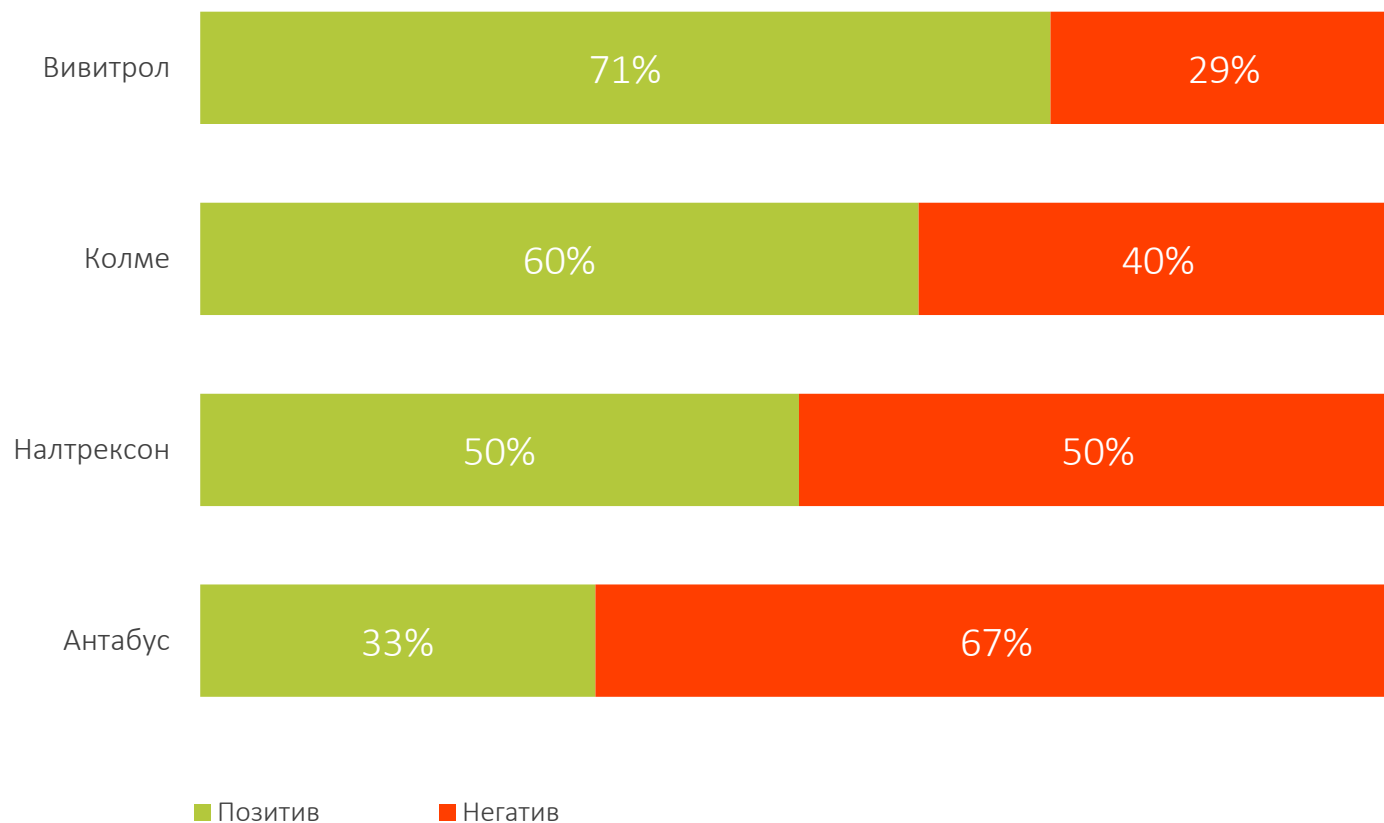
■ Колме
■ Антабус
■ Антаксон
■ Налтрексон
■ Вивитрол
■ Продетоксон

Наиболее обсуждаемым в социальных медиа препаратом против алкогольной зависимости является Колме (186 сообщений).

Стабильный поток упоминаний также наблюдается по брендам Налтрексон (69), Антабус (43) и Вивитрол (15). Препараты Антаксон, Продетоксон и Налмефен не относятся к узнаваемым маркам в социальных медиа.

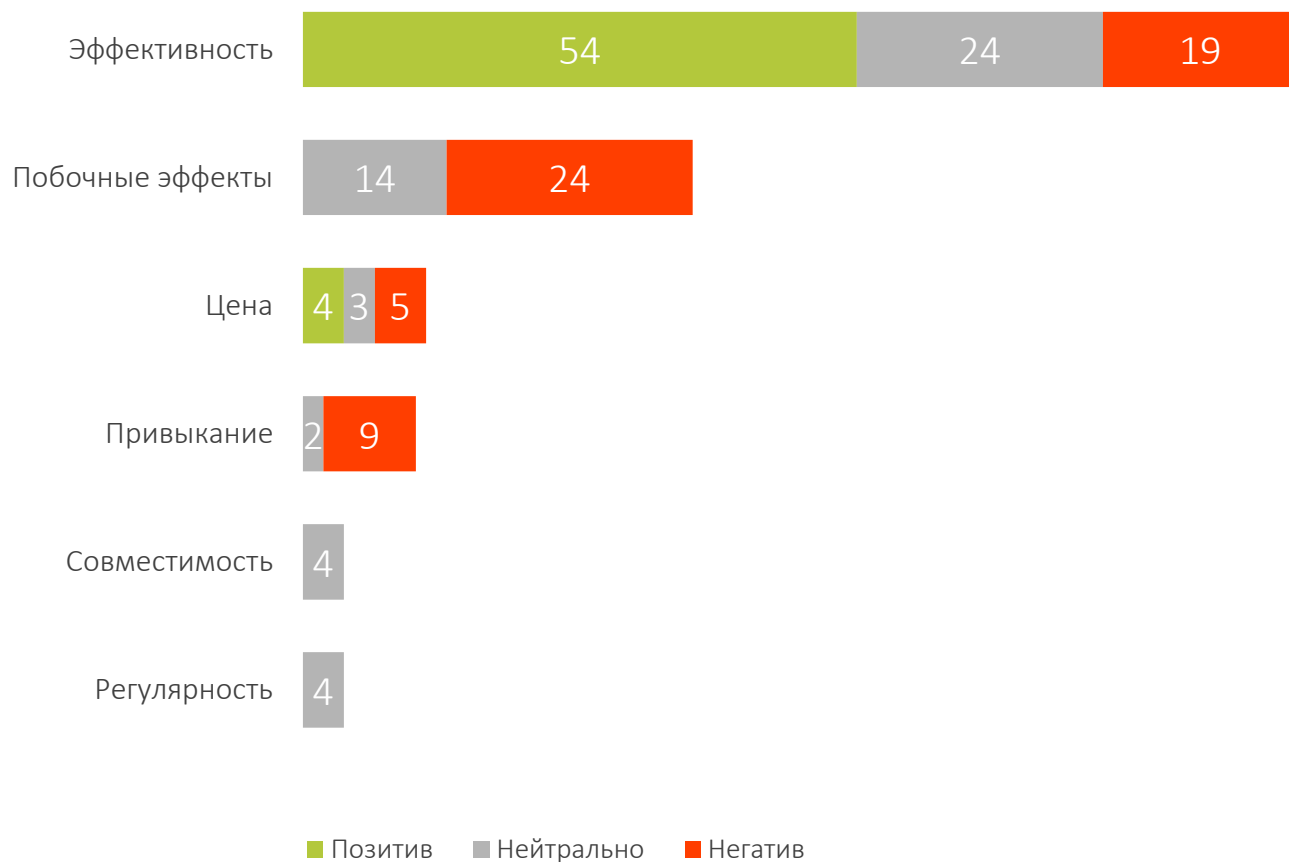
ЛОЯЛЬНОСТЬ К БРЕНДАМ

ТОНАЛЬНОСТЬ УПОМИНАНИЙ



Наивысший уровень лояльности аудитория продемонстрировала к препарату Вивитрол (позитив превышает негатив в 2,5 раза). Второе место по степени лояльности – у бренда Колме (1,5). Отношение авторов к Налтрексону – нейтрально (1), а у бренда Антабус преобладает негатив (0,5).

ТЕМАТИКИ ОТЗЫВОВ



Наиболее яркий акцент в обсуждении качественных параметров препаратов аудитория делает на **эффективности** (54 пользователя считают ЛП эффективным в борьбе с зависимостью, в то время как 19 авторов считают, что важнее – желание самого больного).

Также популярно обсуждение **побочных эффектов**, которые являются **негативным барьером** в 24 случаях.

Другими важными параметрами выбора ЛП являются **цена** (7 авторов находят ее доступной, в то время как 5 – чрезвычайно дорогой) и эффект привыкания (9 негативных отзывов).

Кроме того, пользователей интересуют **совместимостью** (4) ЛП с другими веществами и оптимальной периодичностью приема препаратов (4).

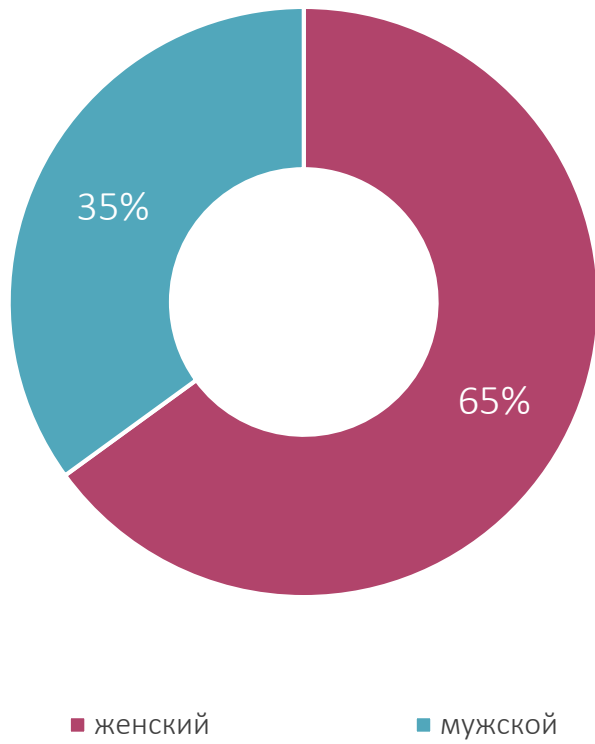
Бренд	Конкурентное преимущество	Проблемная зона
Вивитрол	<p>Эффективность</p> <p>Очень хороший препарат. Реально помогает. При алкоголизме снимает тягу, в случае срыва не дает уйти в запой и сильно опьянеть.</p> <p>21.02.2015 livejournal.com</p>	<p>Цена</p> <p>С Вивитролом не срослось - стоимость препарата слишком высока. Более того - антаксон (всё тот же, да) значительно дешевле Вивитрола).</p> <p>21.02.2015 livejournal.com</p>
Колме	<p>Эффективность</p> <p>Читаю отзывы о КОЛМЕ, что все это реклама. Не правда, капли свое дают, то есть помогают и очень, а если не помогают - значит капли - подделка.</p> <p>15.02.2015 prozdo.ru</p>	<p>Привыкание</p> <p>Пробовали эти и капли Колме, что сказать помогает, но ненадолго, эффект кратковременный, лучше все-таки закодировать, это действительно способ, который избавляет от пристрастия.</p> <p>05.03.2015 izlechenie-alkogolizma.ru</p>
Налтрексон		<p>Эффективность</p> <p>А подшивка от чего-либо вообще фуфло. Налтрексон пробивается двумя граммами герыча, правда, если бухнуть при ней, то может тряхануть.</p> <p>11.03.2015 twitter.ru</p>
Антабус		<p>Побочные эффекты</p> <p>Препараты, от которых после алкоголя плохо (антабус) - это садизм. Выпьешь - будет плохо.</p> <p>01.04.2015 otvet.mail.ru</p>

Исследование лояльности пользователей по отношению к отдельным характеристикам ЛП (эффективность, цена, побочные эффекты, требуемая регулярность и т.д.) **демонстрирует приоритет эффективности: целевая аудитория брендов (преимущественно женщины) готова жертвовать большинством свойств в пользу результативного излечения от зависимости.**

В отчетном периоде в социальных медиа выявлено 2 препарата высокой эффективности (доверие к его результатам превышает недоверие более чем в 2 раза): Вивитрол и Колме.

Дальнейший выбор пользователей определяется совокупностью трех других параметров (цена, привыкание и побочные эффекты).

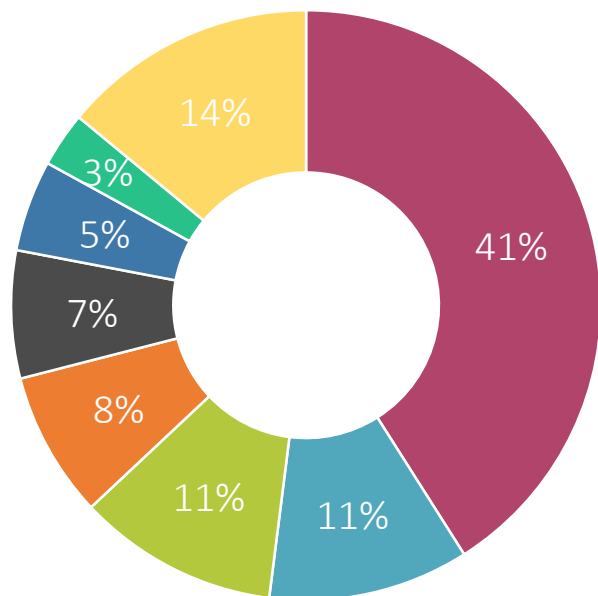
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ПОЛУ



Несмотря на то, что среди конечных пользователей препаратов в категории «Наркология» преобладают мужчины, **наивысшая публикационная активность** **пришлась на долю женщин** (65% всех авторов).

Женщины проявляют больший интерес к ЛП серии «Наркология» для открытого и тайного лечения мужей, отцов и братьев, что стоит учитывать в позиционировании данных ЛП.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ИСТОЧНИКАМ



- vk.com
- odnoklassniki.ru
- otvet.mail.ru
- izlechenie-alkogolizma.ru
- twitter.com
- facebook.com
- livejournal.com
- другие

Основной площадкой концентрации ЦА является социальная сеть ВКонтакте (41% публикаций). В пятерку наиболее активных площадок вошли Twitter (11% постов), Одноклассники (11%), Facebook (8%), а также сервис Ответы.Mail, которые аккумулируют множество рекомендаций по способам избавления от алкогольной зависимости (7%). На долю специализированных ресурсов (izlechenie-alkogolizma.ru, health.mail.ru, piluli.ru, doktor.ru и т.д.) приходится 18% всех упоминаний.

ЛИДЕРЫ ПО УПОМИНАЕМОСТИ

Наиболее популярными препаратами в категории «Наркология» являются **Колме**, **Налтрексон**, **Антабус** и **Вивитрол**.

ЛИДЕРЫ ПО ЛОЯЛЬНОСТИ

Наибольшую лояльность аудитория демонстрирует к препаратам **Вивитрол** и **Колме**, наиболее сильное конкурентное преимущество – эффективность.

ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Среди площадок концентрации целевой аудитории лидирует социальная сеть **ВКонтакте**. Также стоит обратить внимание на сервисы **Ответы.Mail** и **Health.Mail**, интернет-аптеки и женские форумы.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ВЫБОРА

Наиболее значимыми факторами выбора ЛП является его **эффективность** в излечении алкогольной зависимости (при этом важна долгосрочность результата), **отсутствие критических побочных эффектов** и **цена**

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Целевой аудиторией исследуемой группы препаратов являются **женщины, которые стремятся вылечить близких от алкогольной зависимости** (в основном, маскируя эффект от препарата под алкогольную аллергию).

СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!

Аналитический центр Brand Analytics
ac@br-analytics.ru