

OGLAŠAVANJE OTC PROIZVODA

prilika za odgovorno samoliječenje

4. HRVATSKI KONGRES FARMACIJE
Opatija, 27.-30. svibnja 2010.



Mirna Radošević, mr.pharm.
SALVEO d.o.o.

medicinski
priznato

ekonomski
opravdano

**ODGOVORNO I PRAVILNO
SAMOLIJEČENJE**

u interesu
građana

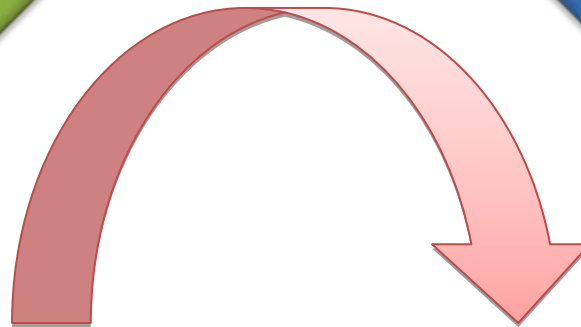


HRVATSKA DANAS



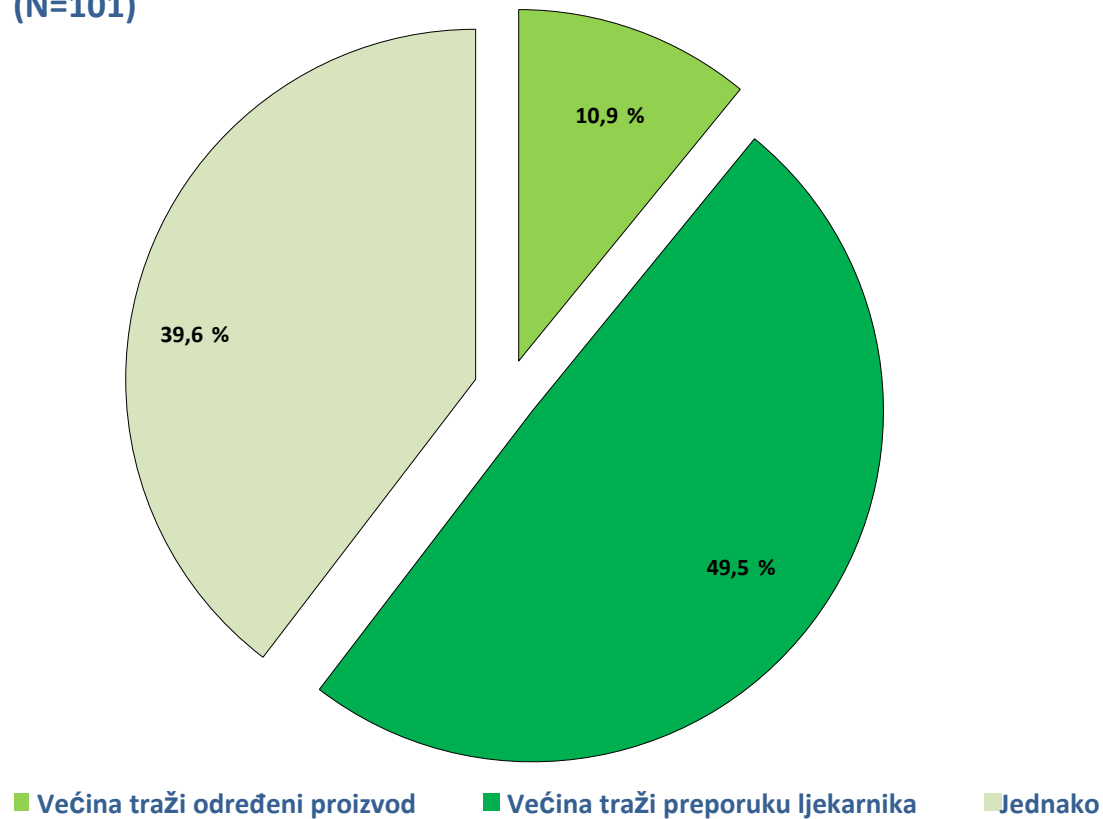
LJEKARNIK

PROIZVOĐAČ
OTC PROIZVODA



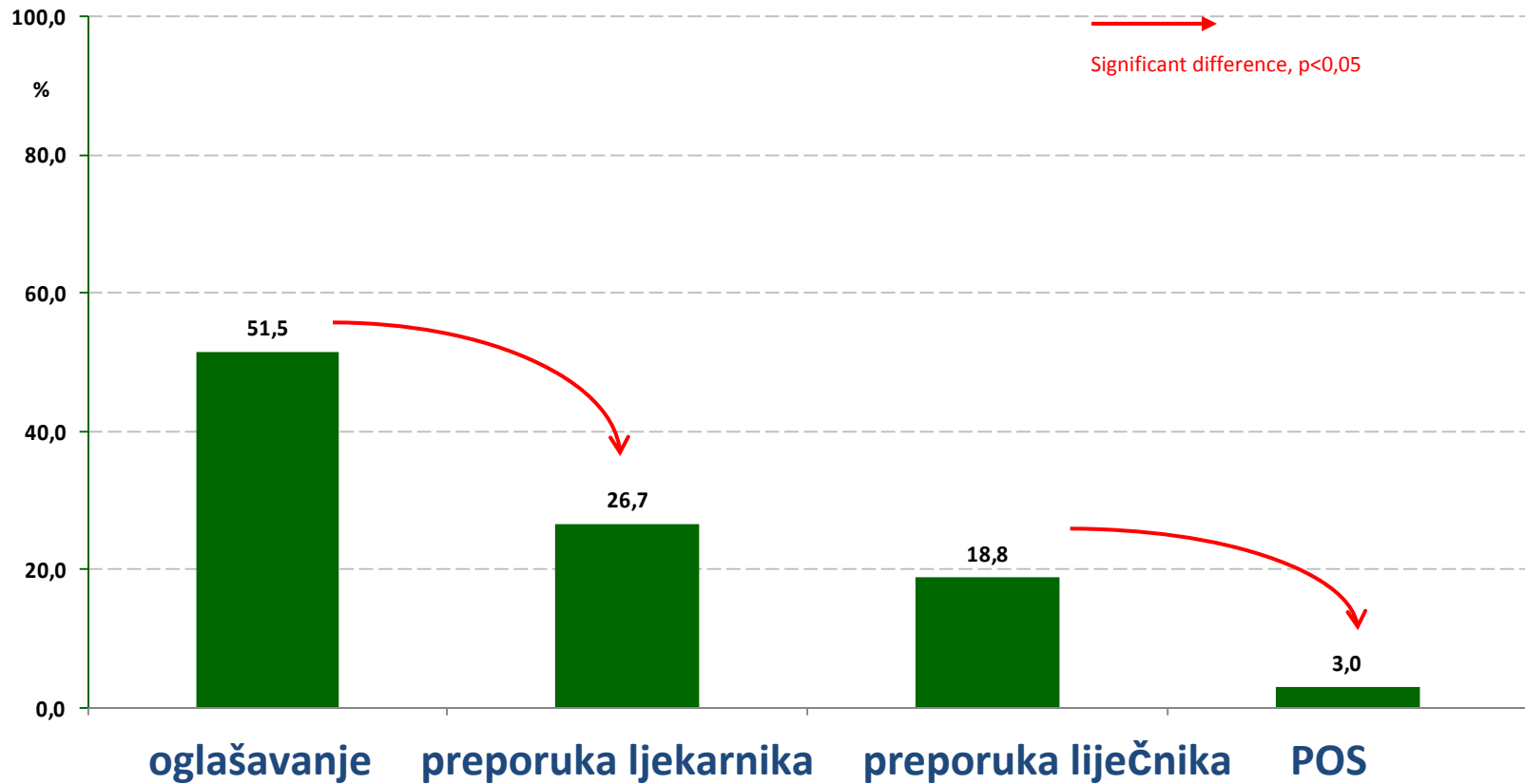
ŠTO MISLE LJEKARNICI?

PREPORUKA LJEKARNIKA VS TRAŽENJE SPECIFIČNOG PROIZVODA
(N=101)

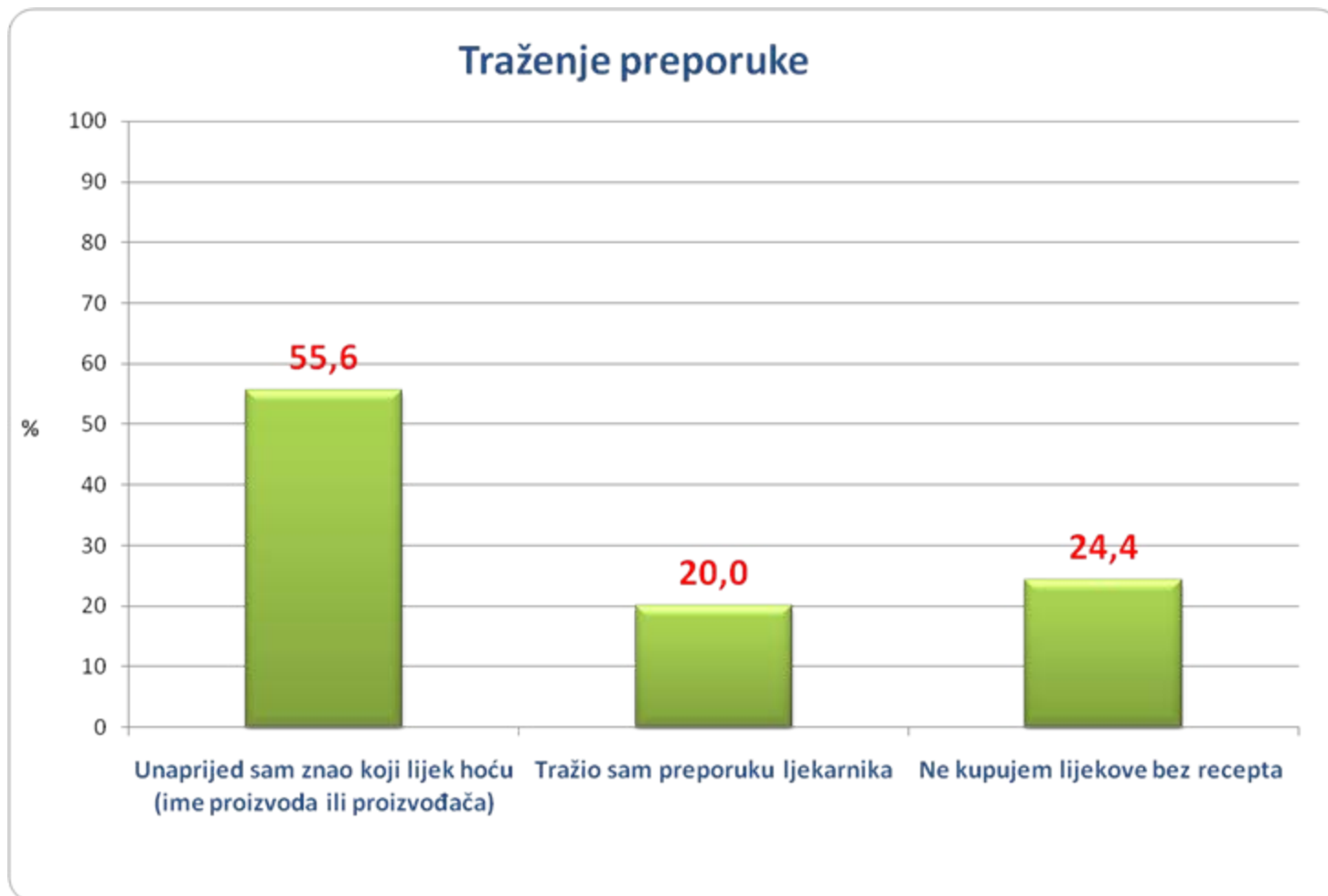


ŠTO MISLE LJEKARNICI?

NAJVAŽNIJI ČIMBENICI KOJI UTJEČU NA IZBOR PROIZVODA (N=101)



ŠTO MISLE PACIJENTI?

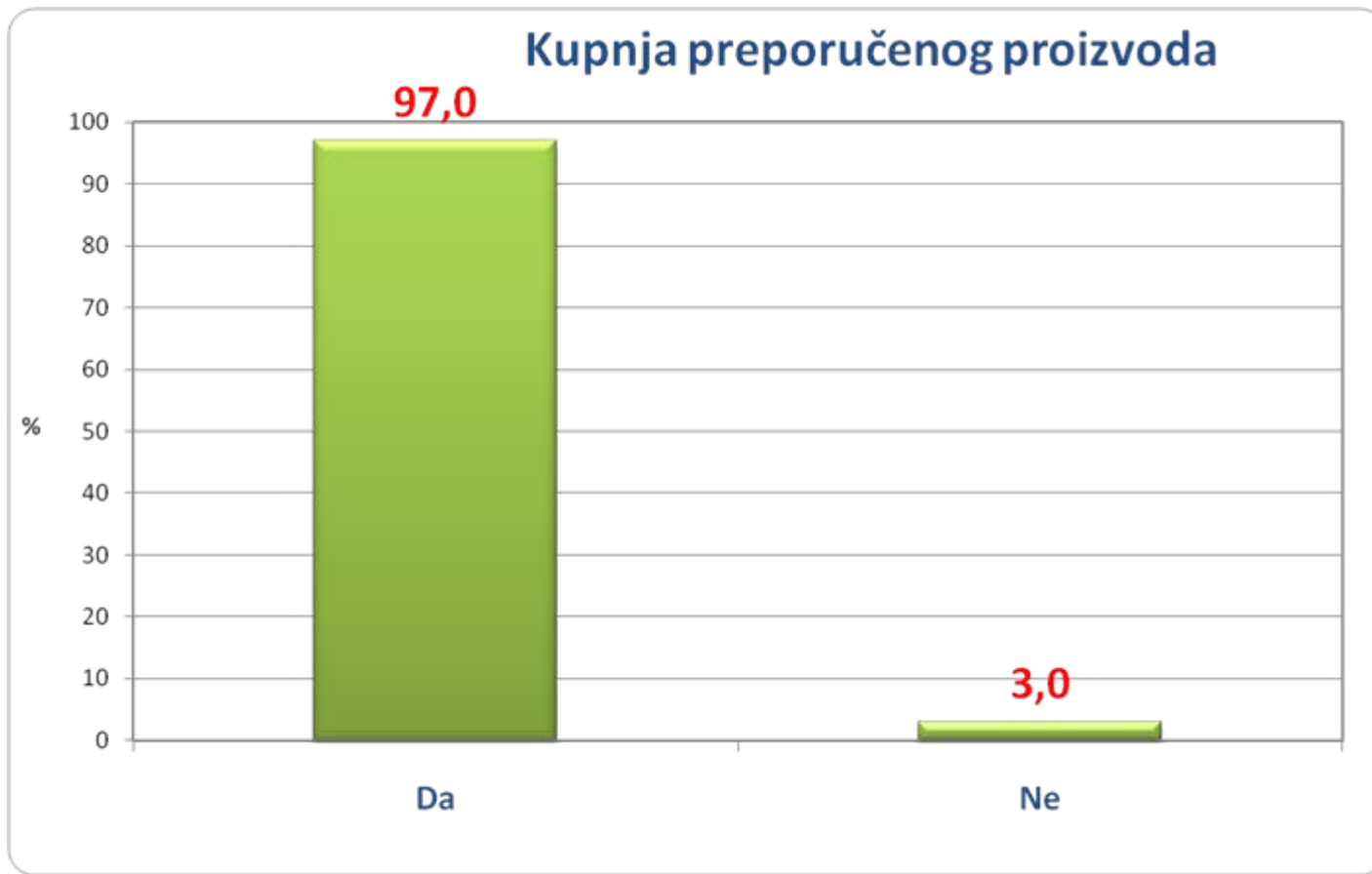


Izvor: Henda Market Research, HrCatibus, 2010

ŠTO MISLE PACIJENTI?



ŠTO MISLE PACIJENTI?



Izvor: Henda Market Research, HrCatibus, 2010

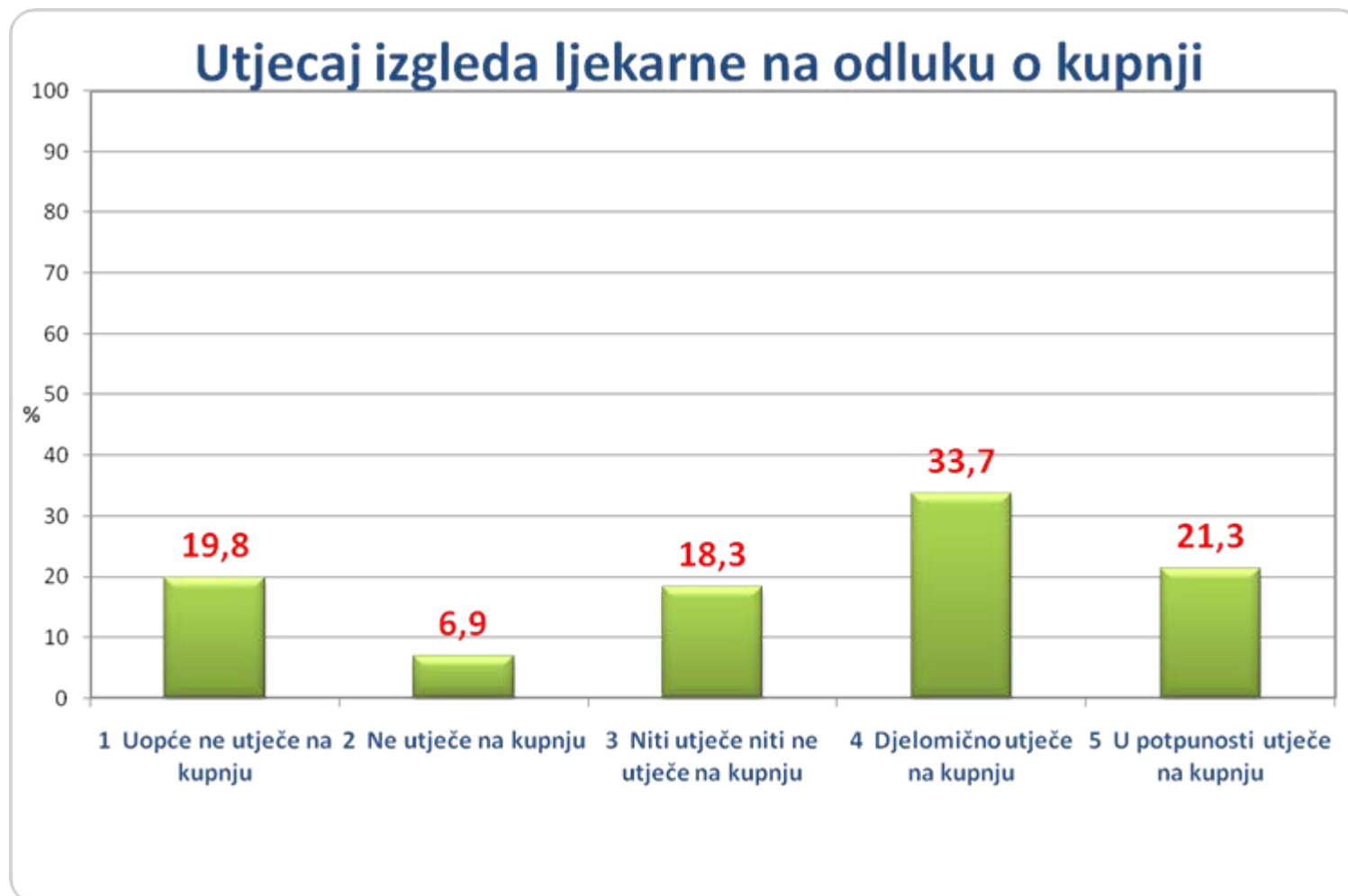
TROŠAK OGLAŠAVANJA OTC INDUSTRIJA

Class	Total in (kn)
Pharmaceutical and Health Care Products	144,442,850
Analgesics	48,284,288
Cold and Cough Medicine	47,683,944
Slimming Aids	24,487,048
Medical Candies	18,136,563
Vitamins and Nutritional Supplements	16,130,855
Stomach Treatments	14,705,538
Rheumatic Remedies	10,068,486
Herbal Health Care	5,841,684
Antimycosis Remedies	3,943,199
Contraceptives	3,939,210
Grand Total	337,663,666

SINERGIJA



ŠTO MISLE PACIJENTI?



Izvor: Henda Market Research, Hrcatibus, 2010



GLAVA I SRCE

**PACIJENT
ZADOVOLJAN NA
DVIJE RAZINE**

**RAZUMIJEVANJE ŽELJA
I POTREBA
PACIJENATA**

DOBRA KOMUNIKACIJA

SAVJET TREBA BITI:

- iskren
- neovisan
- kompetentan
- up-to-date

UGODAN INTERIJER

KRIZA – ŠANSA ili OPASNOST?

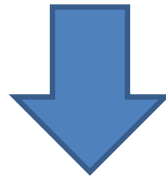
➤ PROAKTIVNOST

- više vremena za pacijenta
- ugodnije poslovno okruženje



ZAKLJUČAK

- Porast uloge samoliječenja u zdravstvenim sustavima
- Važnost partnerstva i suradnje u postizanju odgovornog samoliječenja
- Bolja i povećana komunikacija sa građanima vodi do promocije pravilne uporabe OTC-proizvoda



**POVEĆANJE UGLEDA I PREPOZNATLJIVOSTI
LJEKARNIČKE STRUKE**

HVALA NA PAŽNJI!

