



RYNEK PREPARATÓW PRZECIWBÓLOWYCH

Wyniki badań marketingowych

Gdańsk 2019

Autorzy:

Hanna Głowienke

Daniel Górzyński

Marcelina Kamińska

Spis treści

1. Badanie jakościowe

- Cel
- Wyniki badań jakościowych
 - Metoda wywiadu pogłębionego
 - Metoda *Focus Group*

2. Badanie ilościowe

- Metodologia badania
- Charakterystyka próby badawczej
- Wyniki badań ilościowych
 - Znajomość marek
 - Miejsce i częstotliwość zakupu
 - Satysfakcja
 - Akceptowane ceny
 - Mechanizmy decyzyjne
 - Wykorzystywane media
 - Zapamiętane reklamy
 - Styl życia

3. Podsumowanie wyników badań



Badanie jakościowe



Cel:

- **Wstępne rozpoznanie** mechanizmów rynkowych zachowań zakupowych, preferencji i opinii badanych osób.
- **Przygotowanie instrumentu pomiarowego** stosowanego do badań ilościowych (kwestionariusz standaryzowany).

Wykorzystano dwie metody badań jakościowych:

- **Metoda wywiadu pogłębionego** – przeprowadzono 6 wywiadów
- **Metoda Focus Group** – 18 studentów 3. roku studiów

Wyniki badań jakościowych

- Najczęściej wybierany lek: **Ibuprom**
- Najczęstsze miejsce zakupu: **apteka**
- Najwygodniejsza forma preparatu: **kapsułki**
- Najczęstsza dolegliwość: **bóle głowy**
- Oczekiwania wobec leku: **skuteczność i szybkość działania**
- Najbardziej reklamowane: **Nurofen, Apap, Etopiryna, Ibuprom**
- Wykorzystywane media: **TV, internet, radio**
- Średni poziom satysfakcji: **80%**
- Małe zainteresowanie nowościami na rynku leków przeciwbólowych



Badanie ilościowe

Metodologia badania

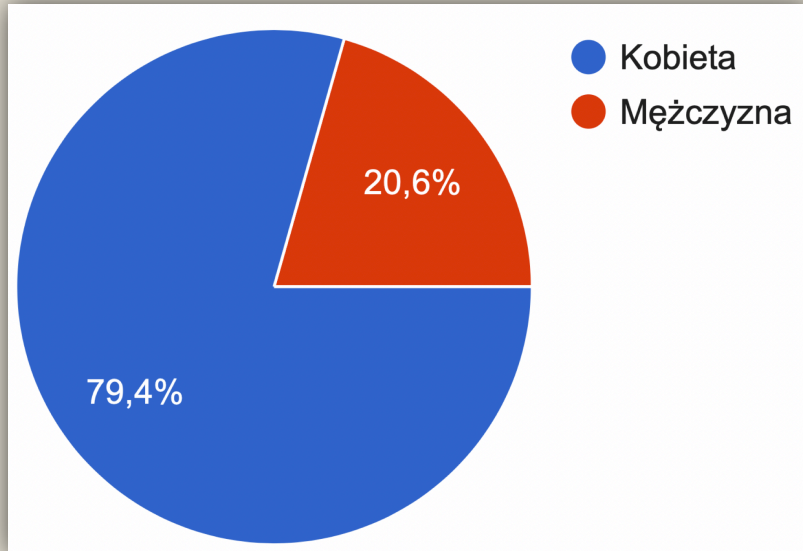


- **Badany podmiot:** osoby fizyczne
- **Rodzaj próby:** celowa
- **Wielkość próby:** $n = 262$ respondentów
- **Metoda badania:** ankieta internetowa (CAWI)
- **Termin realizacji badania:** kwiecień 2019

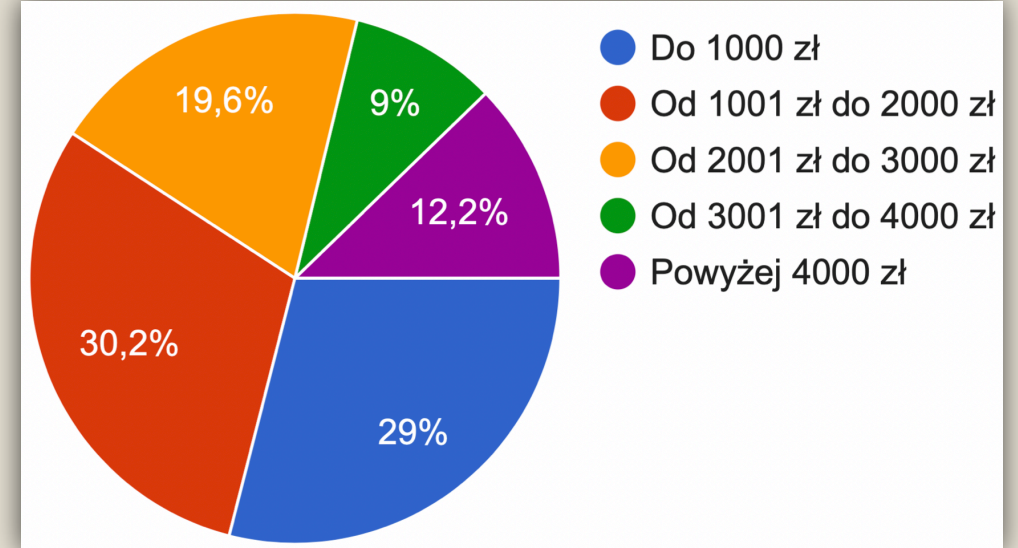
Charakterystyka próby badawczej (n=262)



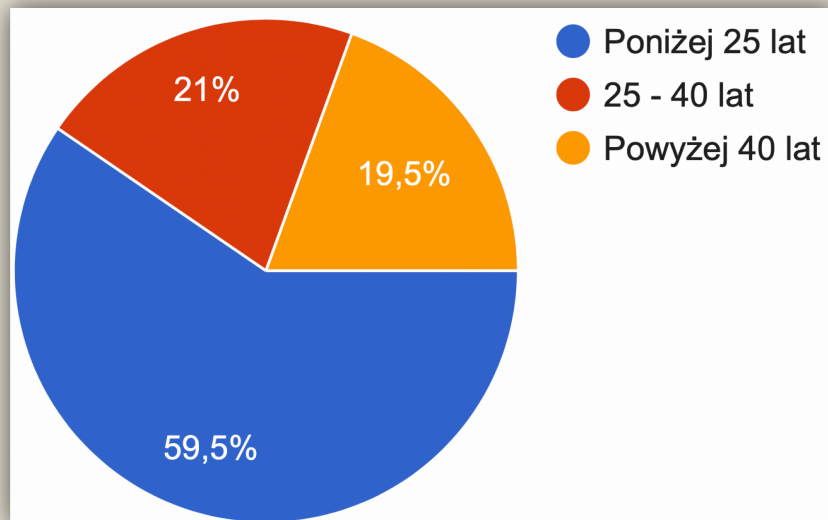
Płeć badanych osób



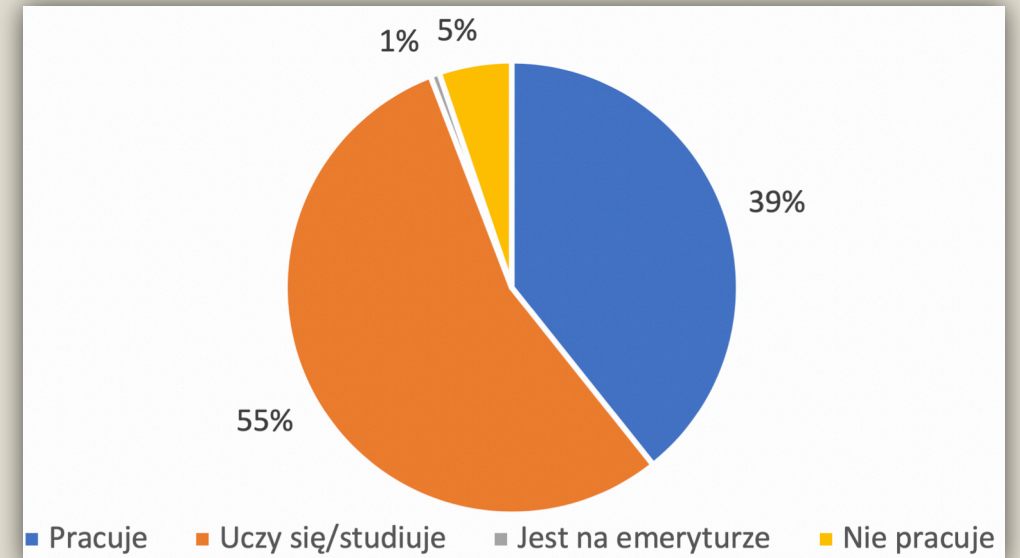
Miesięczne dochody badanych osób



Wiek badanych osób



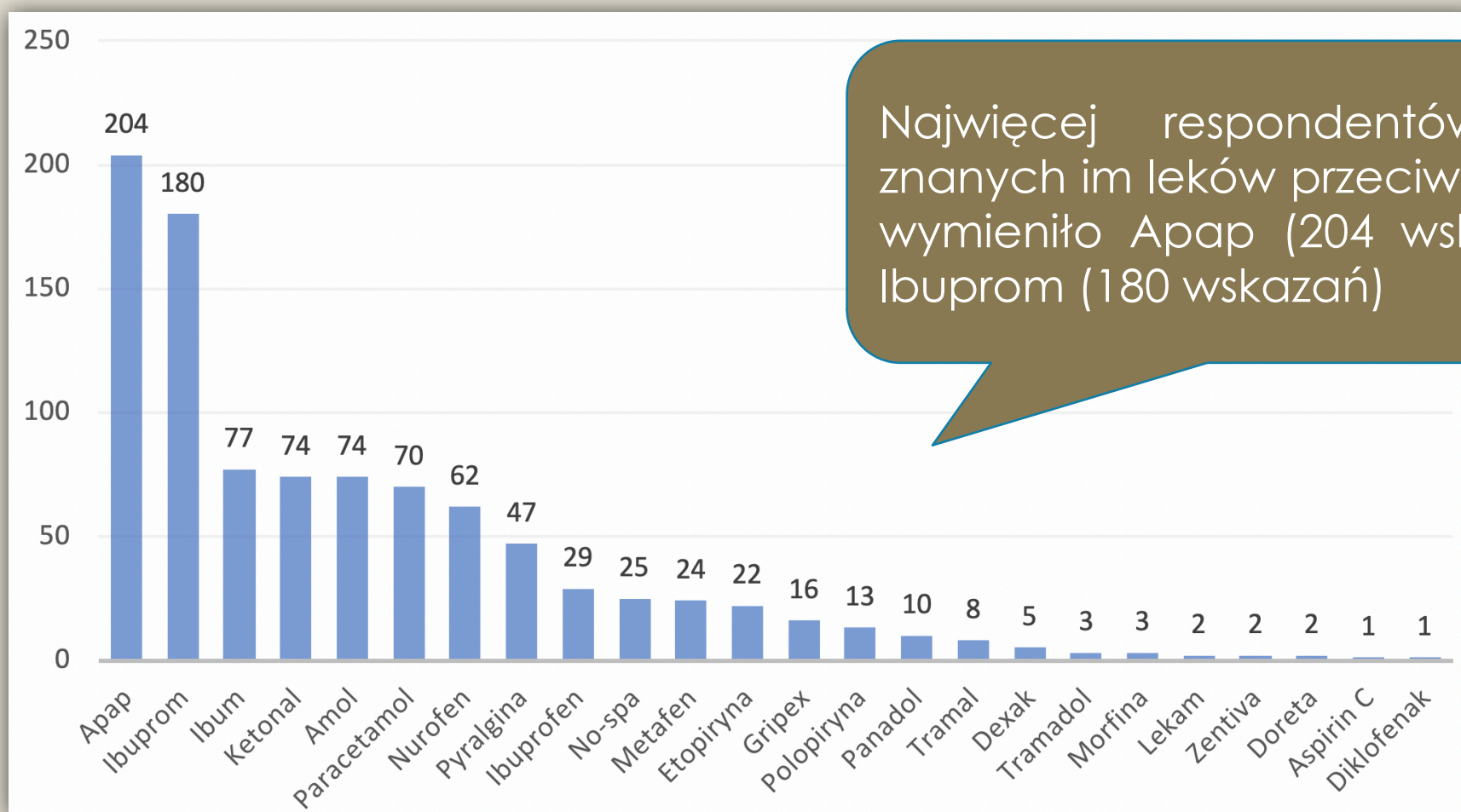
Struktura zatrudnienia wśród badanych osób



Wyniki badań ilościowych

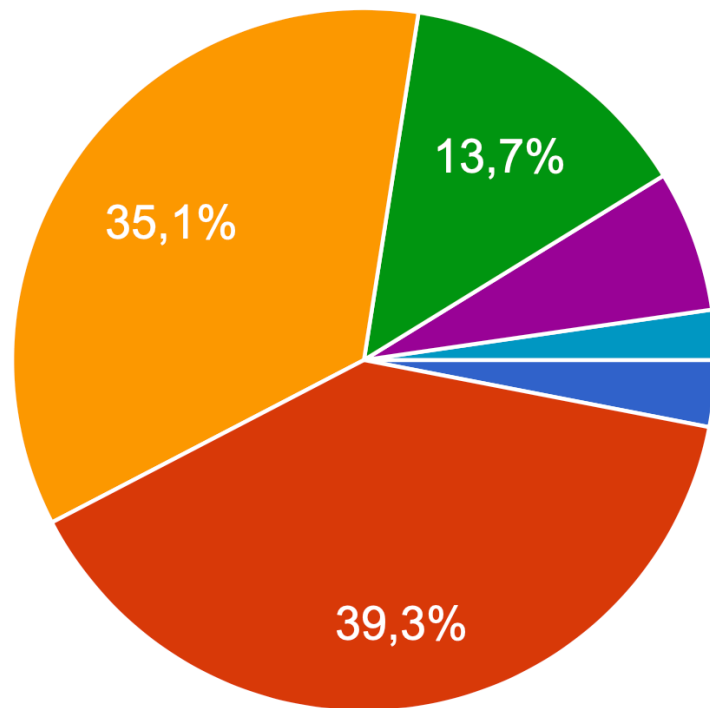


Marki leków przeciwbólowych znane respondentom (n=262)



Najwięcej respondentów wśród znanych im leków przeciwbólowych wymieniło Apap (204 wskazania) i Ibuprom (180 wskazań)

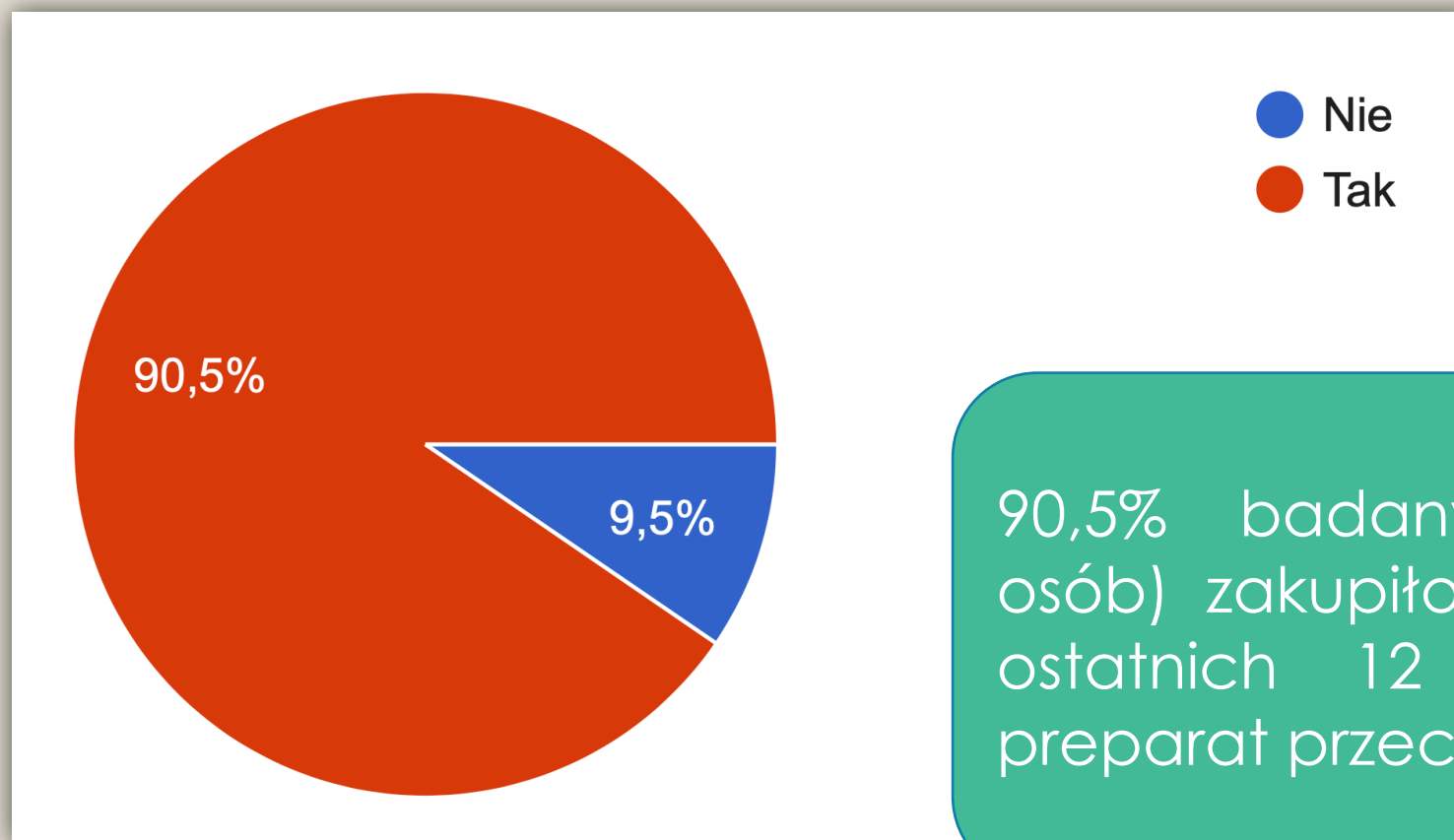
Częstotliwość zakupu preparatów przeciwbólowych (n=262)



- częściej niż raz na 2 tygodnie
- raz w miesiącu
- raz na pół roku
- raz na rok
- rzadziej niż raz na rok
- nigdy

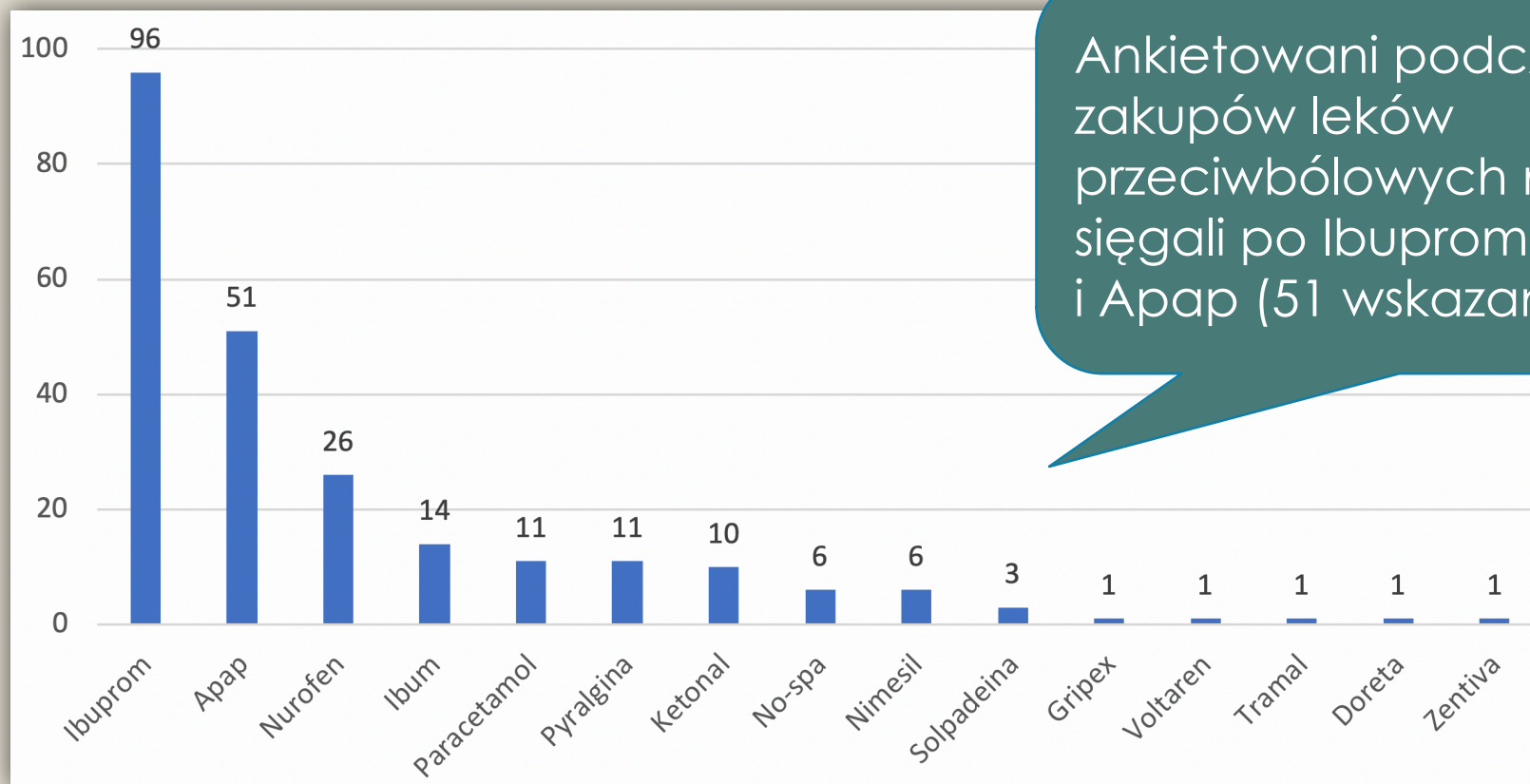
Zdecydowana większość ankietowanych kupuje leki przeciwbólowe raz w miesiącu lub raz na pół roku

Deklaracja zakupu leków przeciwbólowych w ciągu ostatnich 12 miesięcy (n=262)



90,5% badanych (237 osób) zakupiło w ciągu ostatnich 12 miesięcy preparat przeciwbólowy

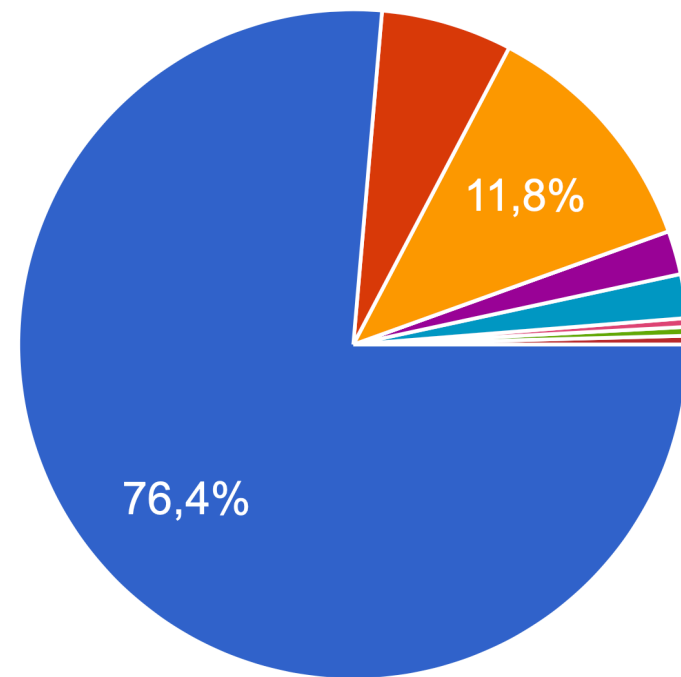
Marka ostatnio zakupionego leku przeciwbólowego (n=237)



Ankietowani podczas ostatnich zakupów leków przeciwbólowych najchętniej sięgali po Ibuprom (96 wskazań) i Apap (51 wskazań)

Miejsce ostatniego zakupu leku przeciwbólowego (n=237)

Najczęstszym miejscem zakupu leków przeciwbólowych jest apteka, na którą wskazało ponad $\frac{3}{4}$ ankietowanych



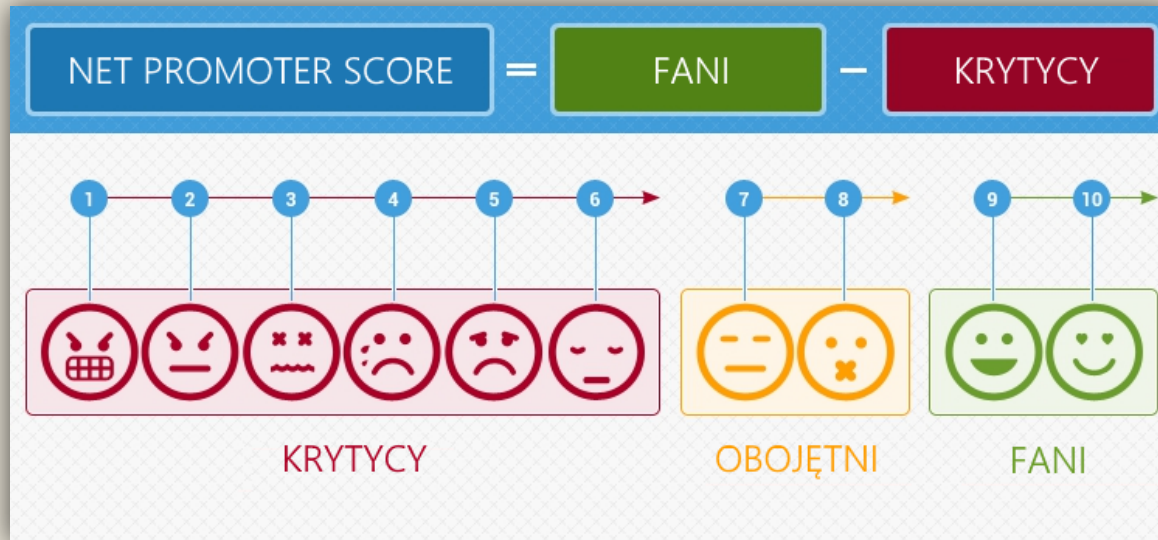
- Apteka
- Sklep osiedlowy
- Supermarket
- Stacja benzynowa
- Drogeria
- Internet
- Biedroneczka :)
- apteka internetowa
- Z ogródka

Prawdopodobieństwo polecenia ostatnio kupionego leku przeciwbólowego znajomym (n=237) w skali 1-10



Net Promoter Score

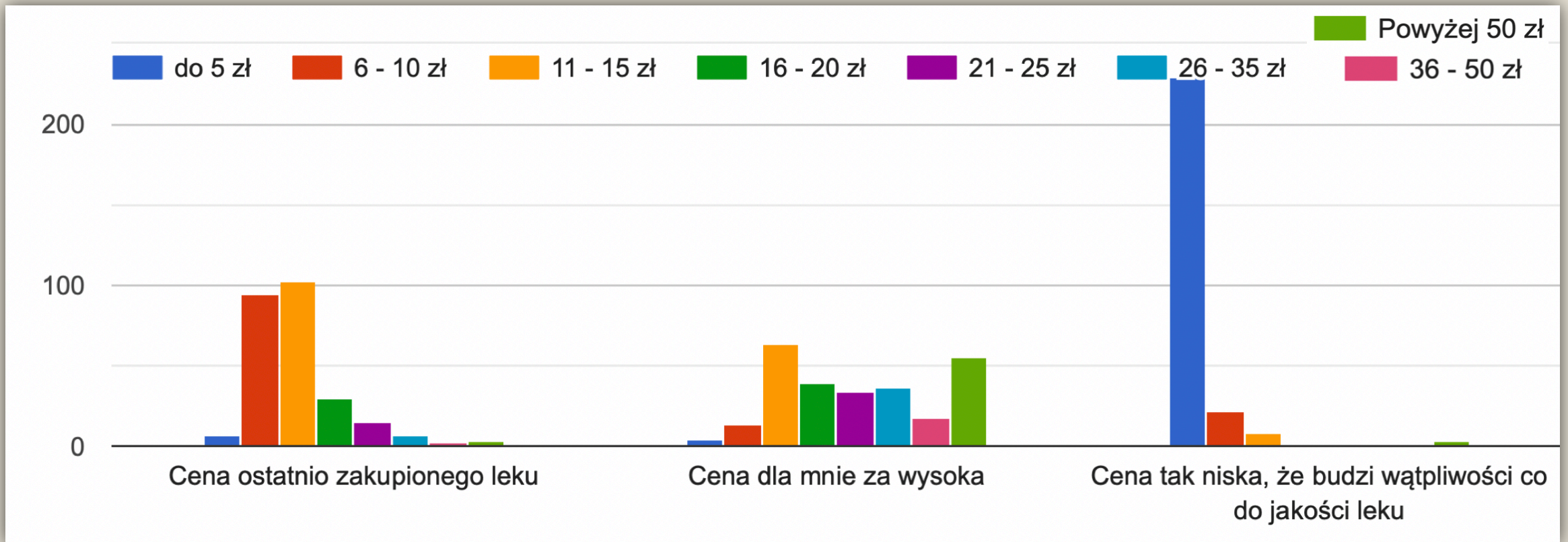
Narzędzie oceny lojalności klientów wobec danej marki leków



Wartość dodatnia =
dobry wynik!

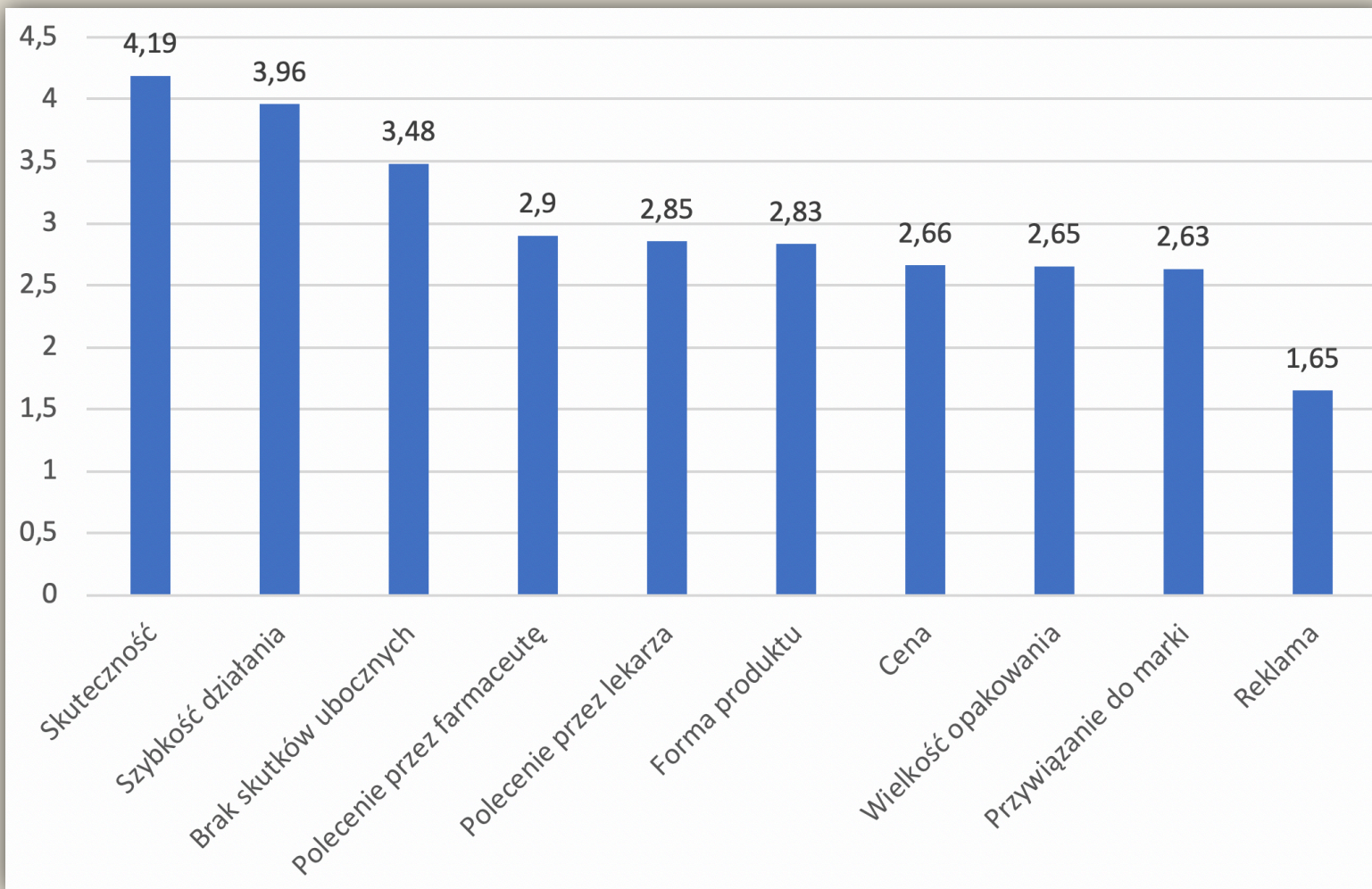
$$NPS = \frac{(85 + 26) - (3 + 3 + 5 + 10 + 24 + 10)}{237} \times 100\% = 23,6\%$$

Polityka cenowa (n=262)



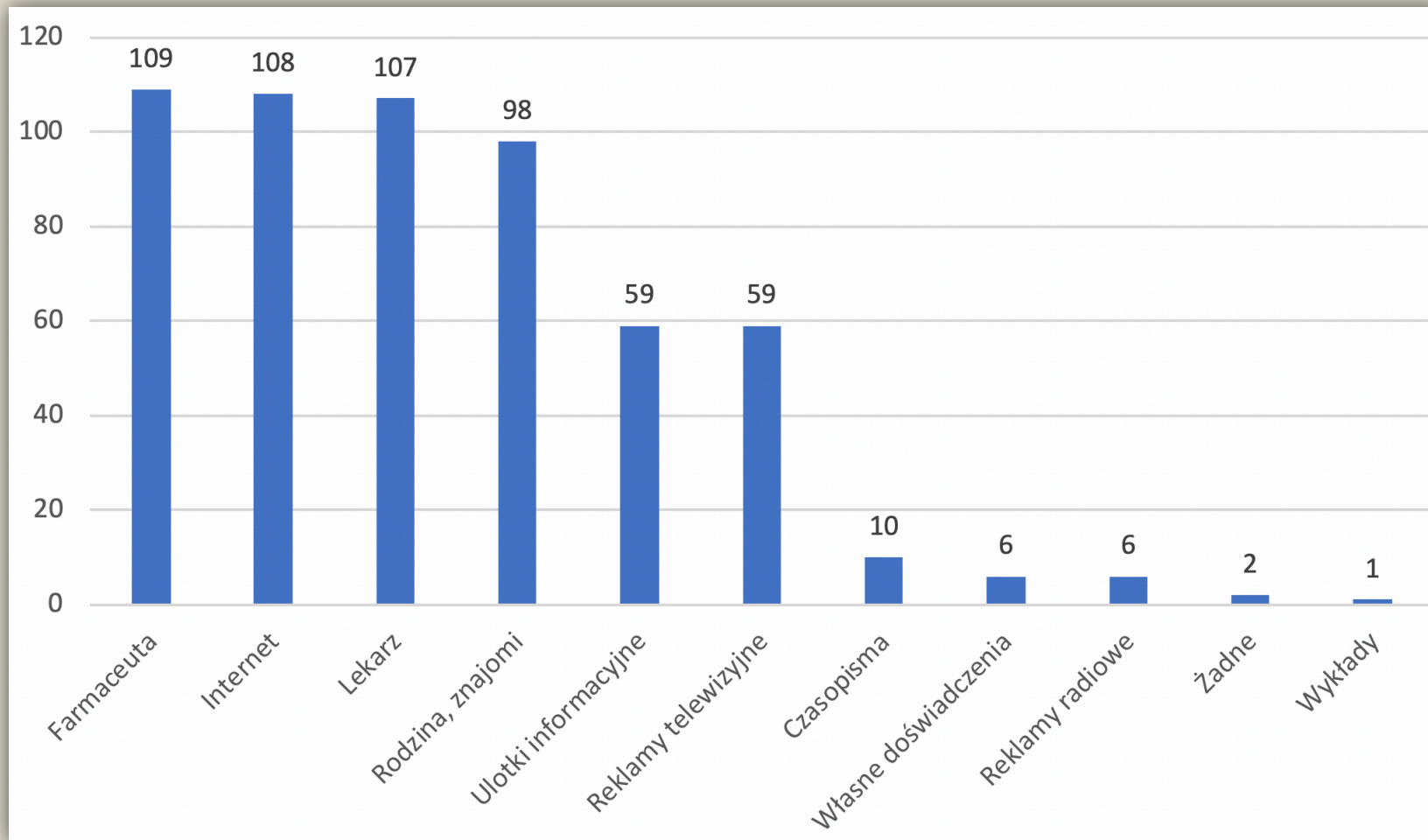
Większość respondentów podczas ostatnich zakupów leku przeciwbólowego wybrała produkt ze **średniej półki cenowej**. Wartość zbyt wysokiej ceny dla każdego z ankietowanych jest **kwestią indywidualną**. Badani niemalże jednomyślnie uznali cenę **poniżej 5 zł** jako budzącą wątpliwości co do jakości leku.

Czynniki decydujące o wyborze marki leku przeciwbólowego (n=262)



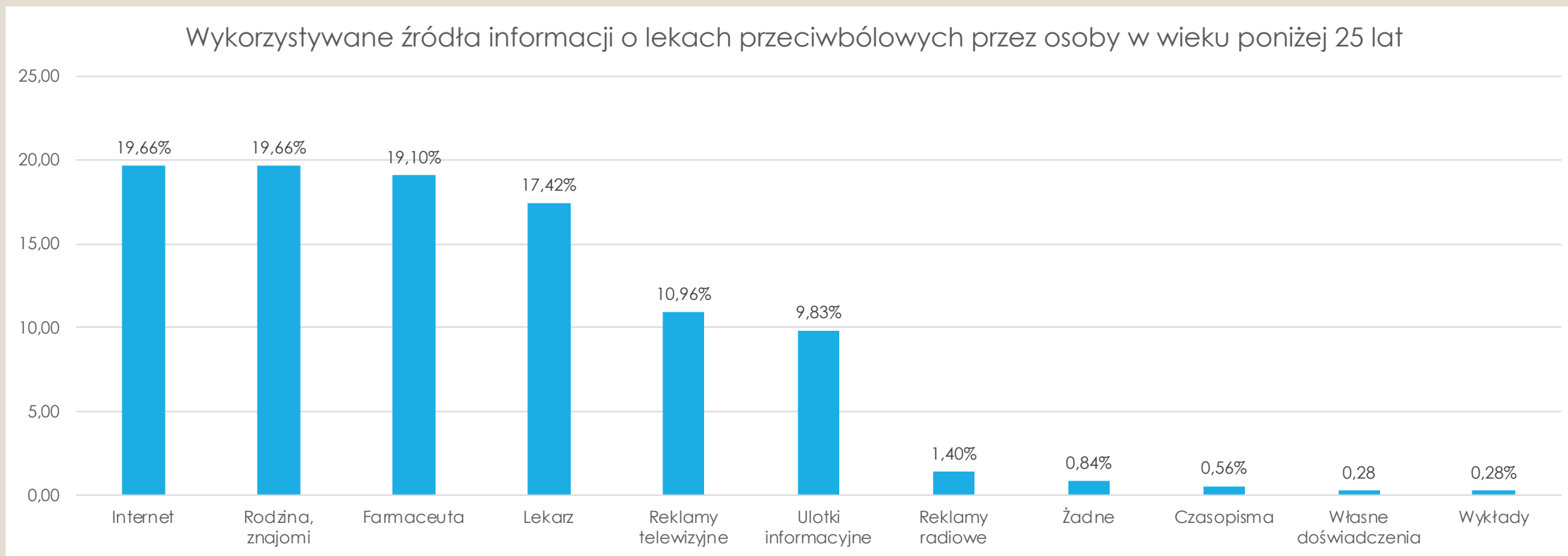
Najważniejszymi czynnikami decydującymi o wyborze leku są skuteczność, szybkość działania i brak skutków ubocznych

Wykorzystywane przez respondentów źródła informacji o preparatach przeciwbólowych (n=262)



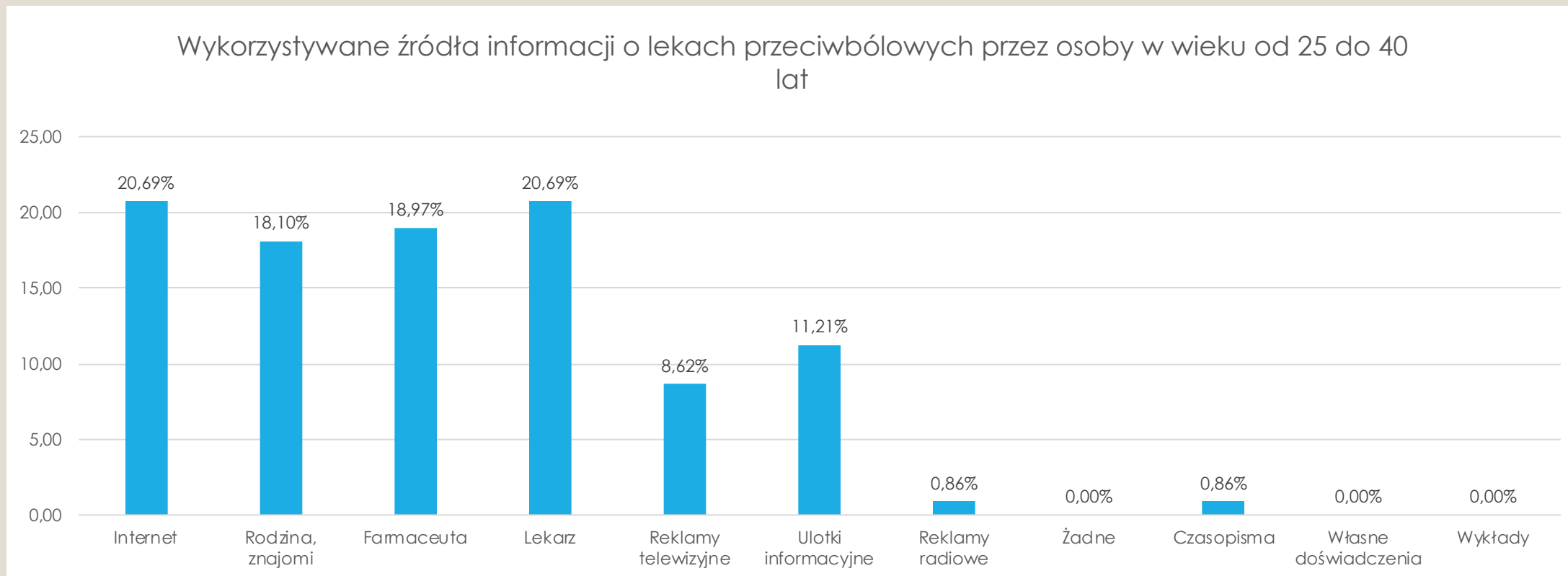
Ankietowani niemal w równym stopniu wskazali farmaceutę, internet i lekarza jako źródła informacji o lekach przeciwbólowych

Wykorzystywane źródła informacji o preparatach przeciwbólowych wg wieku (n=262)



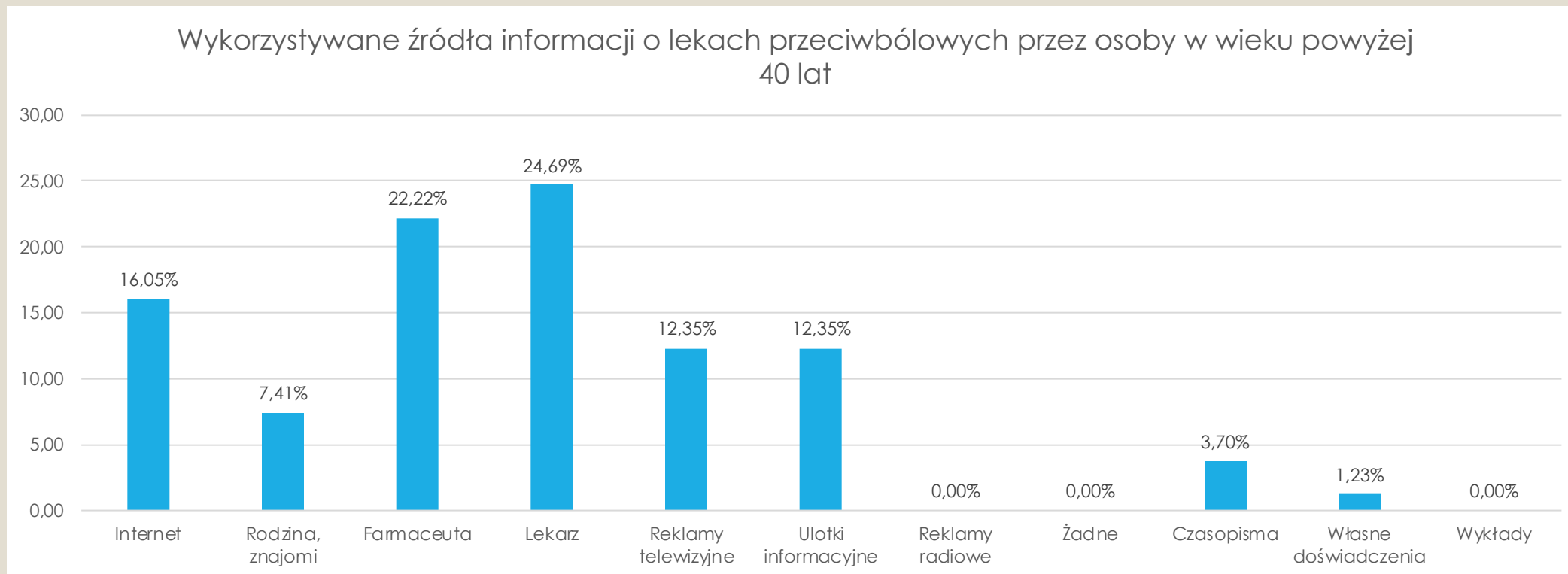
Ankietowani poniżej 25 lat, jako najczęściej wykorzystywane źródła informacji wskazali internet, rodzinę i farmaceutę

Wykorzystywane źródła informacji o preparatach przeciwbólowych wg wieku (n=262)



Ankietowani w przedziale wiekowym od 25 do 40 lat, jako najczęściej wykorzystywane źródła informacji wskazali internet i lekarza

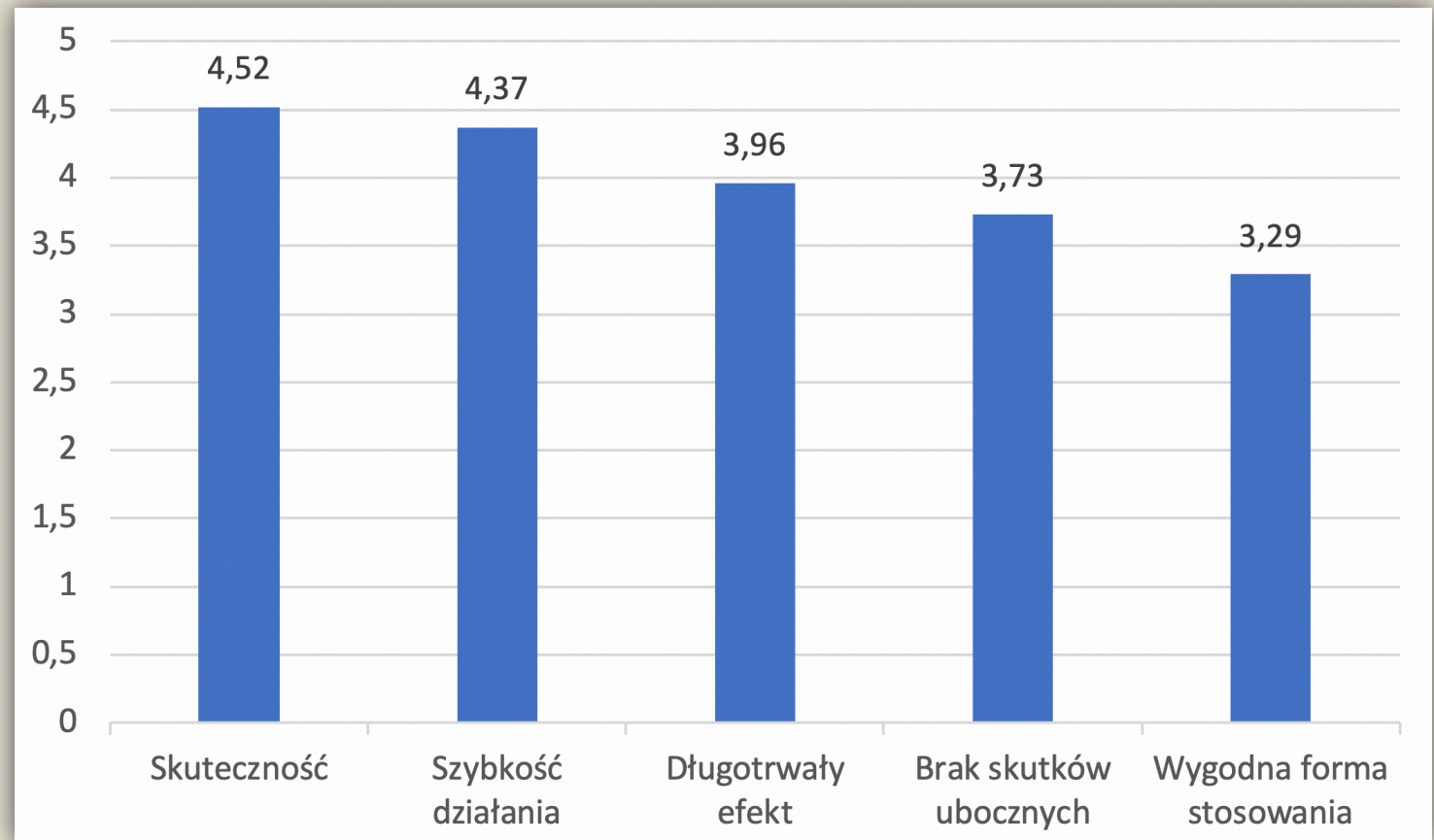
Wykorzystywane źródła informacji o preparatach przeciwbólowych wg wieku (n=262)



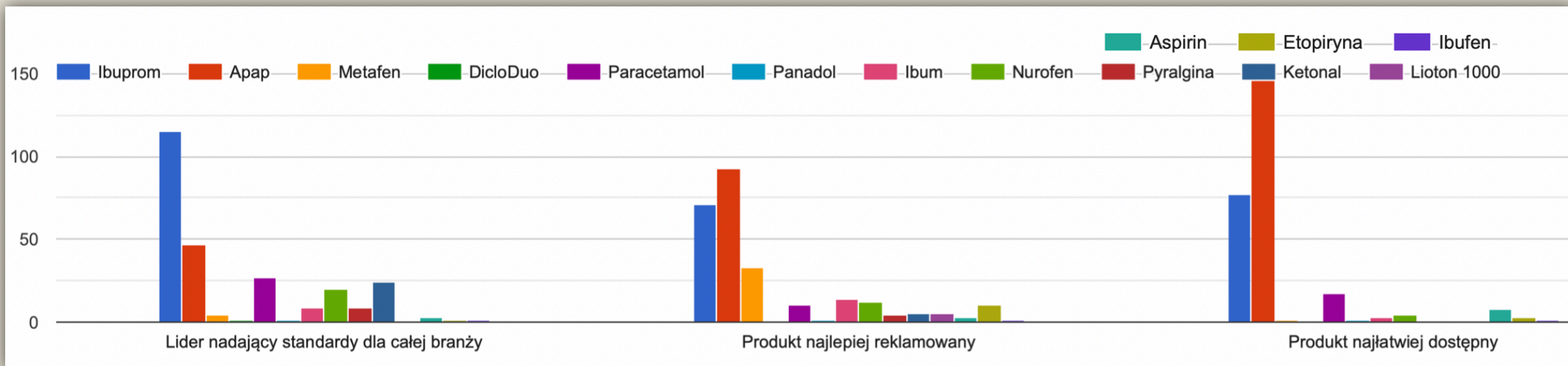
Respondenci powyżej 40 lat, jako najczęściej wykorzystywane źródła informacji wskazali lekarza i farmaceutę

Korzyści oczekiwane od preparatu przeciwbólowego (n=262)

Dla ankietowanych osób wygodna forma stosowania leku okazała się najmniej oczekiwaną korzyścią



Opinie na temat znanych marek preparatów przeciwbólowych (n=262)

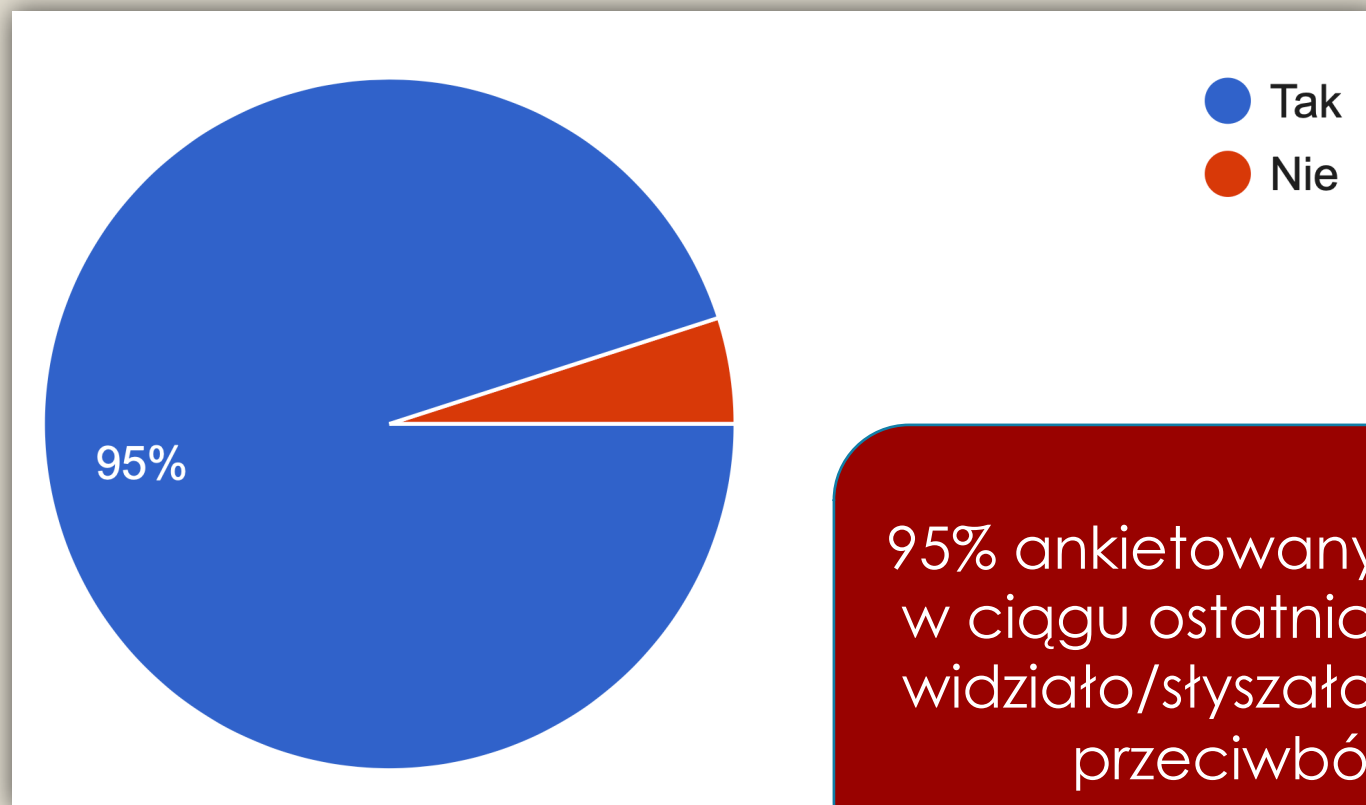


Lek wybrany przez blisko połowę respondentów jako lider to **Ibuprom**

Najbardziej reklamowanymi lekami według ankietowanych są **Ibuprom** i **Apap**

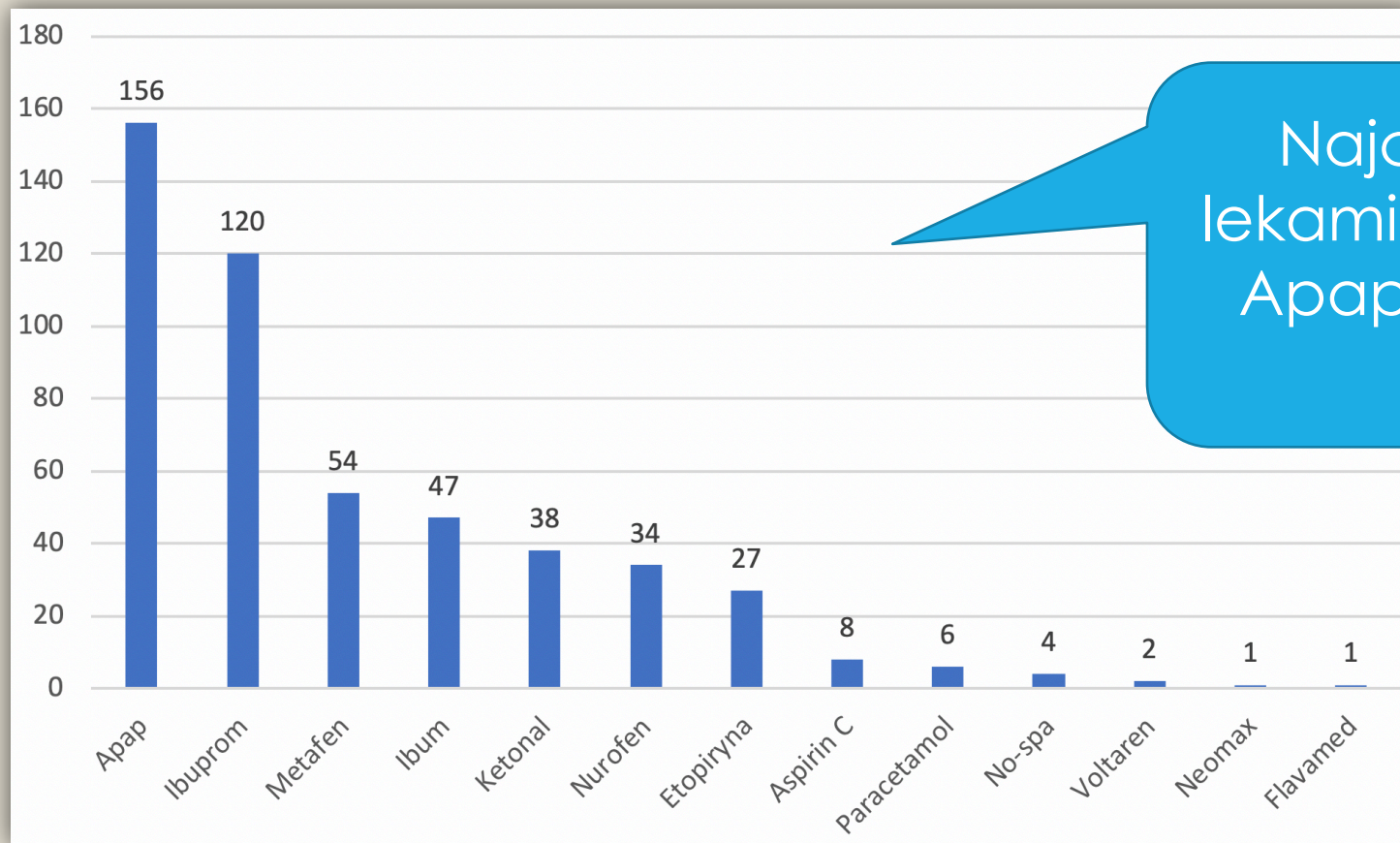
Według badanych najłatwiej dostępnym preparatem jest **Apap**

Deklaracja zetknięcia się z reklamą preparatów przeciwbólowych w ciągu ostatnich 12 miesięcy (n=262)



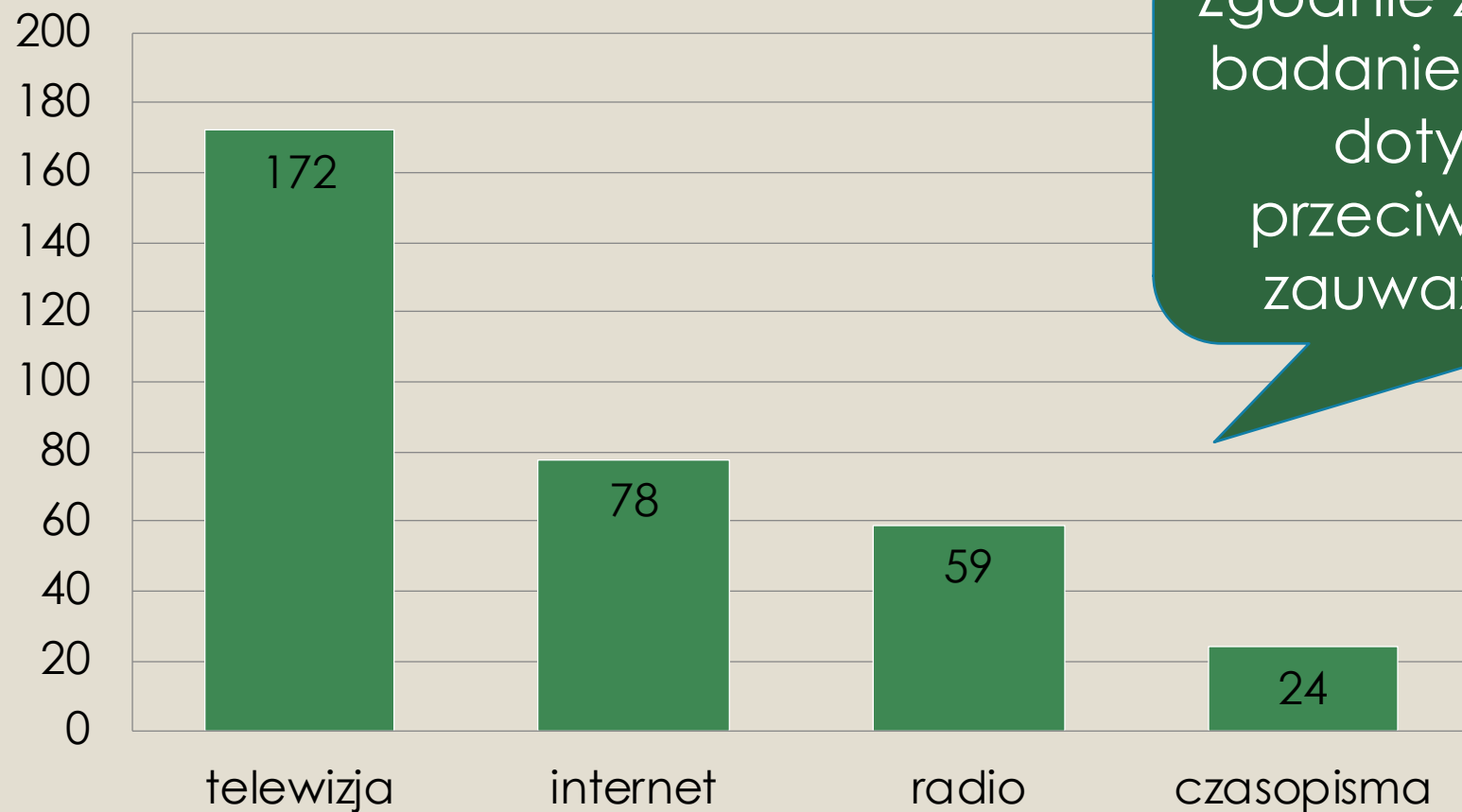
95% ankietowanych (249 osób) w ciągu ostatnich 12 miesięcy widziało/słyszało reklamę leku przeciwbólowego

Marki leków przeciwbólowych, które zostały zauważone w reklamach w ciągu ostatnich 12 miesięcy (n=222)



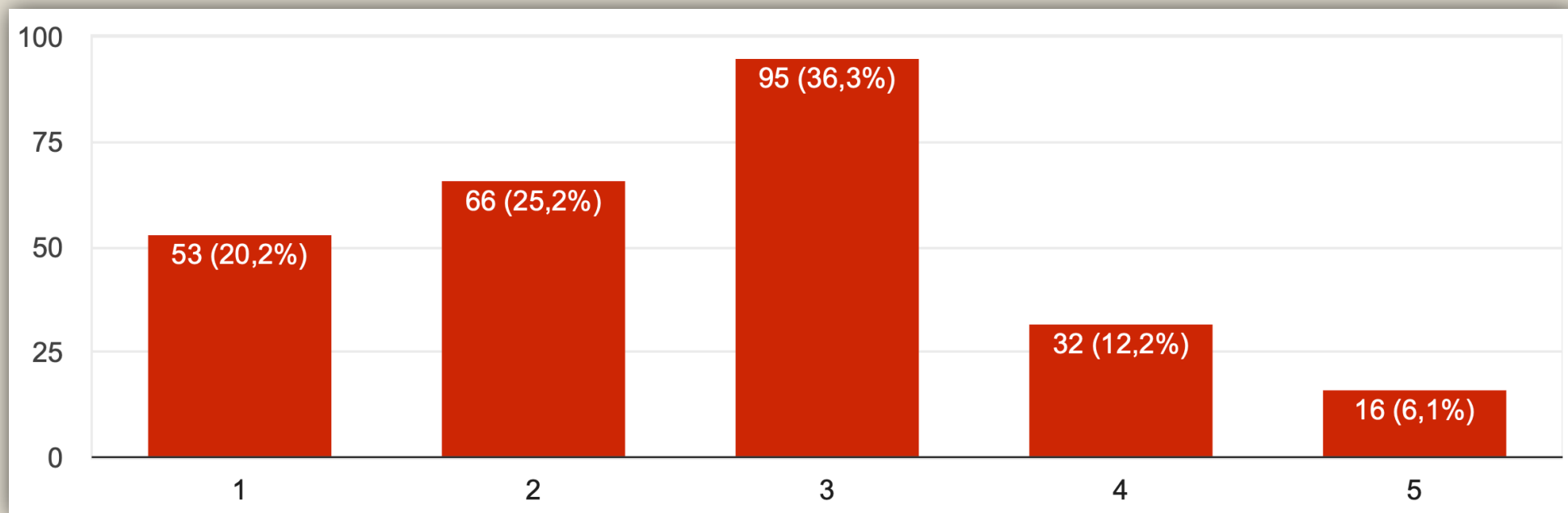
Najczęściej reklamowanymi lekami według respondentów są Apap (156 wskazań) i Ibuprom (120 wskazań)

Źródło usłyszananej/widzianej reklamy (n=249)



Zgodnie z przeprowadzonym badaniem najczęściej reklam dotyczących leków przeciwbólowych zostało zauważonych w telewizji

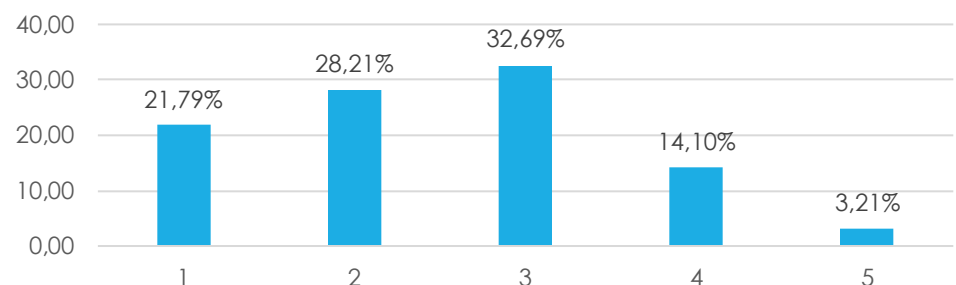
Ocena zainteresowania respondentów rynkiem preparatów przeciwbólowych (n=262) w skali 1-5



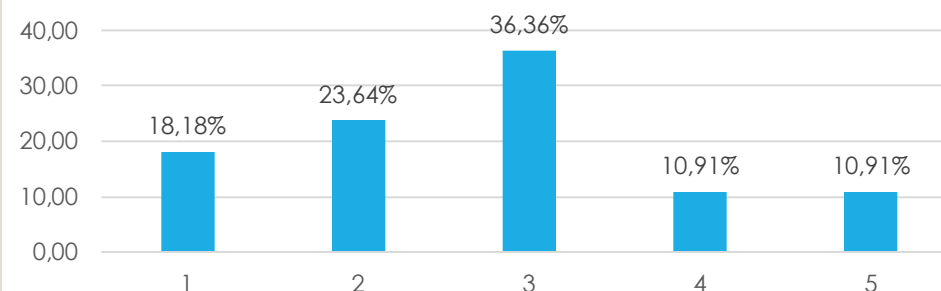
Respondenci nie interesują się w dużym stopniu rynkiem preparatów przeciwbólowych

Ocena zainteresowania rynkiem preparatów przeciwbólowych wg wieku (n=262)

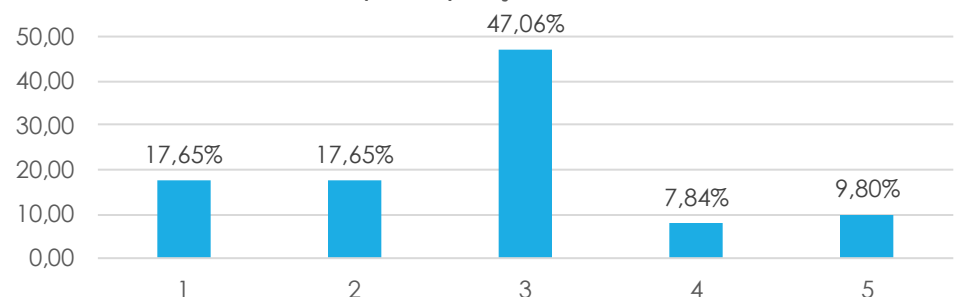
Zainteresowanie rynkiem preparatów przeciwbólowych przez osoby w wieku poniżej 25 lat



Zainteresowanie rynkiem preparatów przeciwbólowych przez osoby w wieku od 25 do 45 lat

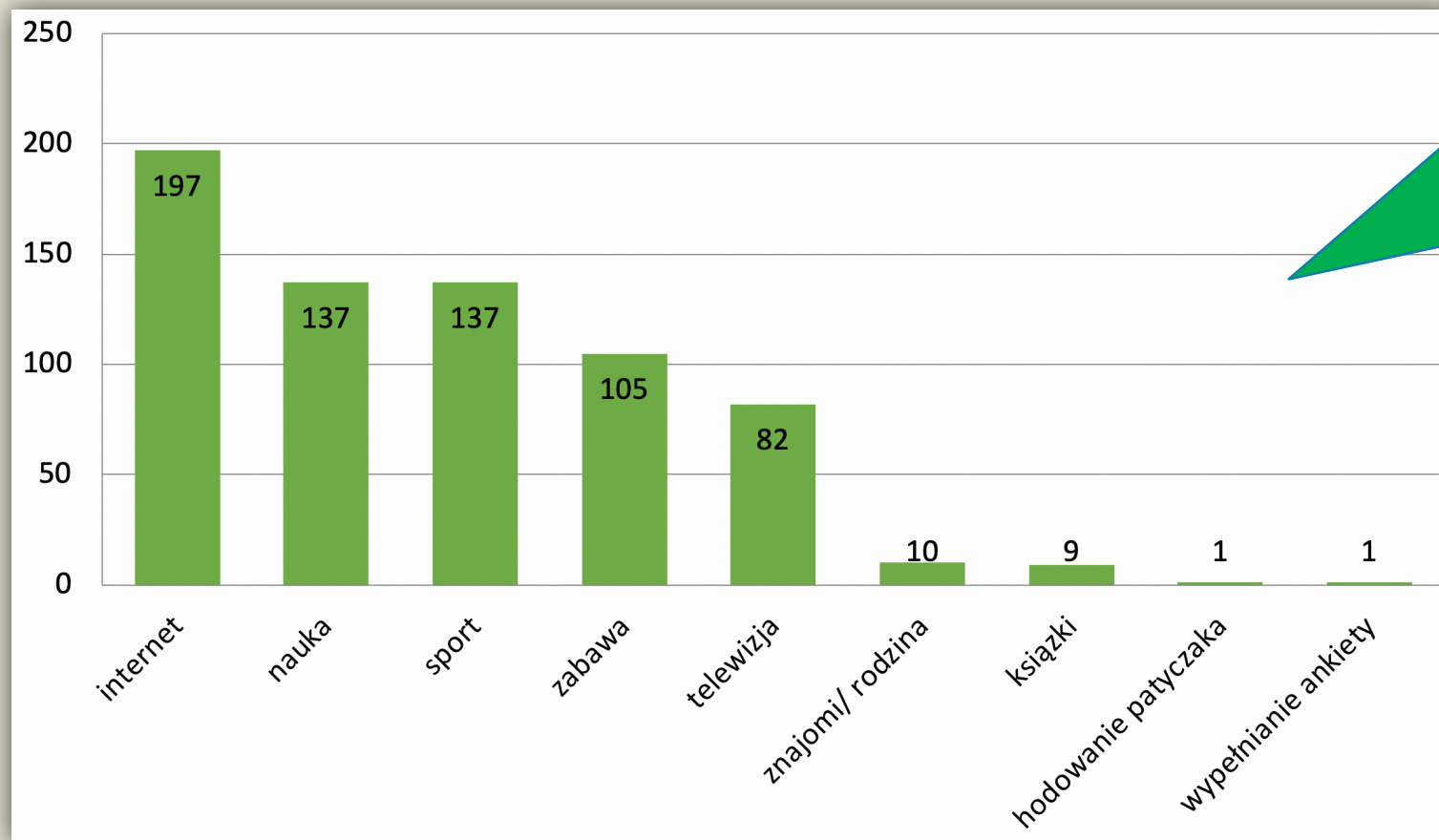


Zainteresowanie rynkiem preparatów przeciwbólowych przez osoby w wieku powyżej 40 lat



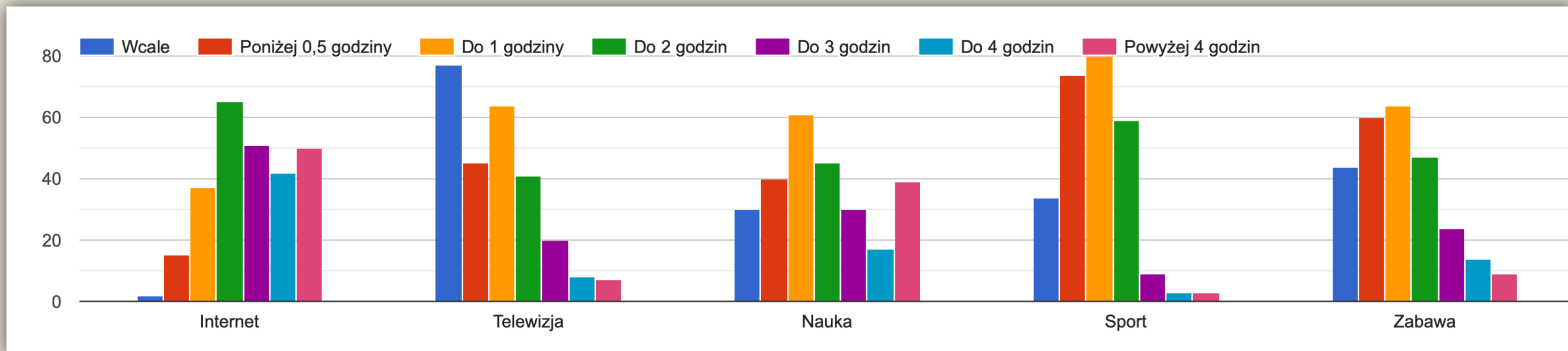
We wszystkich przedziałach wiekowych ankietowani wskazali na średnie zainteresowanie rynkiem preparatów przeciwbólowych.

Spędzanie czasu wolnego przez respondentów (n=262)



Największy odsetek ankietowanych wolny czas spędza w internecie

Spędzanie czasu wolnego przez respondentów (n=262) - szczegółowo



Czas poświęcany na różnego rodzaju aktywności w czasie wolnym jest zróżnicowany

Podsumowanie



- Najbardziej znane marki: **Apap, Ibuprom**
- Częstotliwość zakupu: **raz na miesiąc/raz na pół roku**
- Ostatnio zakupiony lek: **Apap lub Ibuprom**
- Miejsce zakupu: **apteka**
- Wybór leków ze **średniej półki cenowej**
- Czynniki wyboru leku: **skuteczność, szybkość działania, brak skutków ubocznych**
- Źródła informacji o lekach: **farmaceuta, internet, lekarz**
- Najbardziej reklamowane leki: **Apap, Ibuprom**
- Źródło zauważonych reklam: **telewizja**
- **Średni stopień zainteresowania** rynkiem preparatów przeciwbólowych
- Najczęstszy sposób spędzania wolnego czasu: **internet**



DZIĘKUJEMY ZA
UWAGĘ! 😊