

A person is silhouetted against a bright sunrise, standing on a dark, rocky mountain peak. The sun is low on the horizon to the right, casting long, golden rays across the sky and illuminating the distant, hazy mountain ranges. The overall scene is one of vastness and achievement.

TNS SIFO Navigare Sales Force Impact 2011

Sales Force Impact 2011

På senare år har läkemedelsindustrin stått inför nya utmaningar och ökat tryck. Det spenderas stora summor på försäljningsaktiviteter samtidigt som det blir allt svårare att nå läkarna – och att nå "rätt" läkare. Det här medför ett ökat informationsbehov, för att optimalt kunna fördela sina säljresurser, och för att kunna skapa lönsamma och värdefulla relationer med läkarna.

TNS SIFO Navigare Sales Force Impact hjälper er med detta, och besvarar fem strategiska frågor:

Förutom senaste senaste personliga besök inkluderar vi nu även senaste webb-baserad produktinformation.

(enbart för DL vår 2011 men även för specialister från och med hösten 2011).

Hur står sig ditt företags aktivitetsnivå i relation till konkurrenterna?



Vilken påverkan har ditt företags produktinformation på läkarnas förskrivning av kommunicerad produkt

– impact on Prescription?



Hur fördelar konkurrenterna sin bearbetning mellan olika produkter och produktområden?

Hur väl har ditt företag lyckats i er targeting

dvs hur många patienter har besökta läkare per konkurrensområde och produkt?

Vilken kvalitet har ditt företags relations-skapande arbete I jämförelse med konkurrenterna?

Här använder vi oss av vårt validerade TRIM-index som består av fyra byggstenar:

TRIM™

Övergripande kvalitet i relationen

Benägenhet att rekommendera

Vilja att träffa igen

Konkurrens-fördelar

Sales Force Impact 2011

Aktivitetsnivån och värdenivån presenteras såväl totalt per företag som uppdelat på olika konkurrensområden (de viktigaste inom varje målgrupp). Varje företag specificeras med avseende på besöksandel, besökskvalitet, produkt och typ av besök.

Exempel på
konkurrensområden
(distriktsläkare)

ARB
Depression/ångest
Astma/KOL
Diabetes
Antikoagulantia **Smärtstillande**
Hyperlipidemi **Allergi**

Navigare Sales Force Impact 2011

Målgrupp och n-tal per mätning

DL	1000 per mätning	(vår & höst)
Psykiatriker	300 per mätning	(vår & höst)
Bröstonkologer	50 per mätning	(vår & höst)
Dermatologer	100 per mätning	(vår & höst)
Reumatologer	100 per mätning	(vår & höst)
Gastroenterologer	100 per mätning	(vår & höst)
Lungläkare/allergologer	100 per mätning	(vår & höst)
Kardiologer	100 per mätning	(vår & höst)
Diabetologer	100 per mätning	(vår & höst)

görs **2** ggr/år

Datainsamlingsmetod

Online, postalt

Tidsplan

Datainsamling:

vecka 5-21 (vår) vecka 35-47 (höst)

Rapport klar:

vecka 24 (vår) vecka 50 (höst)

Pris

Välkommen att kontakta oss för prisuppgifter, se nästa sida.

Navigare Sales Force Impact 2011

Kontakta oss gärna för vidare information
eller beställning av undersökningen.

Eva Pokkinen-Forster	eva.pokkinen-forster@tns-sifo.se	08 507 420 82
Karl-Gunnar Persson	karl-gunnar.persson@tns-sifo.se	0705 722 802
Karin Hedelin-Lundén	karin.hedelin-lunden@tns-sifo.se	031 727 39 42
Lotta Löfving	lotta.lofving@tns-sifo.se	031 727 39 43
Lena Berggren	lena.berggren@tns-sifo.se	0765 362 069
Maria Hildell	maria.hildell@tns-sifo.se	031 727 39 16
Marie Forsell	marie.forsell@tns-sifo.se	031 727 39 54
Ulf Berthag	ulf.berthag@tns-sifo.se	031 727 39 18
Emelie Bischoff	emelie.bischoff@tns-sifo.se	031 727 39 17
Charlotte Alverén-Lundén	charlotte.alveren-lunden@tns-sifo.se	08 507 421 42