

# Факты от IQVIA | Апрель 2023

*Портфель решений для развития здравоохранения*

# Дисклеймер

Аналитика, её интерпретация и сопутствующая информация, содержащиеся в настоящем документе, сформированы и представлены с учетом предположений, методологий и переменных, описанных в этом отчете, и основаны на сторонних источниках и данных, которые оцениваются надежными. Не предоставляется никаких гарантий относительно полноты или точности таких сторонних источников или самих данных.

Любые описанные в настоящем документе попытки оценить будущие события и осуществить прогнозы подвержены определенным рискам и неопределенностям и не должны рассматриваться как гарантия какого-либо конкретного результата или события.

Все права на воспроизведение, цитирование, трансляцию, публикации защищены. Никакая часть данной презентации не может быть воспроизведена или передана в любой форме или любыми средствами, электронными или механическими, включая фотокопирование, запись или любую систему хранения информации, без письменного согласия IQVIA.

Copyright © 2022 IQVIA. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States and various other countries.

# Содержание:

- 01 [Экономические показатели](#)
- 02 [Фармацевтический рынок](#)
- 03 [Розничный сегмент](#)
- 04 [Сегмент государственных закупок](#)
- 05 [Прогноз динамики фармацевтического рынка](#)
- 06 [Промоционные активности](#)
- 07 [Рейтинги дистрибьюторов и аптечных сетей](#)
- 08 [Рынки стран СНГ+](#)
- 09 [Офференги IQVIA](#)



# В существующем отчете IQVIA используются следующие определения

## Дисклеймер

### Временной период



#### Анализируемый период в отчёте:

- Май 2022 – Апрель 2023

Сравнение динамики происходит на **MAT** – Скользящая годовая сумма

**YoY:** сравнение года к предыдущему году

**CAGR:** совокупный среднегодовой темп роста

### Значения



#### Продажи в денежном выражении

Российский рубль

#### Продажи в объёмном выражении

Упаковки или стандартные упаковки

**Trade price** – стоимость отгрузки продукта в аптеку или ЛПУ

### Определение рынка



**Фармацевтический рынок** (все продуктовые категории включая Z98 - БАД)

#### IQVIA аудиты:

- Розничный аудит ЛС и БАД в России
- Бюджетный аудит ЛС в РФ (за исключением ДЛО и РЛО)
- ДЛО и РЛО (за исключением АТС2 EphMRA2 групп T02, T03)

### Каналы



**Розничный канал**  
Покупка за счёт собственных средств пациента)

#### Сегмент государственных закупок

Продукты с возмещением стоимости ЛС – Бюджетный канал, ДЛО, РЛО

### Прочее

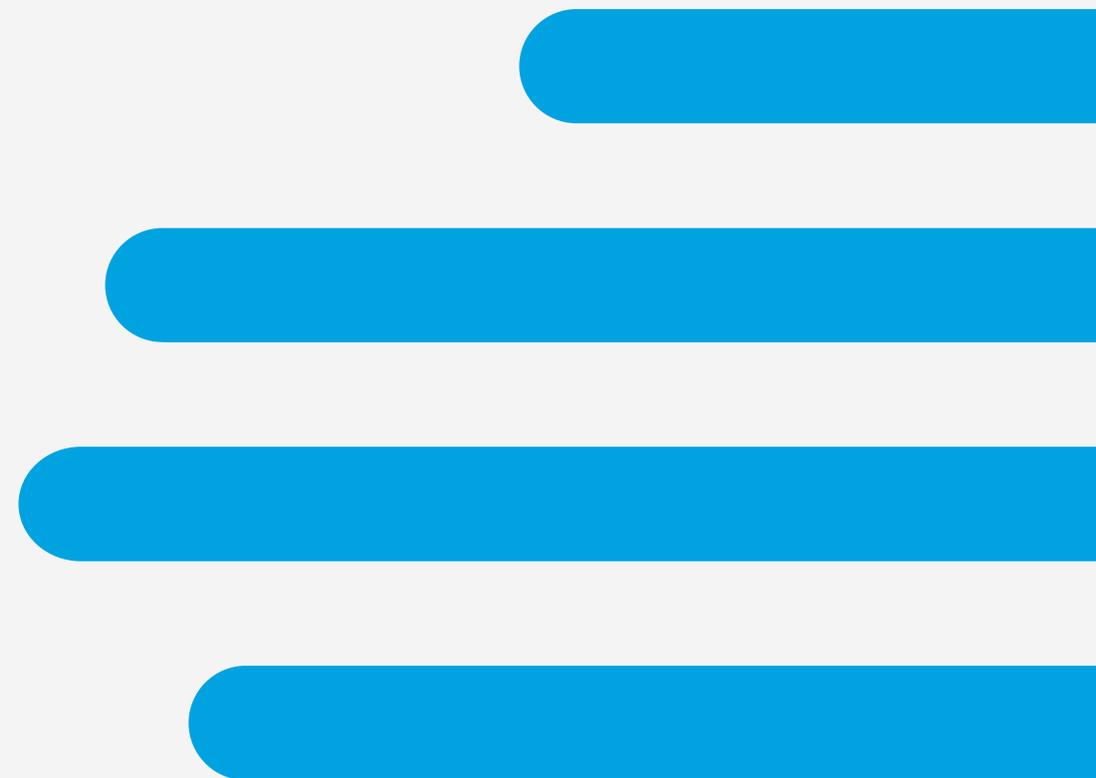


**Рейтинги** аптечных сетей и дистрибьюторов обновляются ежеквартально

**Прогноз рынка** основан на глобальном инструменте IQVIA Market Prognosis, в котором не учитывается категория Z98. Данный прогноз рынка обновляется дважды в год – в апреле и октябре.

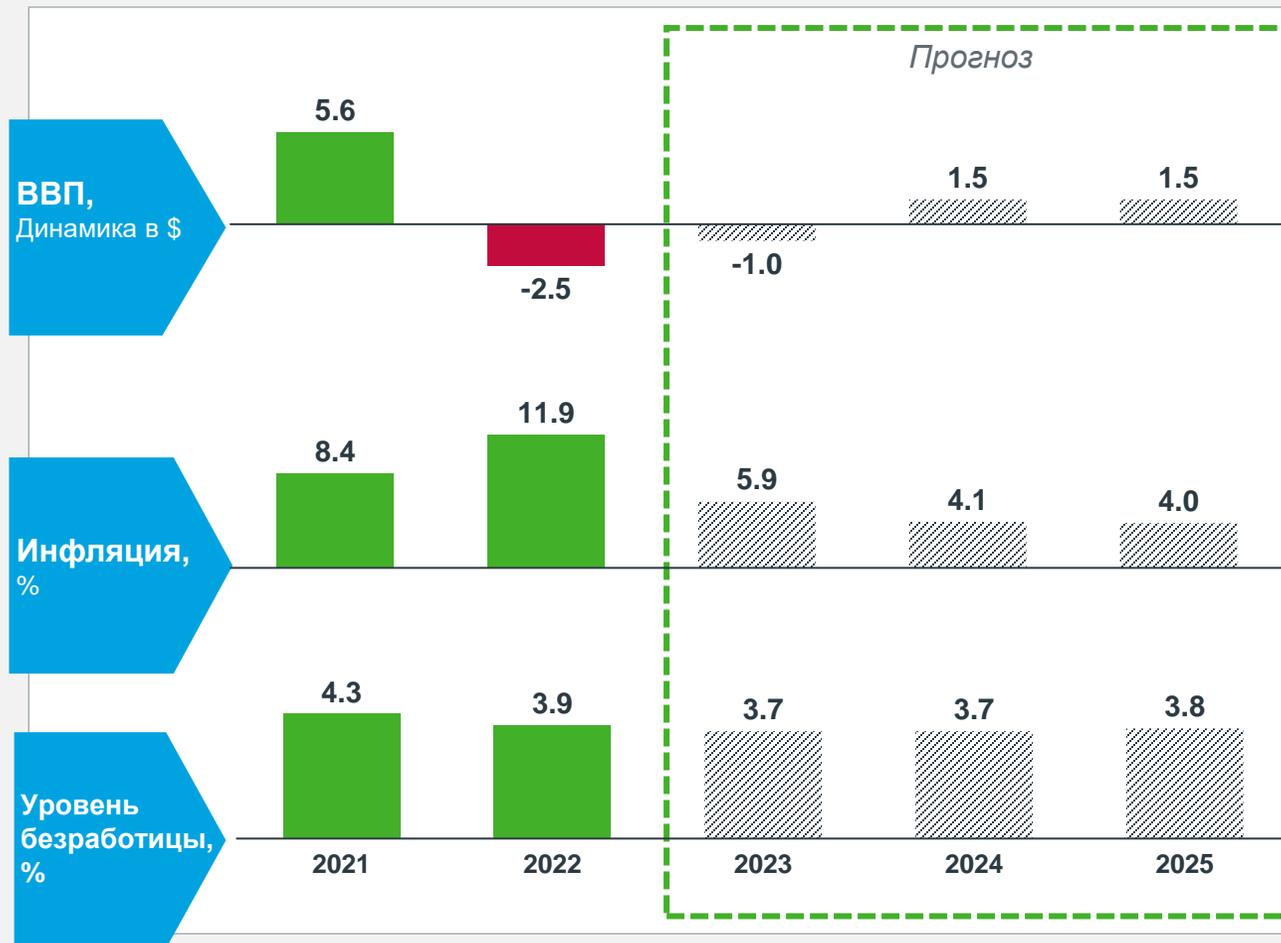
# 01

## Экономические показатели



# В 2023 в России прогнозируется падение уровня ВВП на -1%. В среднем по году курс стабилизируется на уровне 76 руб. за 1 \$ США

## Ключевые экономические индикаторы



### Комментарии

- Несмотря на падение ВВП в 2022 г., по прогнозам, начиная с 2023 г. ВВП начнет восстанавливаться; Безработица при этом будет незначительно расти за тот же период.
- Несмотря на высокую инфляцию в 2022 году, в последующие годы инфляция прогнозируется на уровне 4-6%.
- Неопределенность сохраняется в отношении нескольких событий: устойчивости к инфляции и ужесточения денежно-кредитной политики, динамики спроса и напряженности в глобальных цепочках поставок, волатильности рынков продовольствия и энергоносителей, больших объемов долга и геополитической напряженности.

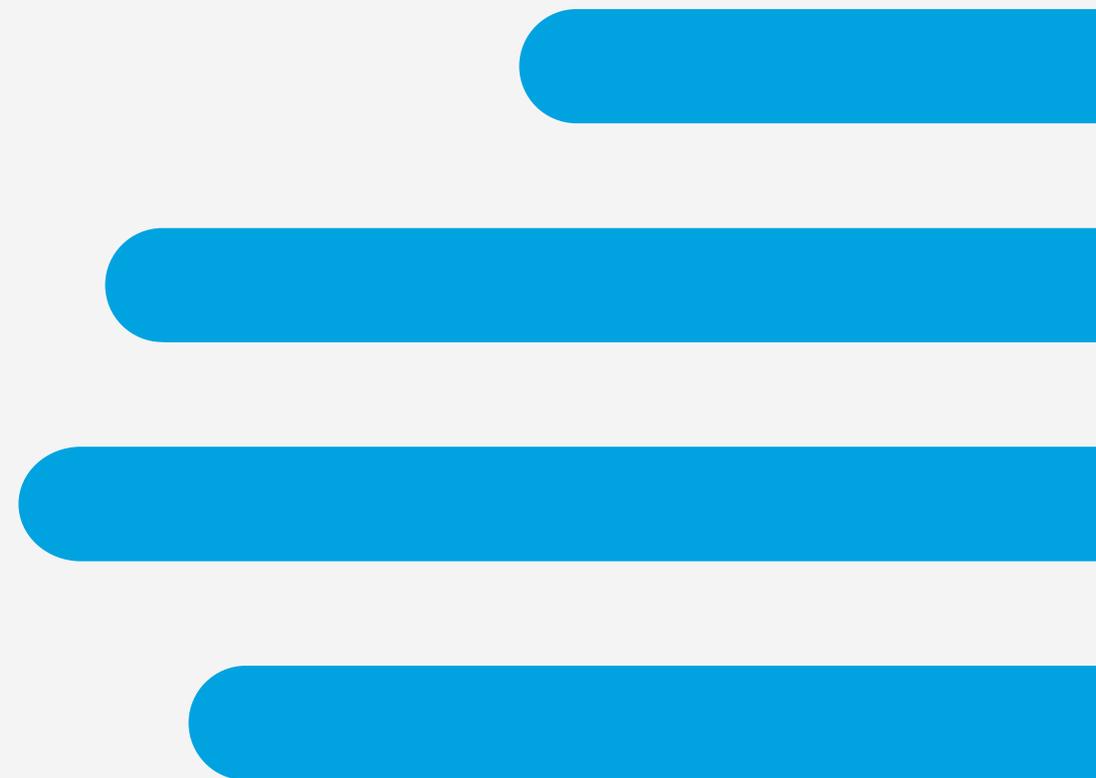


Экономические индикаторы

Экономическая ситуация

# 02

## Фармацевтический рынок

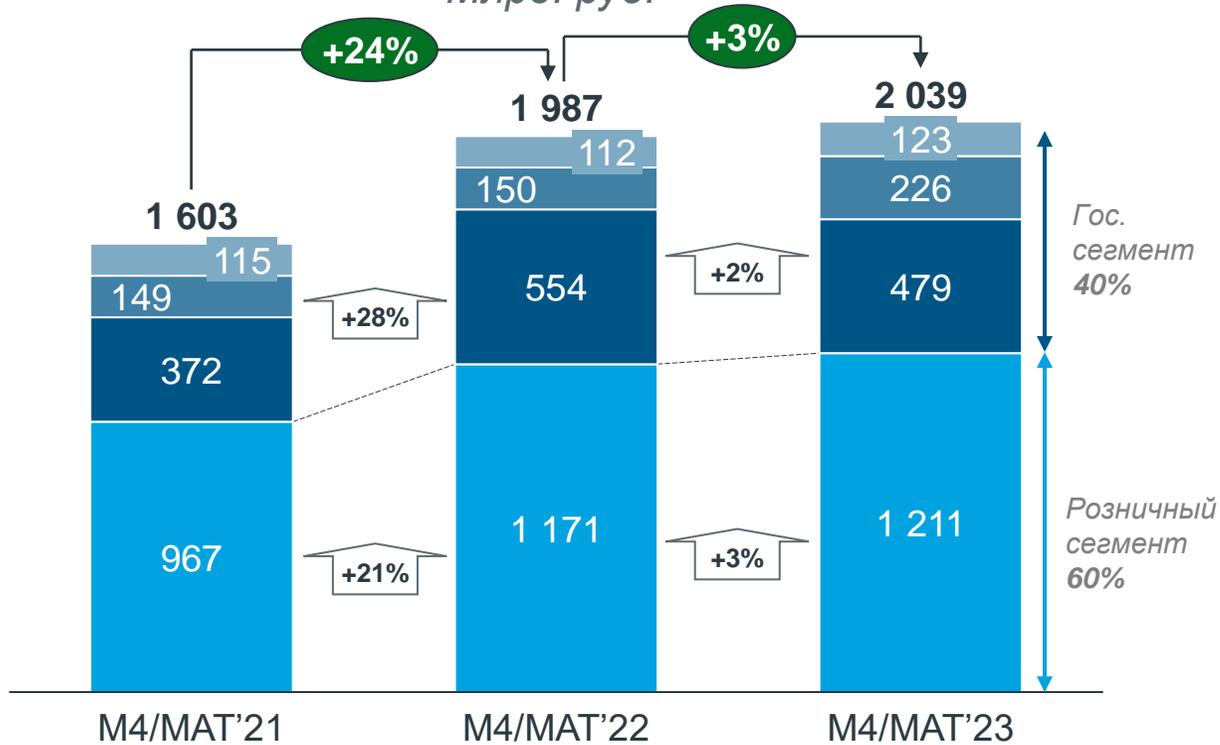


# Рост российского фарм. рынка в денежном выражении замедляется в государственном и розничном сегменте на фоне отсутствия значимых факторов роста

## Российский фарм. рынок по каналам

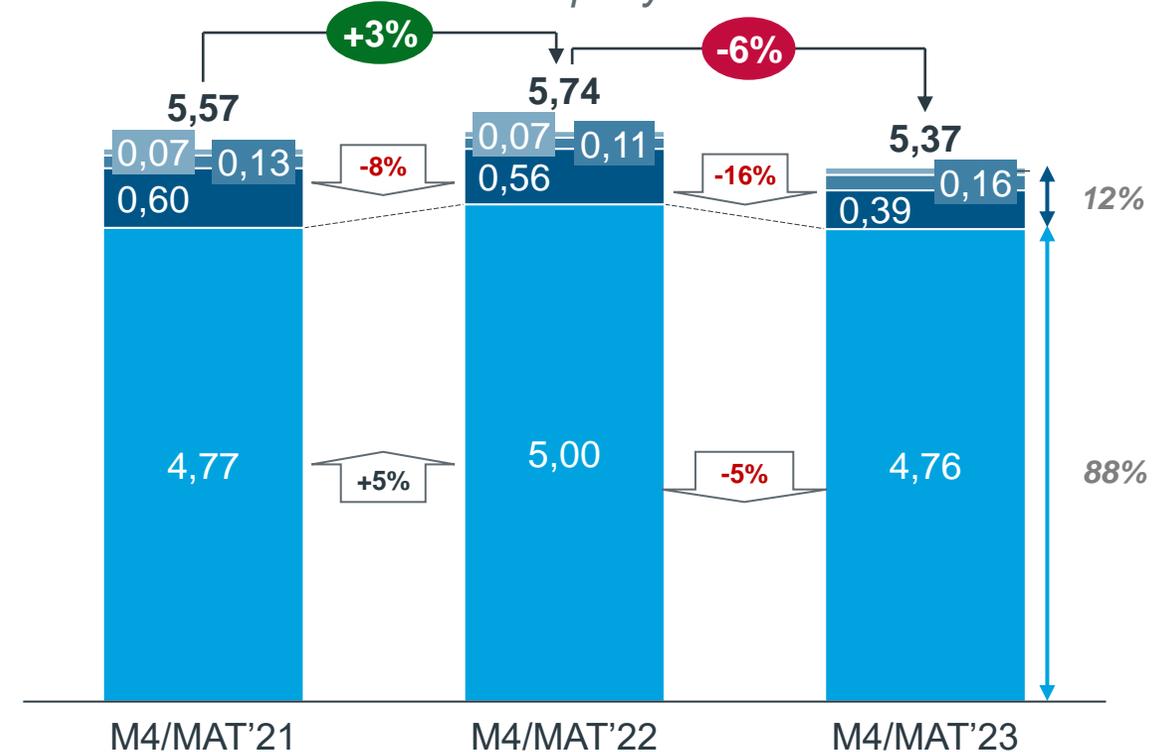
### Продажи в денежном выражении

Млрд. руб.



### Продажи в упаковках

Млрд. уп.



■ Розничный канал  
■ Бюджетный канал  
■ Федеральная льгота  
■ Региональная льгота

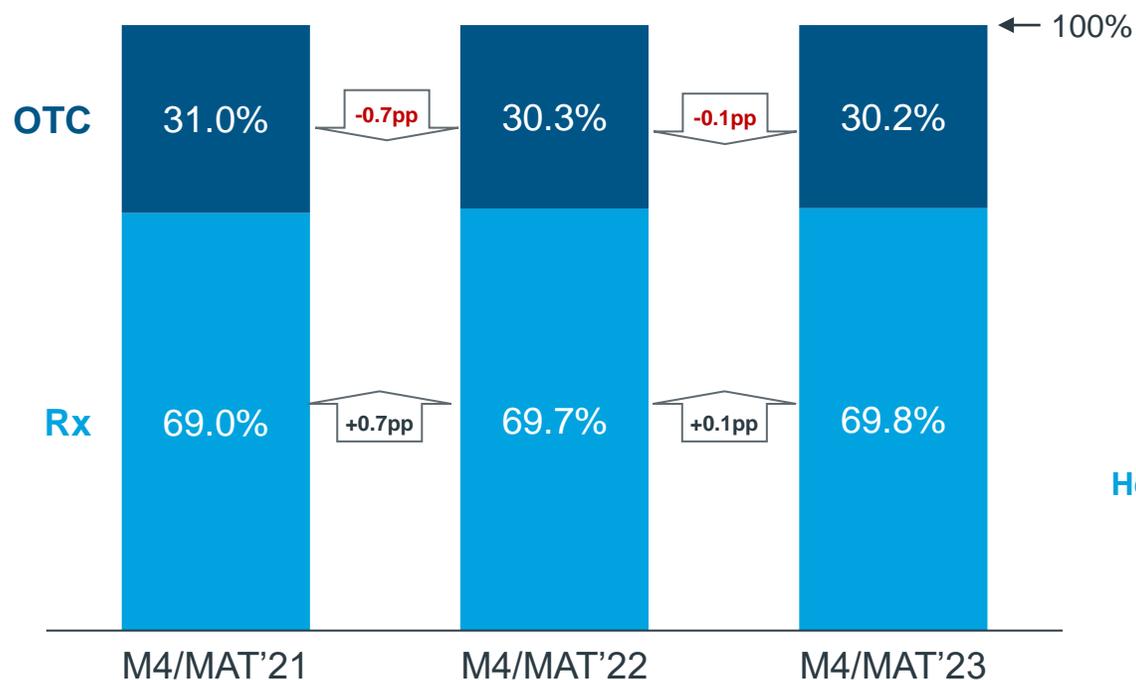
Критерий	Рубль	Доллар США	Евро	Упаковки	Стандартные упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'04'23, млрд.	2 039,0	31,4	30,3	5,4	218,9
Рост 23/22, %	3%	21%	34%	-6%	-2,4%

На рынке в денежном выражении преобладают ЛС рецептурного отпуска; доля недженериковых ЛС является преобладающей, так как эти препараты обычно имеют более высокую цену

## Российский фарм. рынок по структуре

### Продажи по статусу ЛС

Продажи в деньгах, руб.

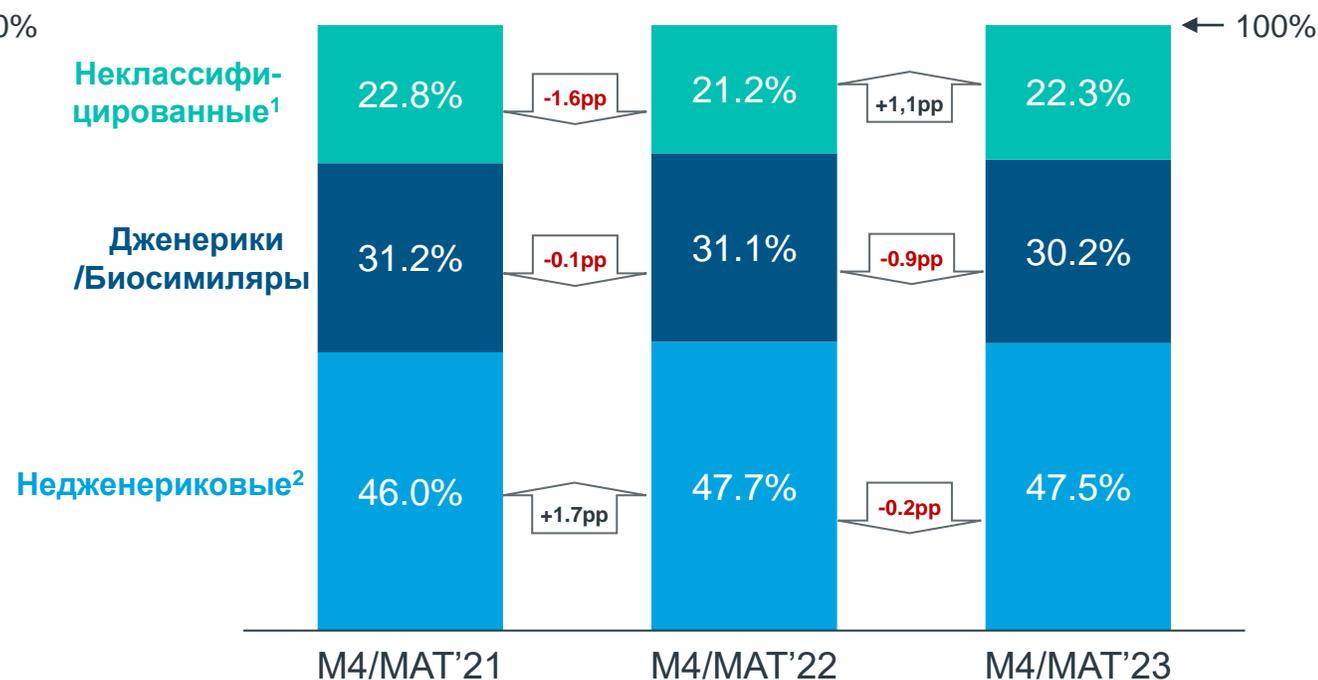


Rx / OTC, %

Розничный	50 / 50	50 / 50	50 / 50
Гос. закупка	98 / 2	98 / 2	99 / 1

### Продажи по типу ЛС

Продажи в деньгах, руб.



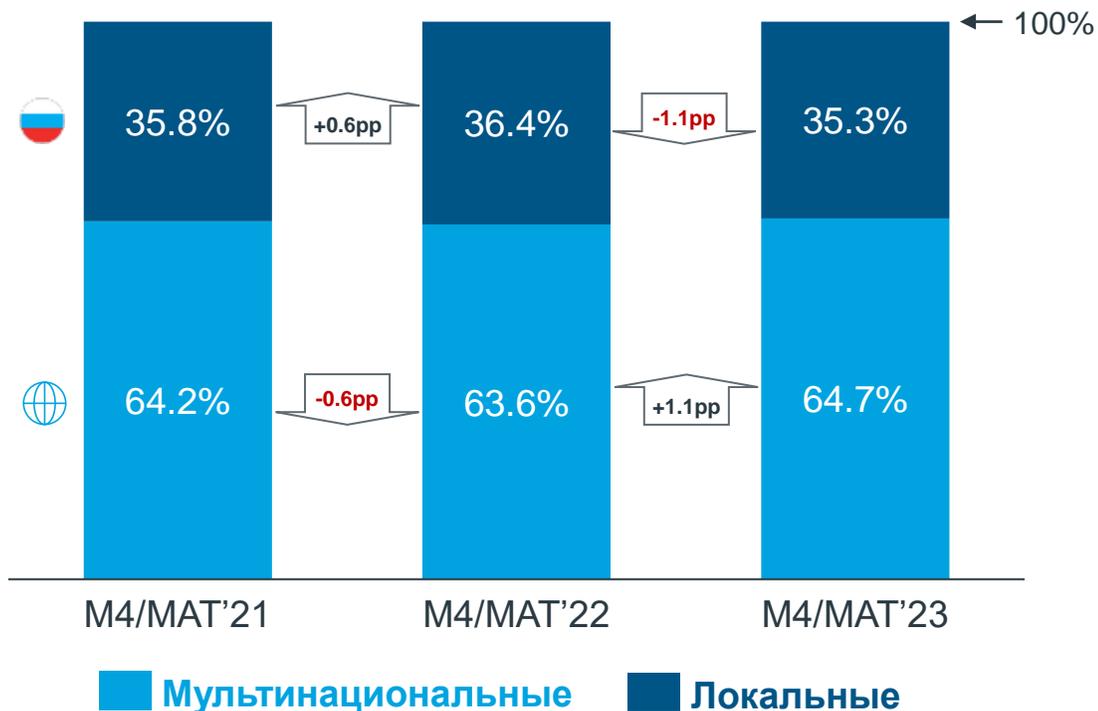
Недженериковые<sup>2</sup> / Дженерики/Биосимиляры / Неклассифицированные<sup>1</sup>, %

Розничный	34 / 38 / 28	34 / 38 / 28	31 / 40 / 29
Гос. закупка	64 / 22 / 14	67 / 22 / 11	71 / 17 / 12

# Локальные компании занимают 35% доли рынка в деньгах и 62% в упаковках, но это всё ещё далеко от стратегии "Фарма-2030"

Российский фарм. рынок (локальные / мультинациональные компании)

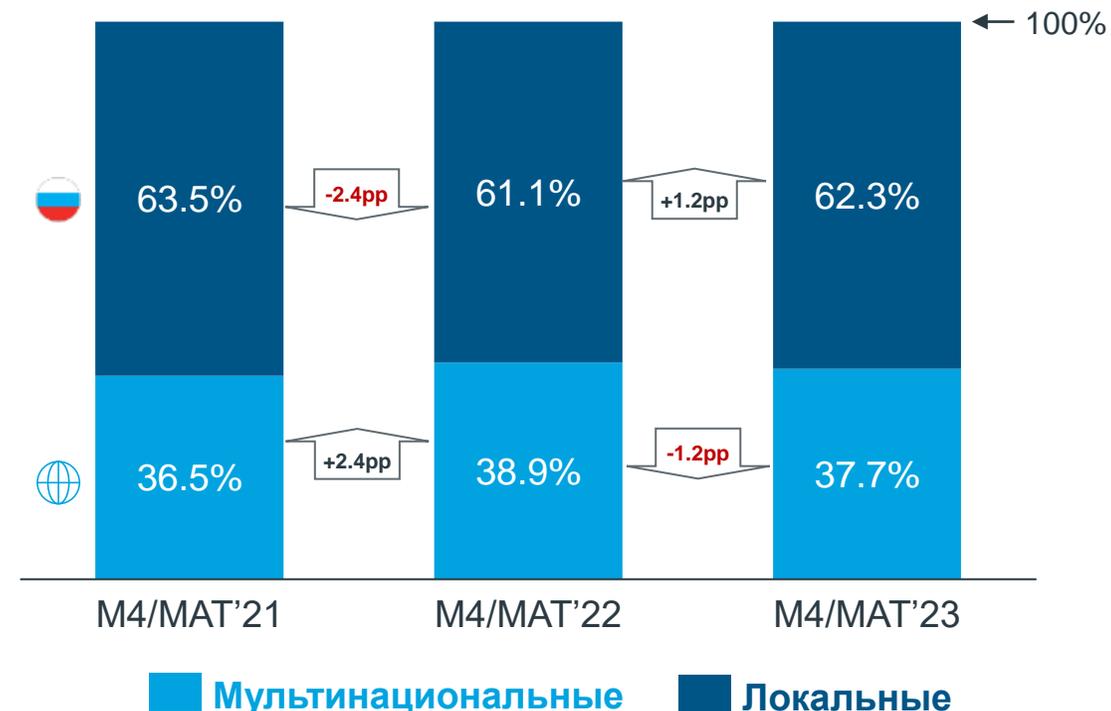
## Продажи в денежном выражении Руб.



Мультинациональные / Локальные, %

Розничный	63 / 37	64 / 36	61 / 39
Гос. закупка	66 / 34	63 / 37	70 / 30

## Продажи в объёмном выражении Упаковки

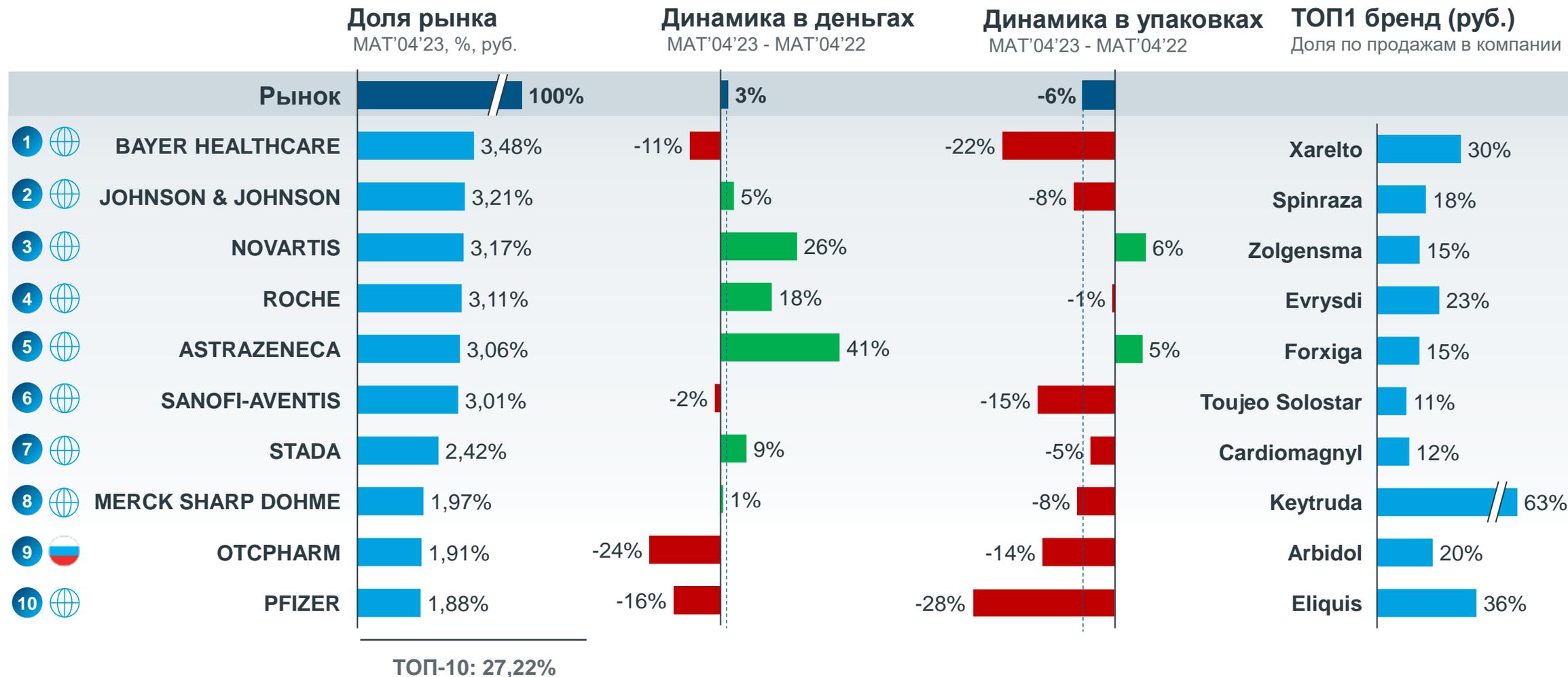


Мультинациональные / Локальные, %

Розничный	39 / 61	42 / 58	40 / 60
Гос. закупка	21 / 79	20 / 80	21 / 79

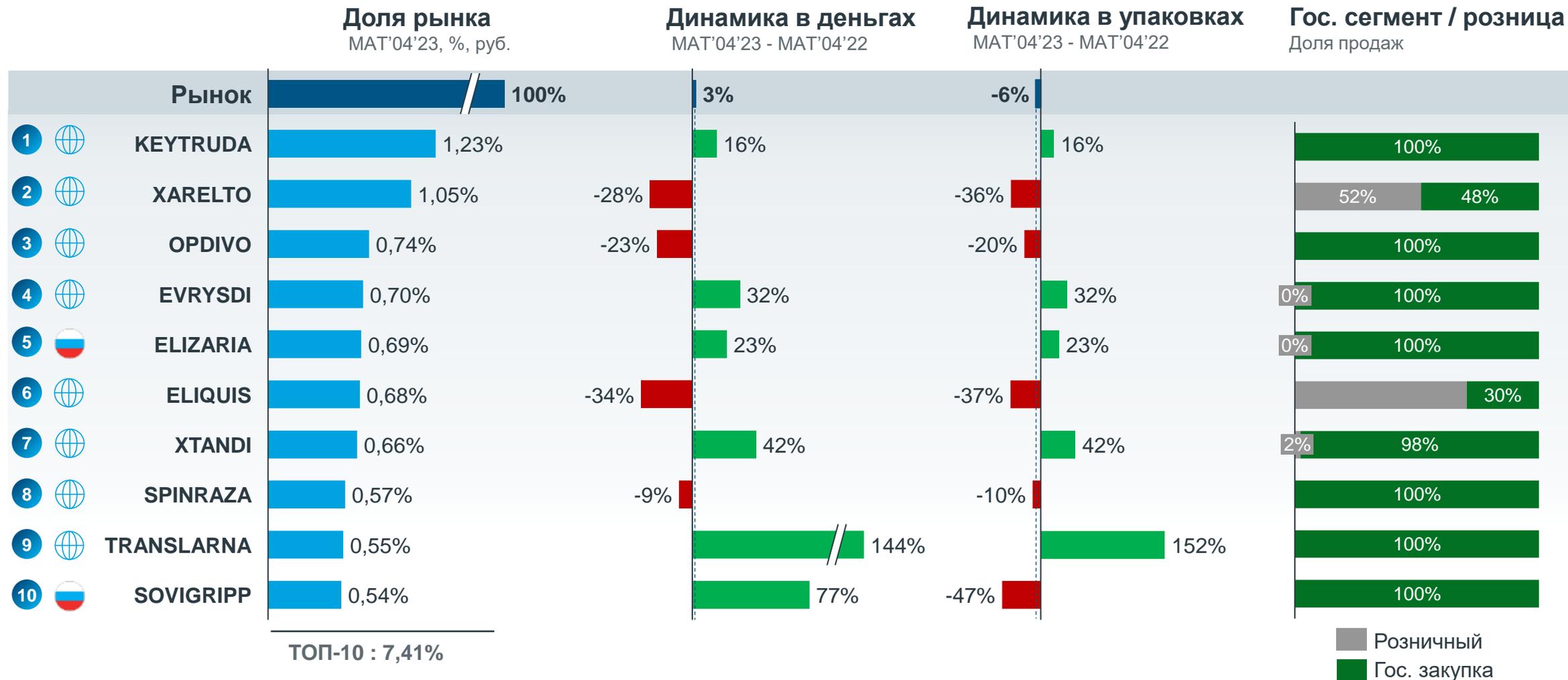
# Среди ТОП-10 компаний лишь 2 компании демонстрируют прирост в упаковках – Novartis и AstraZeneca

## ТОП-10 компаний по объёму продаж



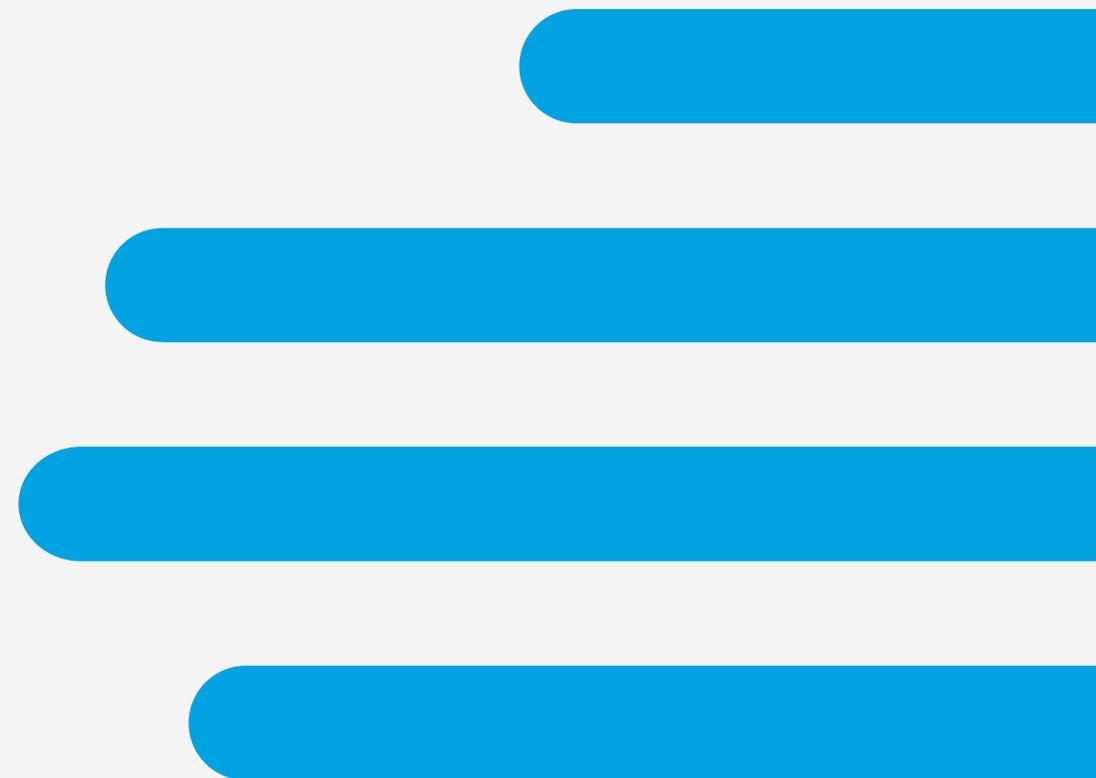
# Большинство препаратов из ТОП-10 реализуются в сегменте гос. закупок; Среди ТОП-10 препаратов лишь 2 препарата локальных производителей

## ТОП-10 брендов по объёму продаж



# 03

## Розничный сегмент

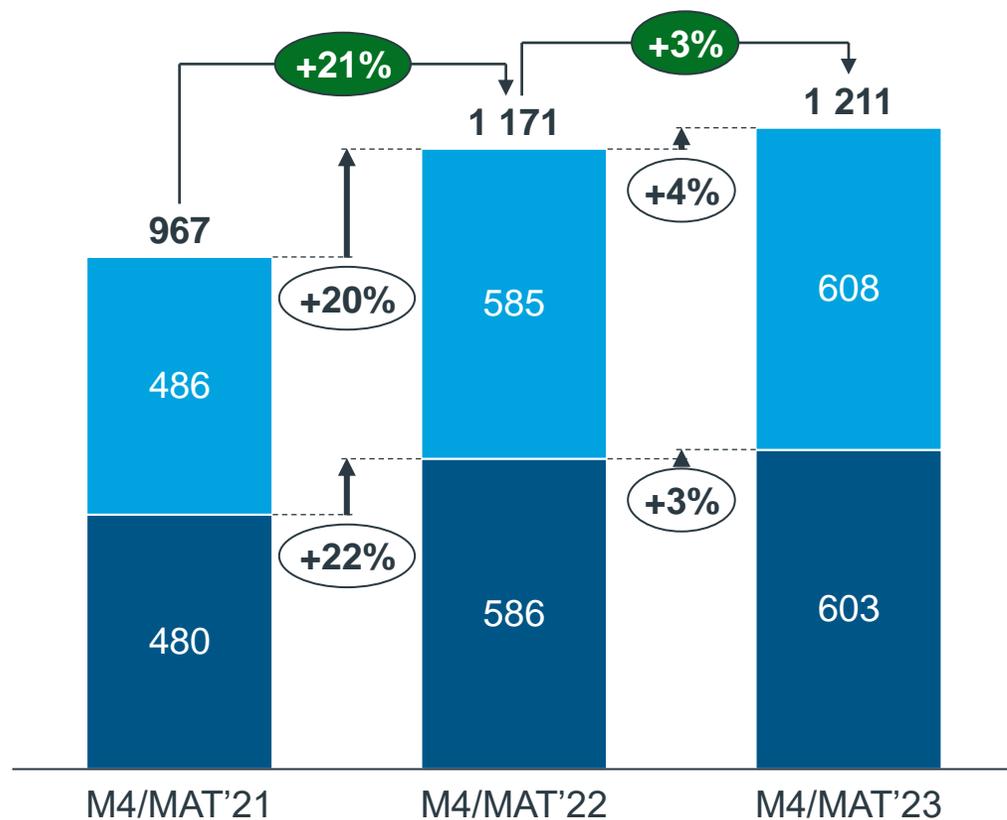


**В денежном выражении доли ОТС/Rx продуктов равны.  
В объёмном выражении преобладают ОТС продукты**

*Динамика розничного сегмента (рецептурные / безрецептурные препараты)*

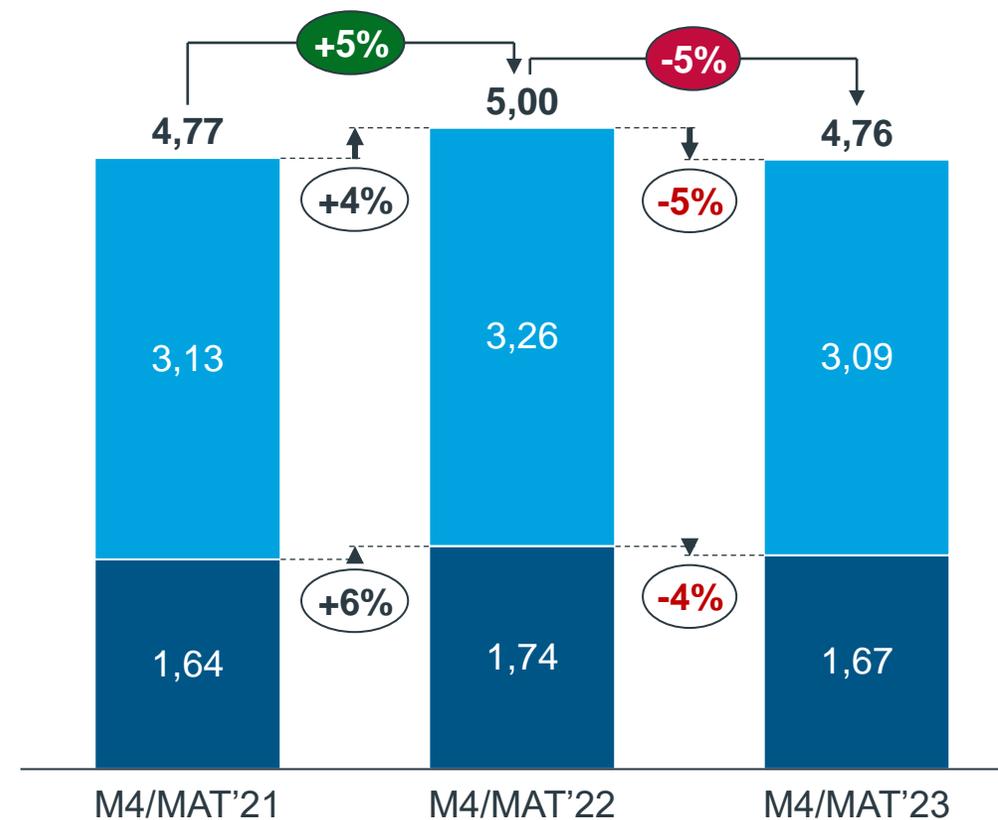
### Розничные продажи в деньгах

Млрд. руб.



### Розничные продажи в упаковках

Млрд. уп.



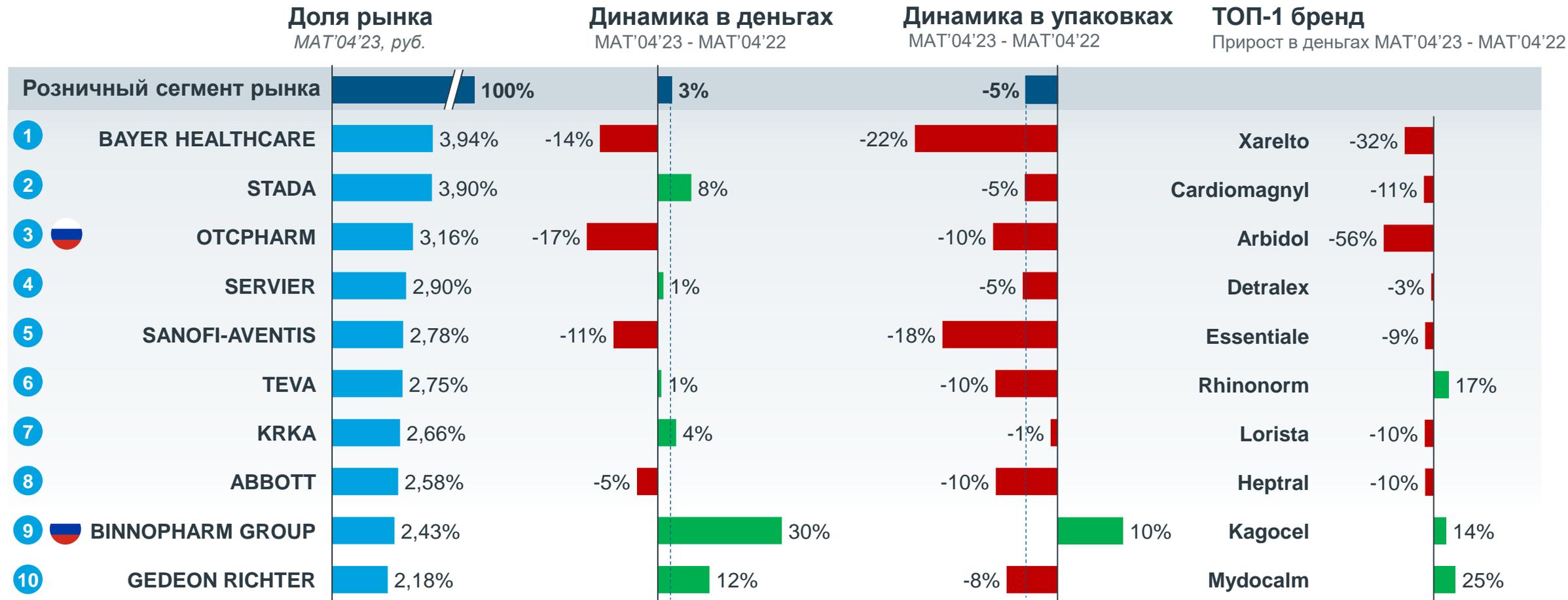
# Только категория В01 (Антитромботические препараты) демонстрирует негативную YoY динамику; Остальные категории имеют позитивный тренд в денежном выражении

## Динамика ТОП10 EphMRA2 категорий в розничном сегменте рынка

EphMRA2 категория	Доля рынка		CAGR,		YoY,		Топ-1 бренд	
	МАТ'04'23		МАТ'04'23 - МАТ'03'21		МАТ'04'23 - МАТ'04'22		Доля рынка % в EphMRA2 категории	
	Млрд. руб., %		%		%			
1	Z98 - БАД	78 (6%)	14%	11%	Bac-Set	3%		
2	C09 – Препараты, воздействующие на РААС	57 (5%)	8%	1%	Edarbi	9%		
3	R05 – Препараты от кашля и симптомов простуды и гриппа	55 (5%)	22%	9%	Theraflu	13%		
4	R01 – Назальные препараты	45 (4%)	21%	19%	Snup	8%		
5	G03 – Половые гормоны системного действия	41 (3%)	16%	6%	Femoston	12%		
6	B01 – Антитромботические препараты	39 (3%)	-1%	-26%	Xarelto	28%		
7	G04 – Урологические препараты	37 (3%)	10%	1%	Canephron	13%		
8	N02 - Анальгетики	35 (3%)	17%	10%	Nurofen	21%		
9	M01 – Противовоспалительные и противоревматические препараты	35 (3%)	16%	14%	Nimesil	15%		
10	R02 – Препараты от боли в горле	34 (3%)	33%	22%	Grammidin	17%		
	<b>ТОП-10</b>	<b>457 (38%)</b>	<b>14%</b>	<b>5%</b>				

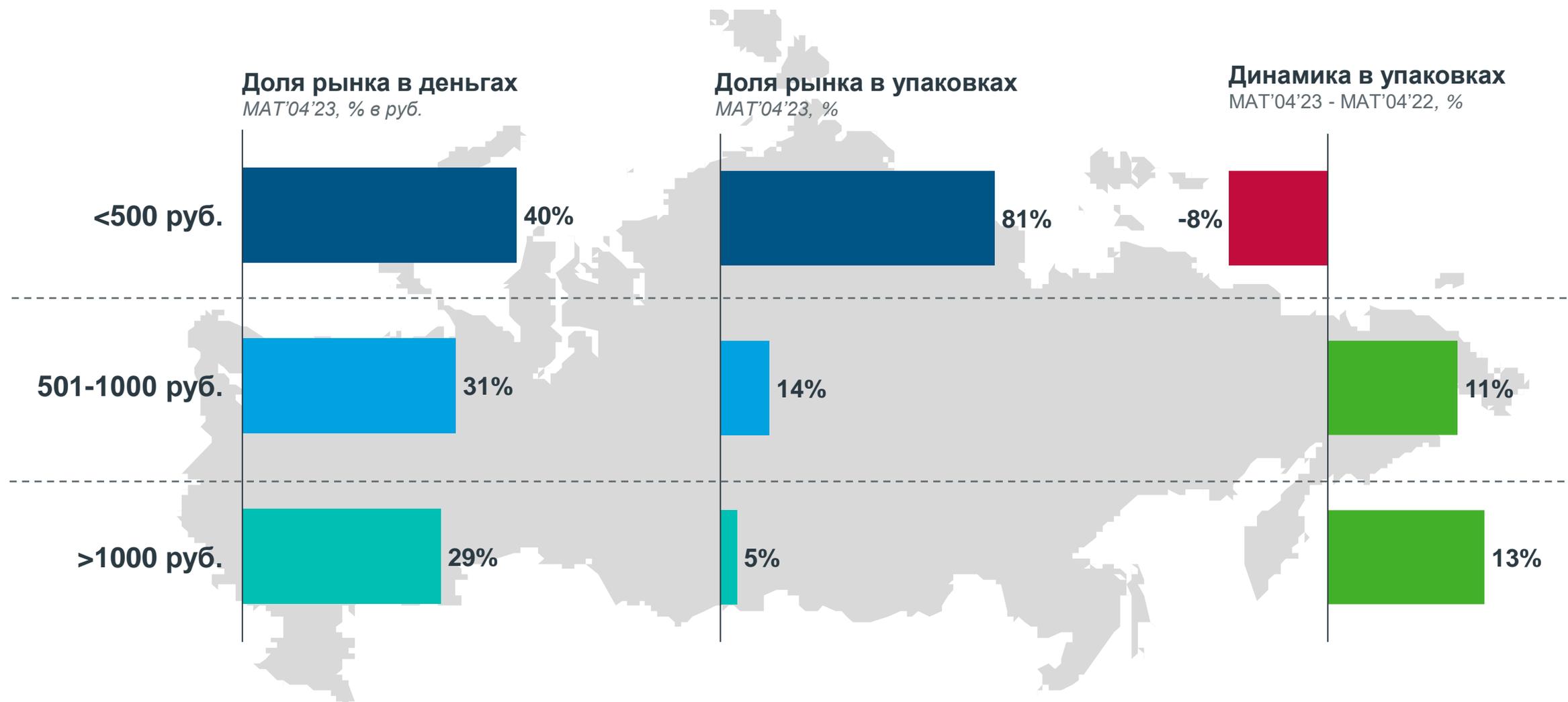
# Все компании из ТОП-10 за исключением Биннофарм в красной зоне по динамике продаж в упаковках

ТОП-10 компаний розничного рынка по объёму продаж



# 81% упаковок розничного сегмента приходится на лекарственные средства стоимостью <500 руб. за упаковку

Распределение продаж розничного сегмента в зависимости от стоимости упаковки



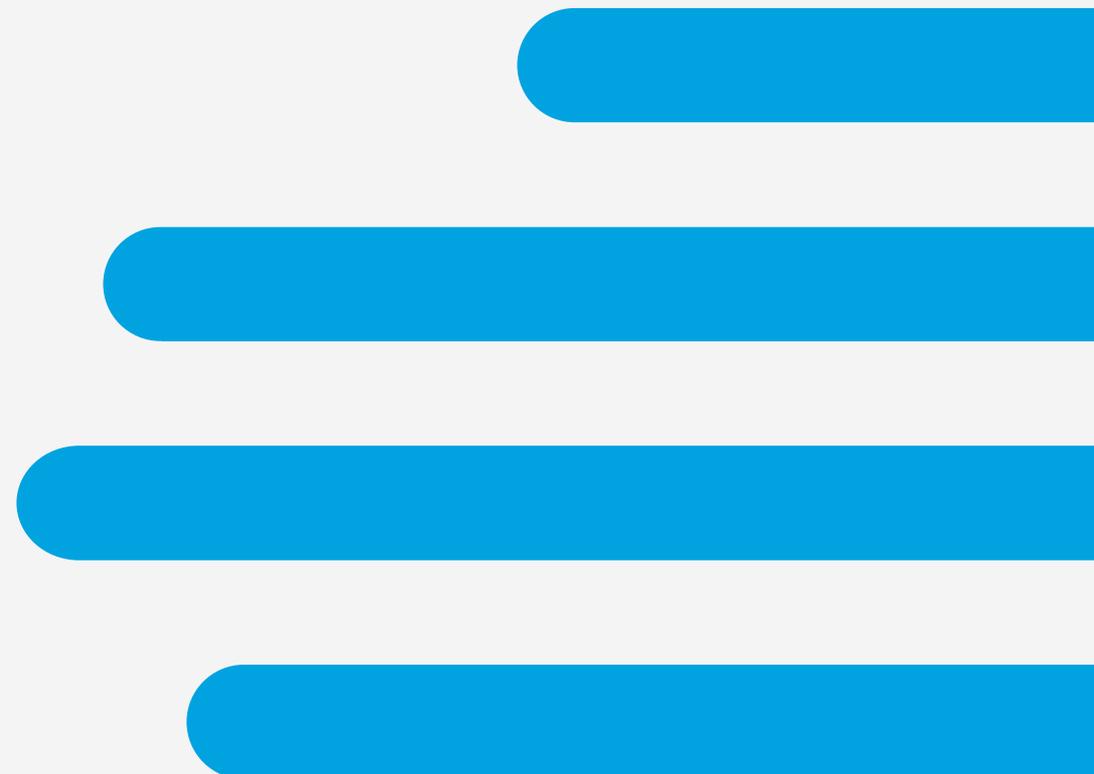
# Лизобакт, Ингавирин и Саксенда – лидеры продаж в E-commerce канале в своих ценовых сегментах (МАТ 04'23)

ТОП-5 SKU по продажам в E-com в каждом ценовом сегменте

E-commerce продажи	Упаковка <500 руб.	Упаковка 501 – 1000 руб.	Упаковка >1001 руб.
# 1	<b>LYSOBACT</b> T.SUCK.20MG 10MG 30	<b>INGAVIRIN</b> CAPS 90MG 10	<b>SAXENDA</b> CARTRID.+PEN 6MG 1ML 3 3ML
# 2	<b>CARDIOMAGNYL</b> F.C.TAB 75MG 15.2MG 100	<b>CANEPHRON N</b> C.TAB 60	<b>XARELTO</b> FILM C.TABS 20MG 28
# 3	<b>PENTALGIN</b> FILM C.TABS 24	<b>MIRAMISTIN</b> SOLUT. .01% 150ML	<b>ELIQUIS</b> FILM C.TABS 5MG 60
# 4	<b>GRIPPFERON</b> DROPS NASAL 10K 10ML	<b>TAMIFLU</b> CAPS 75MG 10	<b>ARMAVISCON FORTE</b> SYRING I.A. 2.3% 3ML
# 5	<b>GRAMMIDIN ANES NEO</b> TABS SUCKING 18	<b>BAC-SET FORTE</b> CAPS 20 210MG	<b>DETRALEX</b> F.C.TAB 900/ 100MG 60

# 04

## Сегмент государственных закупок

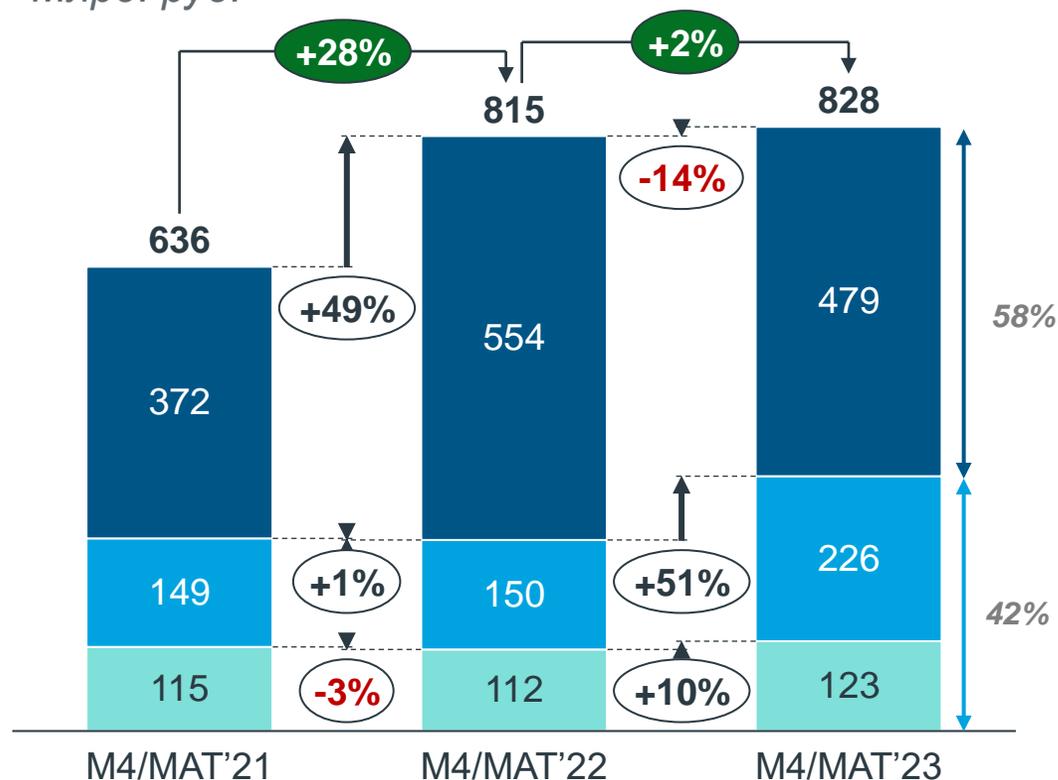


# Госпитальные продажи (бюджетные) составляют 58% от всего сегмента гос. закупок в России; Оставшиеся 42% (РЛО и ДЛО) реализуются в аптеках

## Сегмент государственных закупок

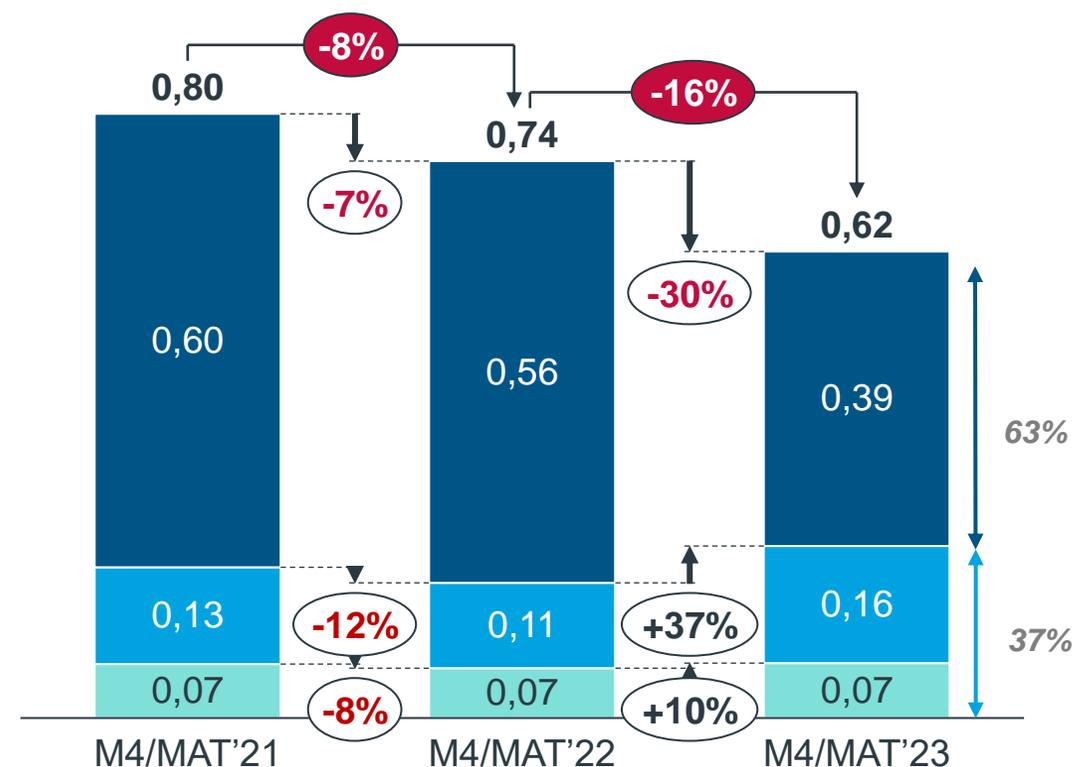
### Продажи в денежном выражении

Млрд. руб.



### Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.



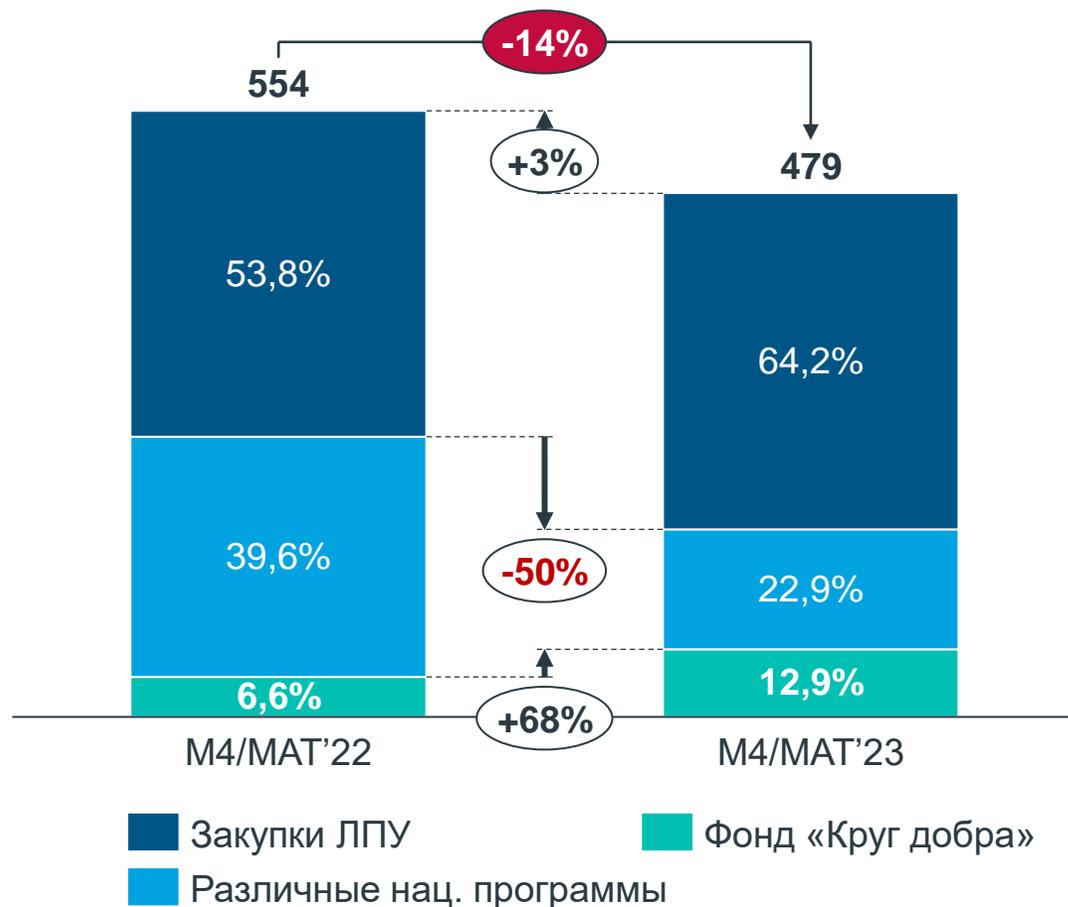
- Бюджетные закупки, искл. ДЛО и РЛО
- Региональная льгота
- Федеральная льгота

# Национальная гос. программа «Круг добра» - основной драйвер роста бюджетного сегмента; Эврисди – крупнейший продукт

## Бюджетный (госпитальный) сегмент

### Сегментация бюджетных продаж

Млрд. руб.



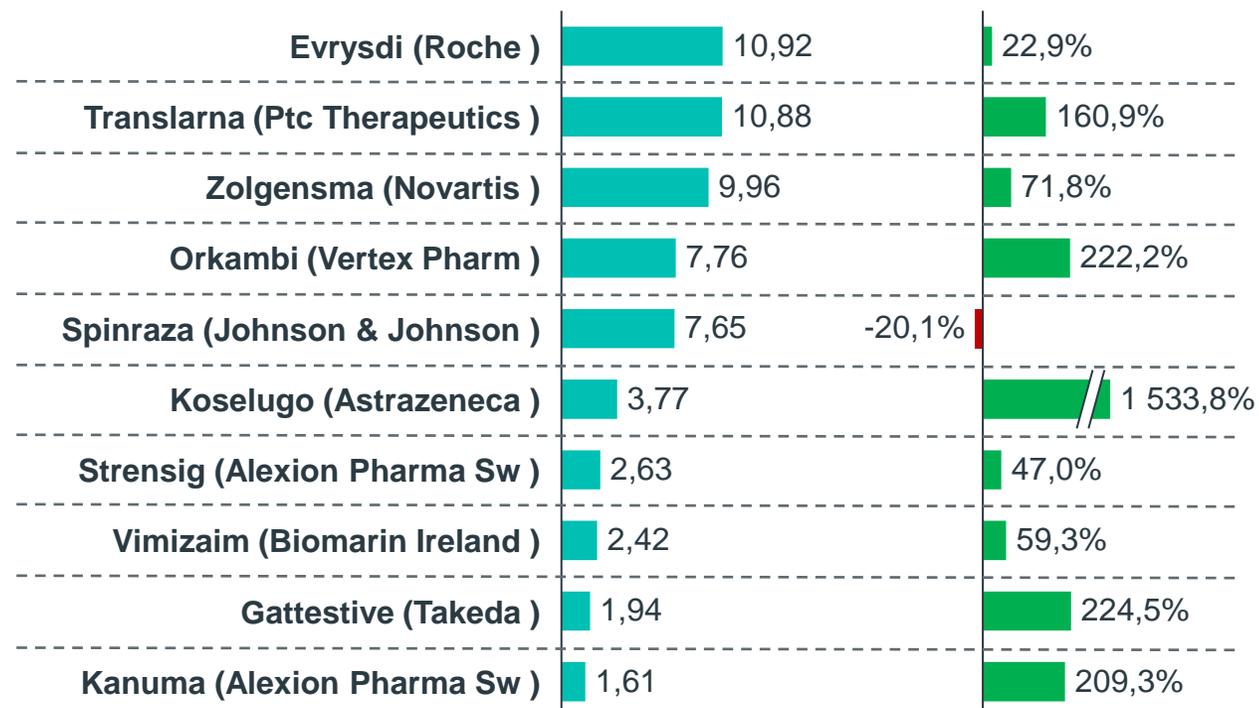
### ТОП-10 брендов в фонде «Круг добра»

#### Продажи в денежном выражении

MAT'04'23, % в млрд. руб.

#### Динамика продаж

MAT'04'23 vs MAT'04'22, % в руб.



# L01 - крупнейшая категория гос. сегмента с 29% долей рынка; Категории J05, L04, B01, J01 показывают негативную динамику в связи с завершением пандемии COVID

## Динамика ТОП-10 EphMRA2 категорий в сегменте гос. закупок

EphMRA2 категория	Доля рынка	CAGR, МАТ'04'23-МАТ'03'21	YoY, МАТ'04'23 - МАТ'04'22	ТОП-1 бренд
	МАТ'04'23 Млрд. руб., %			
1 L01 – Противоопухолевые препараты	243 (29%)	18%	23%	Keytruda 10%
2 J05 – Противовирусные для системного применения	64 (8%)	18%	-44%	Tivicay 14%
3 N07 – Прочие препараты для ЦНС	58 (7%)	32%	9%	Evrysdi 25%
4 A10 – Препараты используемые при диабете	54 (7%)	20%	30%	Forxiga 12%
5 L04 – Иммуносупрессивные препараты	41 (5%)	13%	-32%	Elizaria 34%
6 J07 – Вакцины	38 (5%)	3%	9%	Sovigripp 29%
7 B01 – Анти тромботические препараты	38 (5%)	-1%	-29%	Xarelto 28%
8 B02 – Препараты для системы свёртывания крови	31 (4%)	4%	27%	Hemlibra 15%
9 L02 – Цитостатическая гормональная терапия	25 (3%)	26%	43%	Xtandi 52%
10 J01 – Системные антибактериальные препараты	22 (3%)	-18%	-24%	Linezolid 9%
<b>ТОП-10</b>	<b>614 (74%)</b>	<b>14%</b>	<b>-2%</b>	

# На мультинациональные компании приходится примерно 73% продаж в деньгах и около 27% продаж в упаковках

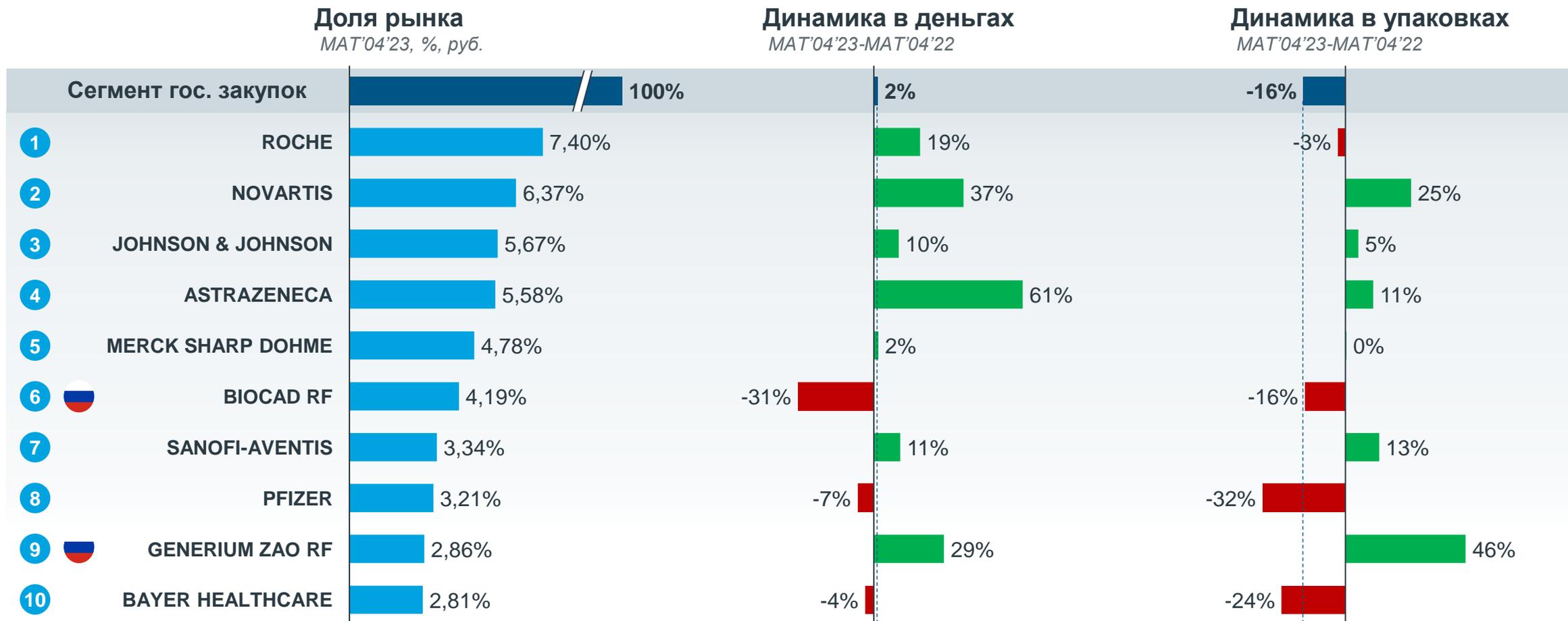
## Динамика ТОП-10 EphMRA2 категорий в сегменте гос. закупок



■ Мультинациональные компании  
■ Локальные компании

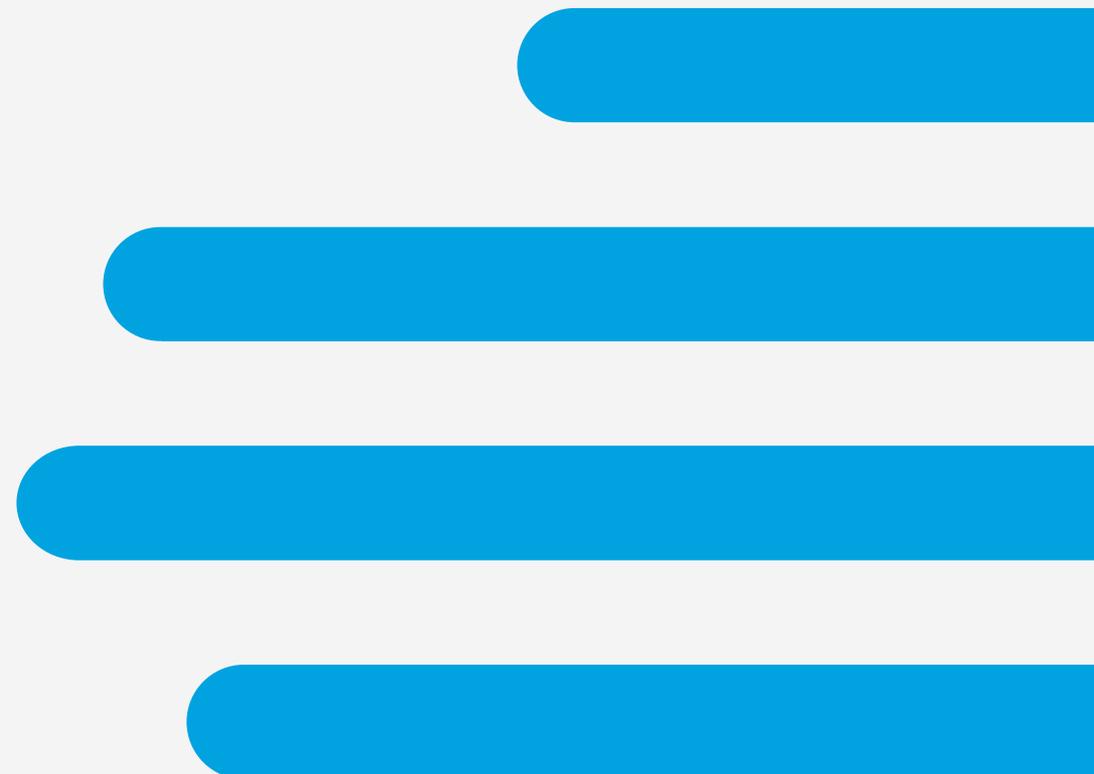
# AstraZeneca демонстрирует значительный рост в денежном выражении на рынке гос. закупок (+61% YoY прирост)

ТОП-10 компаний сегмента гос. закупок по объёму продаж



# 05

## Прогноз динамики фармацевтического рынка

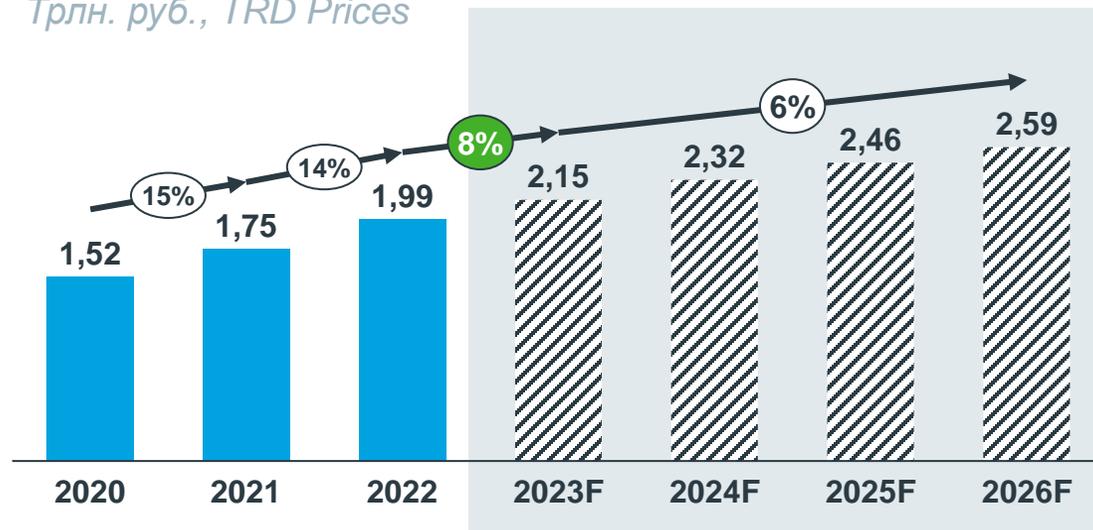


# В 2023 ожидается замедление темпов роста фарм. рынка. Ожидается рост на уровне/чуть выше уровня инфляции – примерно +6%

## Прогноз динамики фарм. рынка на горизонте 2023-2026

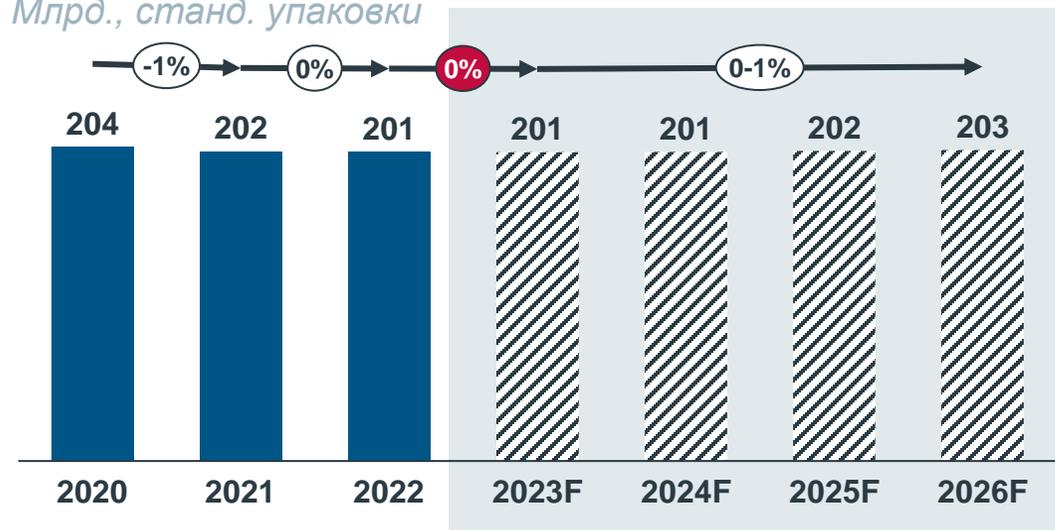
### Рынок в денежном выражении

Трлн. руб., TRD Prices



### Рынок в объёмном выражении

Млрд., станд. упаковки



### Комментарии:

- Covid и кризис (2020-2022):** Взрывной рост рынка был связан с покупкой препаратов «про запас» в условиях неопределённости весной 2022, а также с ростом потребления противовирусных препаратов и препаратов для лечения Covid. Дополнительно к этому, имели место высокий уровень инфляции и значительный рост цен Non-EDL препаратов. Все эти факторы привели к 14-15% росту рынка в денежном выражении за предыдущие периоды. Рынок в объёмном выражении стагнирует из-за снижения покупательской способности конечных потребителей.
- Период восстановления рынка (2023-2026):** Высокие темпы роста предыдущего периода будут нивелированы экономическими челленджами и продолжением действия санкций со стороны ЕС/США, что приведёт к снижению темпов роста до уровня 6% CAGR. Положительная динамика рынка в упаковках, наиболее вероятно, будет поддерживаться за счёт существующих и новых дорогостоящих целевых гос. программ (например, Диабет, Орфанные ЛС, Онкология, Кардиология), что обеспечит уровень роста 0%-1% на прогнозируемый период

# Существует ограниченное кол-во драйверов роста фарм. рынка, которые лягут в основу роста рынка в ближайшие годы

## Основные драйверы роста рынка

### Розничный сегмент

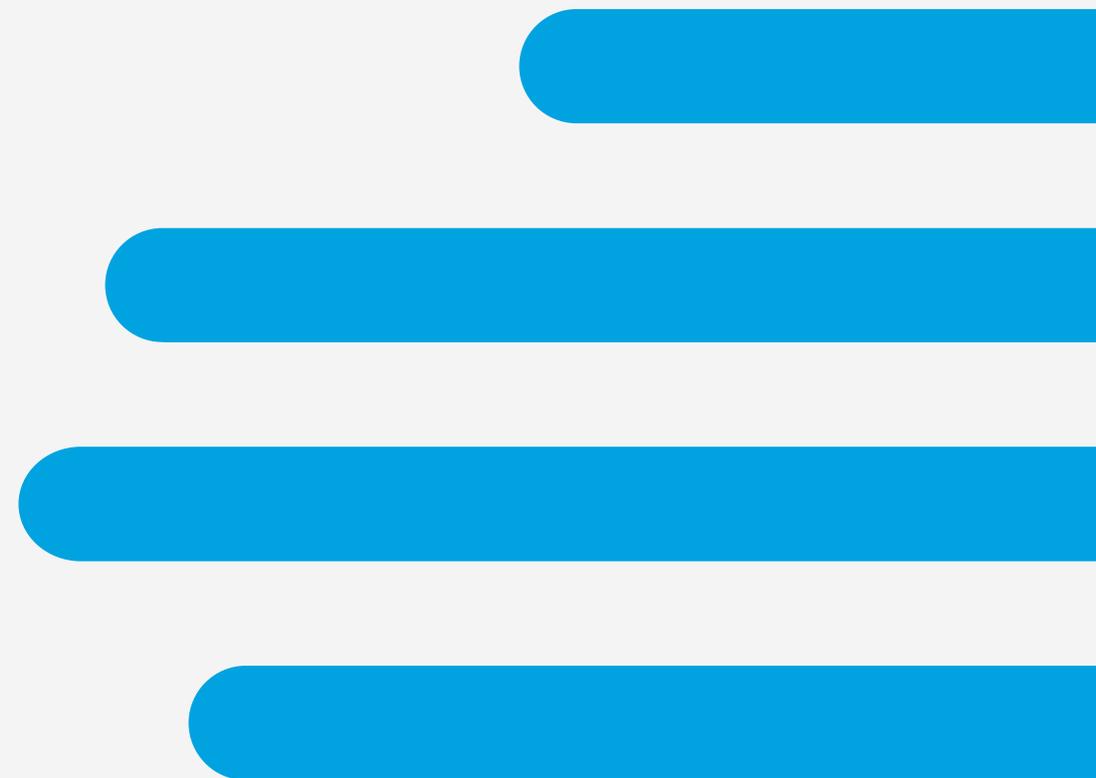
-  Снижение располагаемого дохода пациентов в связи с текущей геополитической ситуацией
-  Прекращение покупок препаратов «про запас» (стабилизация базы 2022)
-  Ограничение промоционных активностей и снижение количества лончей от мультинациональных компаний
-  Дальнейший рост E-com канала (основной мотив – поиск наиболее оптимальных ценовых предложений)
-  Повышение стоимости препаратов (на фоне продолжающейся инфляции)

### Сегмент гос. закупок

-  Ограниченное финансирование в области здравоохранения и развитие различных федеральных и региональных программ на фоне ограничений бюджета
-  Прекращение роста продаж COVID-зависимых продаж из-за окончания пандемии
-  Постепенная замена препаратов мультинациональных компаний российскими аналогами
-  Увеличение финансирования крупнейших национальных программ (например, «Круг Добра»)

# 06

## Промоционные активности



# F2F визиты постепенно возвращаются после пандемии Covid и занимают лидирующую позицию среди всех доступных промоционных каналов

## Промоционные активности по каналам

**F2F визиты** – Визиты медицинских представителей

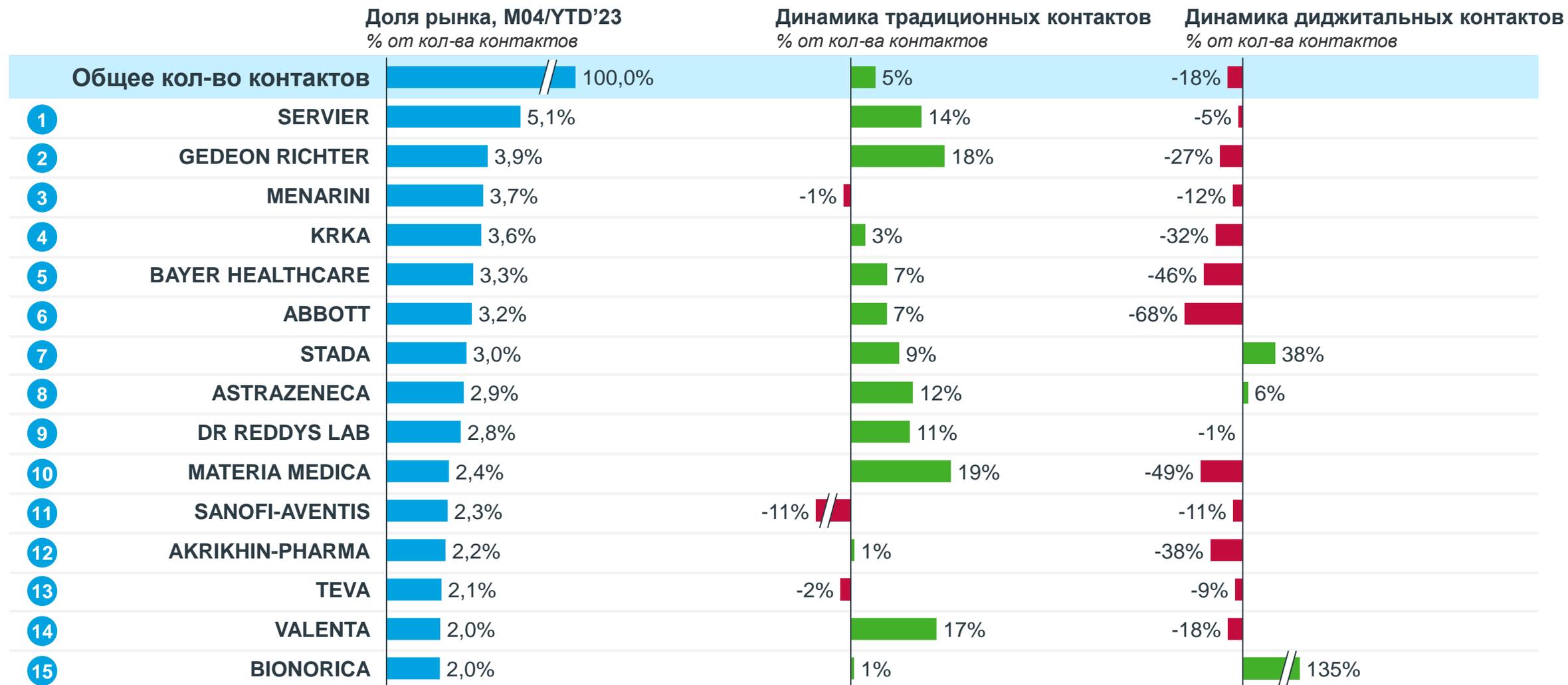
**Прочие традиционные каналы:** 1) F2F встречи – групповые встречи, круглые столы, etc;  
2) Дистанционные визиты – телефонные звонки, 3) Почтовая рассылка – письма клиентам

**Диджитальные каналы:** 1) Е-детейлинг – F2F встречи с использованием диджитальной платформы; 2) Е-встречи – групповые диджитал встречи, вебинары прочее; 3) Е-mail – коммуникация по электронной почте;  
4) Использование мессенджеров для коммуникации с клиентами



# Большинство компаний реинвестирует в традиционные промоционные каналы и ограничивает инвестиции в диджитальные каналы

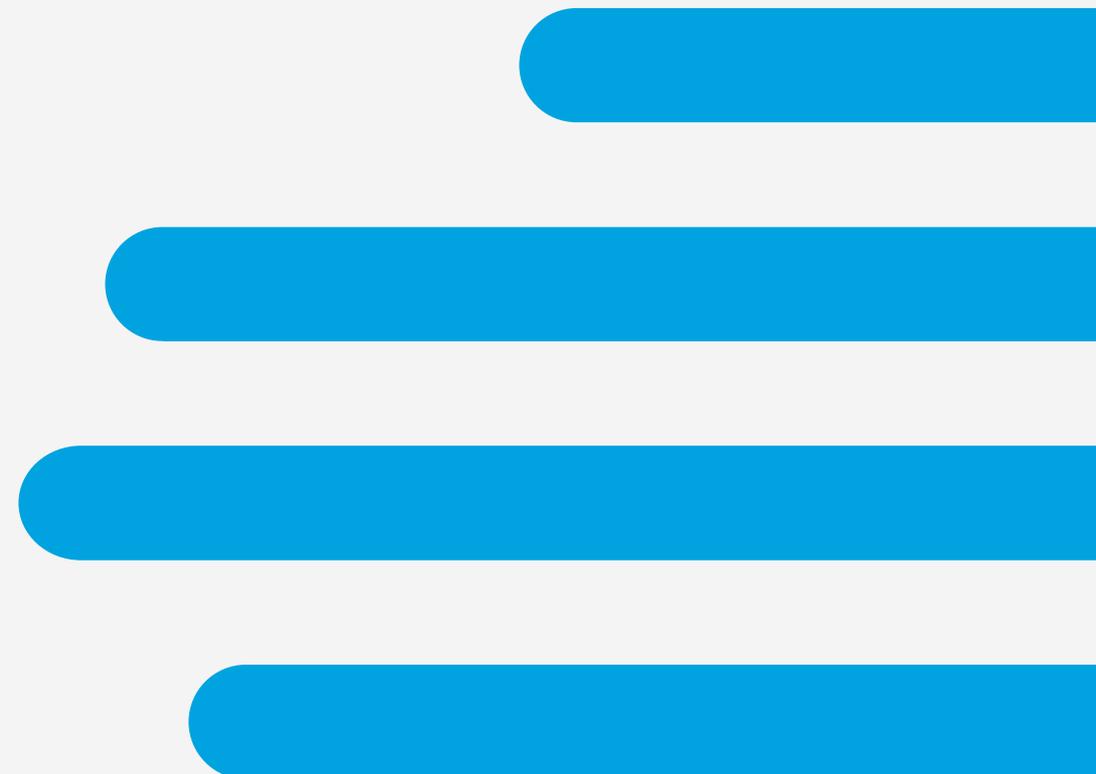
## Промоционные активности по каналам



Source: IQVIA Russia, Channel Dynamics promo évaluation; Specialities: Allergology/Pulmonology, Cardiology, Dermatology, Diabetes, E.N.T., Gastroenterology, GPs, Gynecology, Neurology, Oncology, Pediatric, Pharma, Psychotherapy, Urology.  
FACTS from IQVIA | Copyright © 2022 IQVIA. All rights reserved.

# 07

## Рейтинги дистрибьюторов и аптечных сетей



# На ТОП-10 дистрибьюторов приходится 69.3% продаж всего рынка; Протек занимает лидирующую позицию в Q1'23

ТОП-10 дистрибьюторов по уровню продаж



#	Дистрибьютор	Доля рынка по объёму продаж в руб.*, %		Динамика продаж в руб., Q1 2023 / Q1 2022, %
		Q1 2023	Q1 2022	
1	Protek	13,0%	12,0%	-6,6%
2	Katren	12,9%	12,2%	-8,3%
3	Pulse	12,1%	13,2%	-20,3%
4	FK Grand Capital	6,5%	5,2%	6,6%
5	R-Pharm	5,8%	9,0%	-43,7%
6	BSS	4,6%	5,2%	-23,1%
7	Pharmkomplekt	4,2%	3,7%	-1,1%
8	Pharmimeks	4,0%	2,4%	40,3%
9	Irvin	3,9%	2,7%	22,6%
10	Lancet	2,4%	2,0%	6,0%
<b>Фарм. рынок</b>		<b>69.3%</b>	<b>67.6%</b>	

На ТОП-10 аптечных сетей приходится 49.4% розничных продаж на фарм. рынке;  
Асна занимает лидирующую позицию по количеству аптек – 17 939

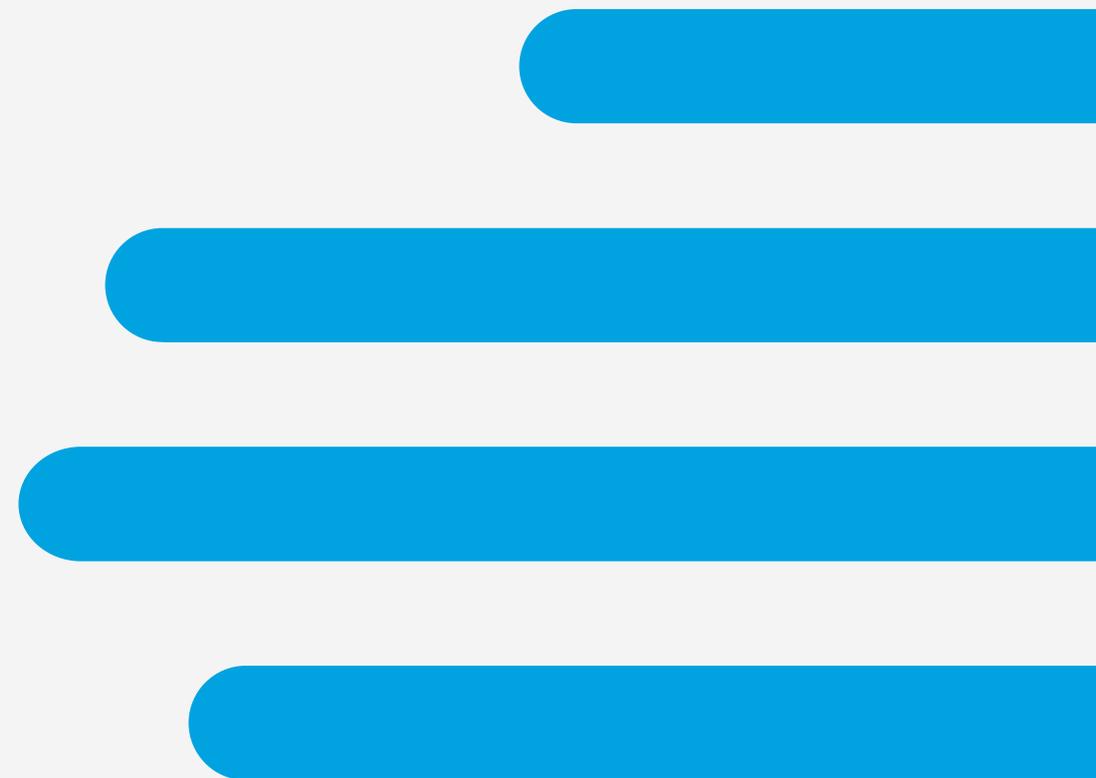
ТОП-10 аптечных сетей/ассоциаций по уровню продаж



#	Аптечная сеть/ ассоциация	Доля рынка в розн. сегменте, руб., %		Кол-во аптек Q1 2023
		Q1 2023	Q1 2022	
1	Asna*	13,15%	8,70%	17 939
2	Rigla	7,41%	6,86%	3 752
3	Aprél	5,32%	5,32%	5 821
4	Erkhapharm & Melodiya Zdorovya	4,97%	4,84%	2 091
5	Iris	3,84%	5,14%	2 725
6	Neopharm	3,38%	3,27%	1 112
7	36,6	3,38%	3,55%	1 846
8	Vita (Samara)	3,26%	3,20%	2 411
9	Pharmland	3,02%	2,63%	1 916
10	Maksavit	1,63%	1,77%	883
<b>Розничный рынок</b>		<b>49.4%</b>	<b>45.3%</b>	

# 08

## Рынки стран СНГ+



# На рынках СНГ+ преобладают продажи розничного сегмента; На Rx продукты приходится порядка ~60-70% продаж

## Фармацевтические рынки стран СНГ+

### Продажи фарм. рынка

Млн. USD, MAT'04'23

### CAGR

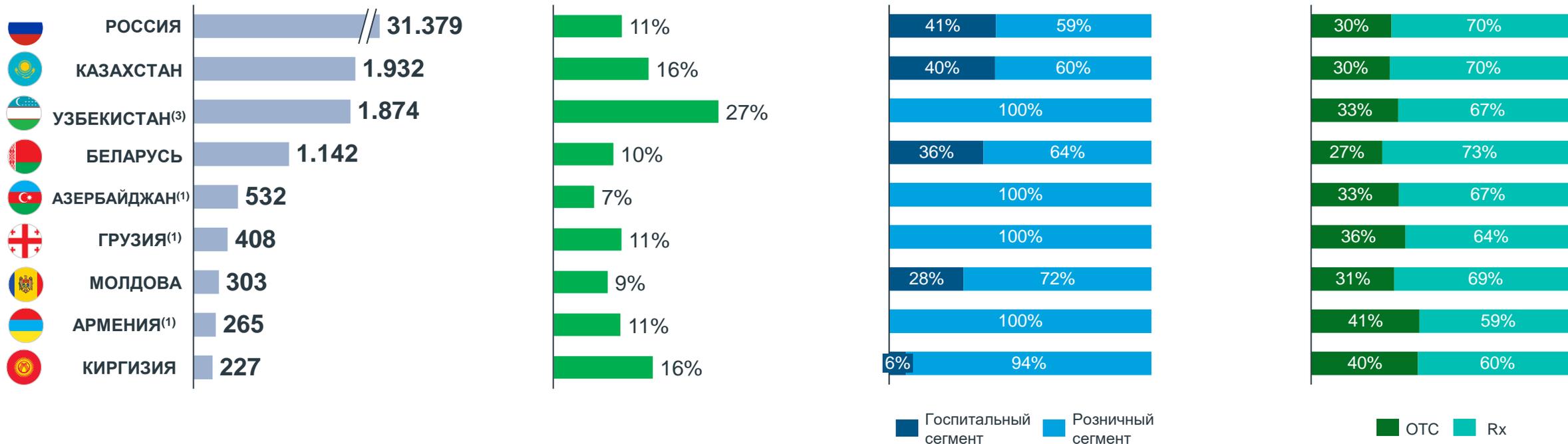
Валюта страны, %, MAT'04'23 MAT'04'20

### Распределение по каналам

USD, MAT'04'23

### Распределение по статусу препарата

USD, MAT'04'23



### Комментарии:

- Казахстан and Узбекистан – крупнейшие фарм. рынки СНГ+, Узбекистан демонстрирует самую значительную динамику по CAGR
- Розничный сегмент преобладает на рынках СНГ+, в ряде стран это единственный сегмент рынка, на рынках Казахстана, Беларуси и Молдовы доля розничного сегмента значимо более высокая
- На Rx продукты приходится порядка ~60-70% продаж в каждой из стран СНГ+

<sup>(1)</sup> В Армении, Азербайджане и Грузии представлены только розничные данные <sup>(2)</sup> В Монголии доступны данные импорта (с обновлением ежеквартально) <sup>(3)</sup> В Узбекистане представлены данные Total рынка (Розничный сегмент + сегмент Гос. Закупок)

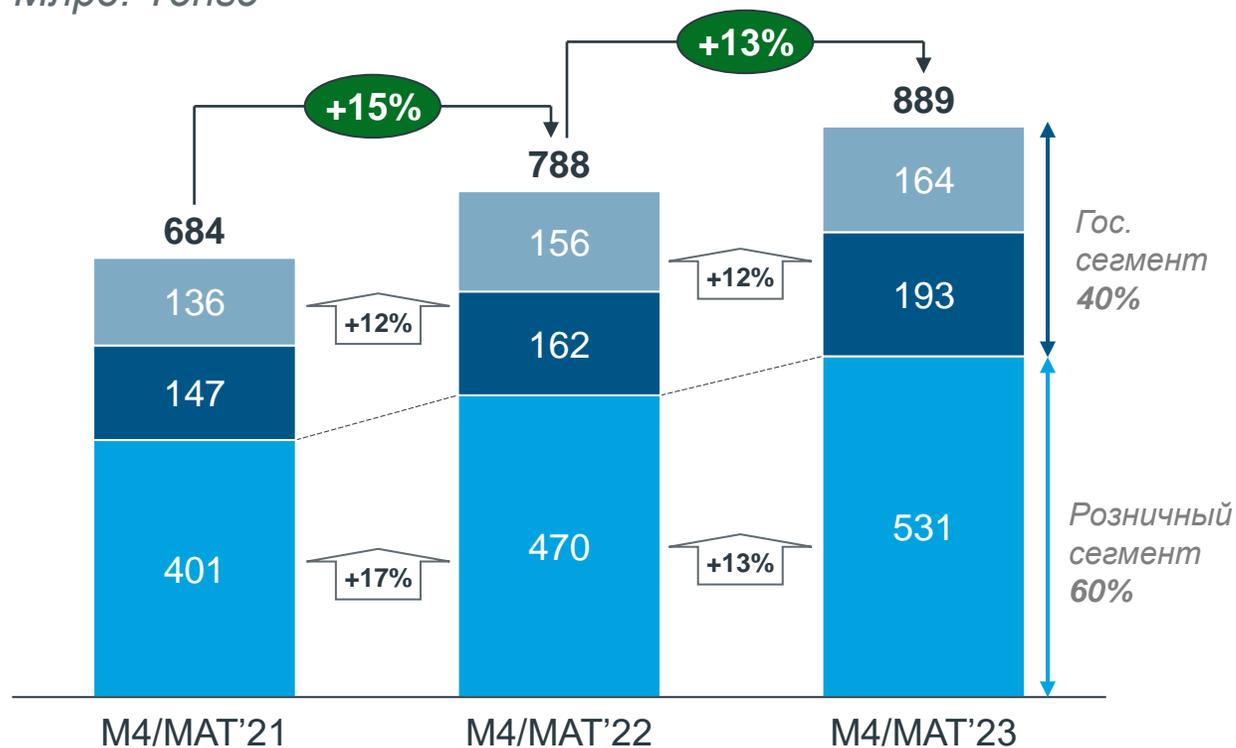


# На момент МАТ 04'23 рынок Казахстана в денежном выражении продолжает развиваться в обоих сегментах рынка

## Фармацевтический рынок Казахстана

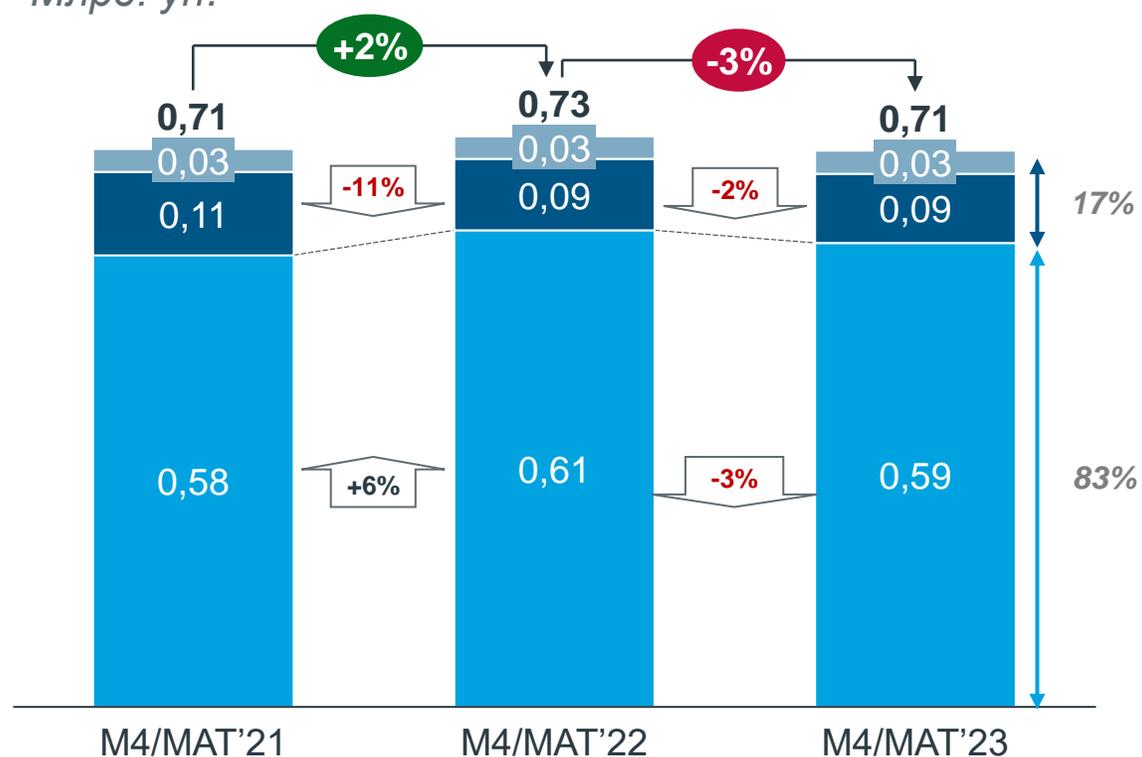
### Продажи в денежном выражении

Млрд. Тенге



### Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.



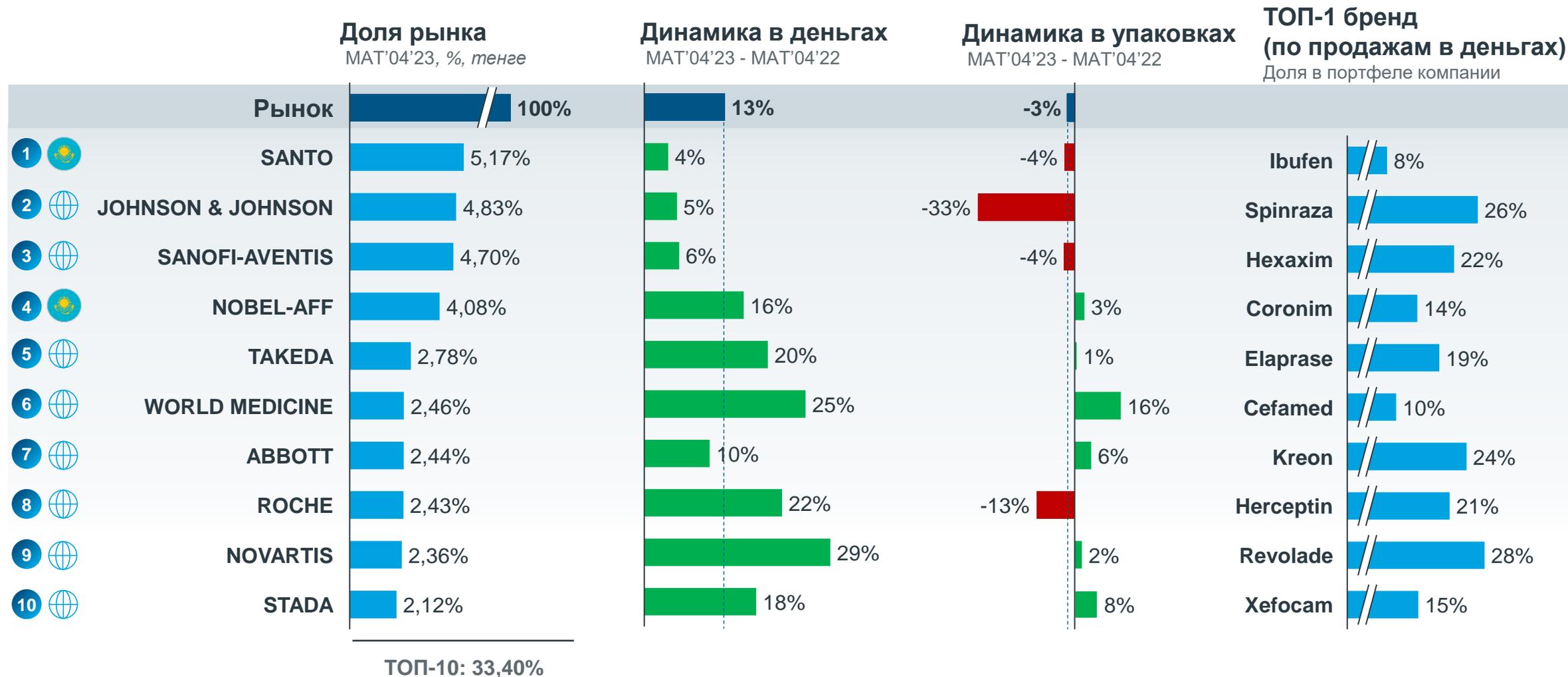
■ Розничный сегмент 
 ■ Амбулаторная льгота 
 ■ Госпитальный сегмент

Критерий	Тенге	Доллар США	Евро	Упаковки	Станд. упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'04'23, млрд.	<b>888,8</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>0,7</b>	<b>20,9</b>
Рост 23/22, %	<b>13%</b>	<b>7%</b>	<b>18%</b>	<b>-3%</b>	<b>1,1%</b>



# Все ТОП-10 компаний демонстрируют рост в денежном выражении в МАТ 04'23

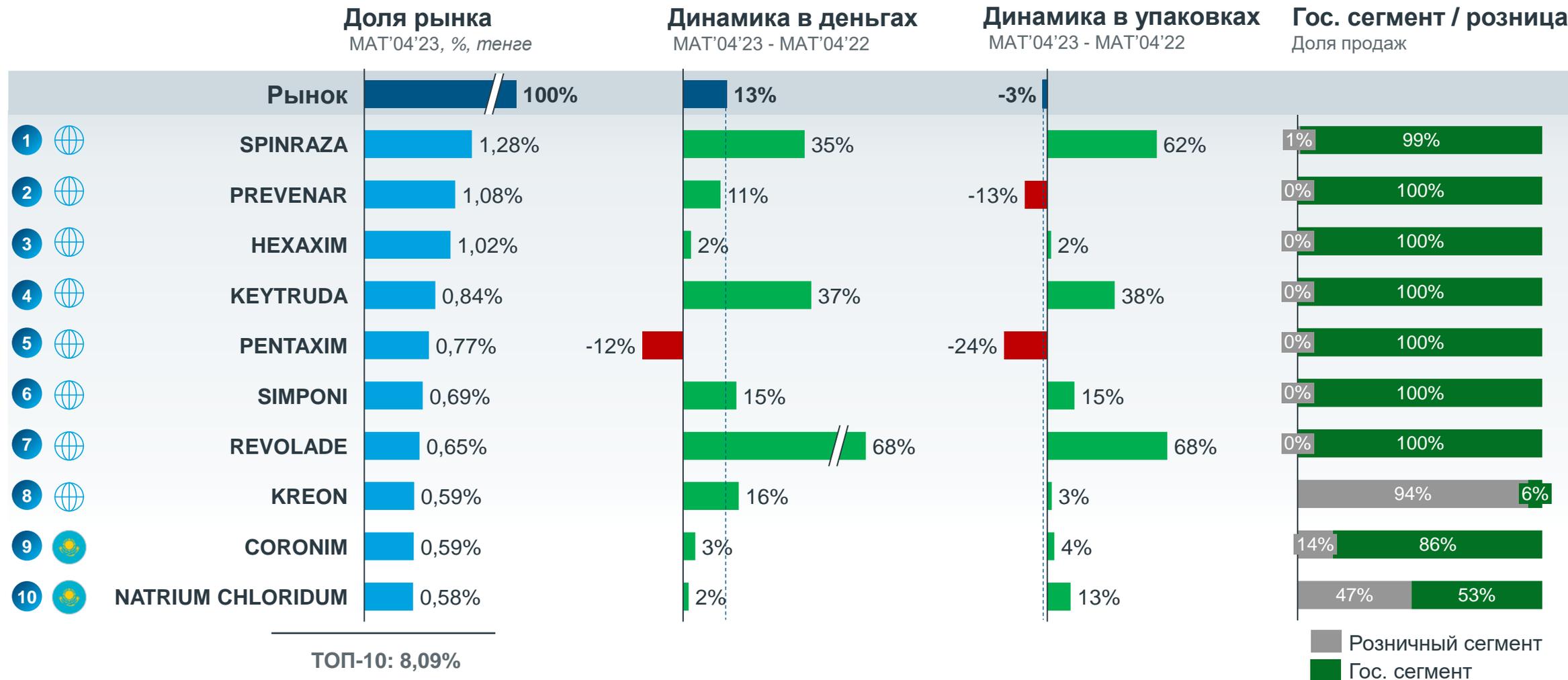
## ТОП-10 компаний по объёму продаж





# Большая часть брендов из ТОП-10 реализуются преимущественно/только в сегменте гос. закупок; Среди ТОП-10 брендов только 2 бренда являются локальными

## ТОП-10 брендов по объёму продаж



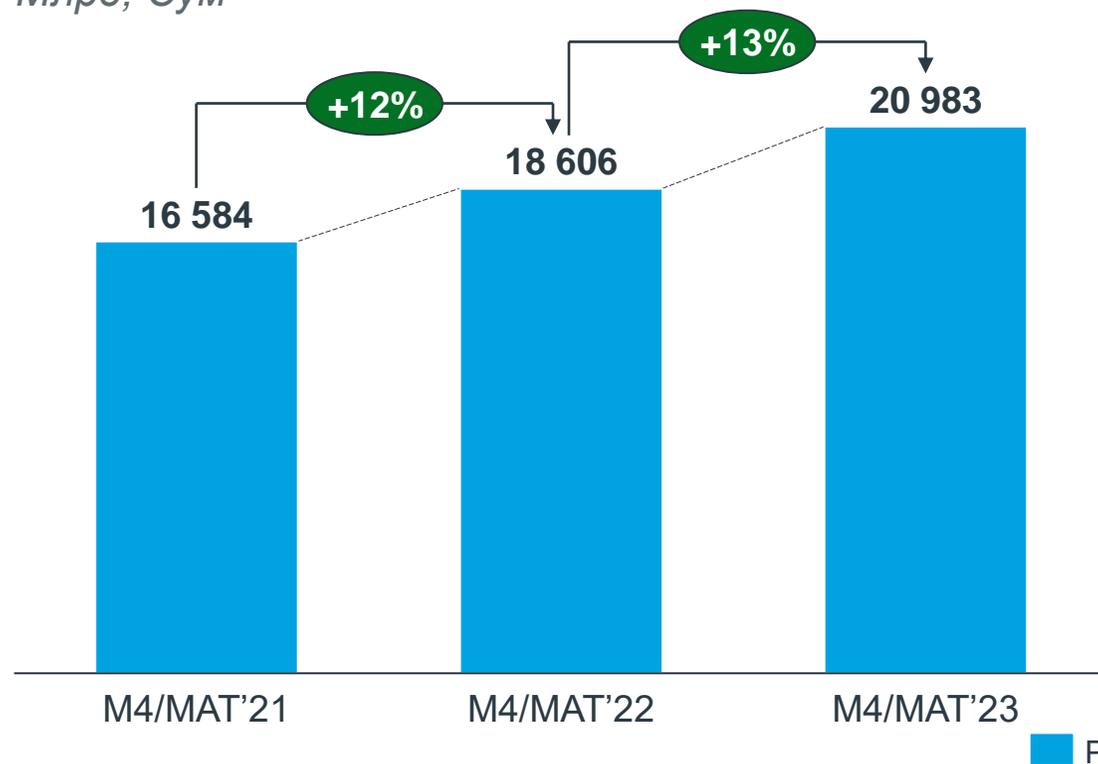


# Фарм. рынок Узбекистана продолжает показывать позитивную динамику как в денежном, так и в объёмном выражении

## Фармацевтический рынок Узбекистана

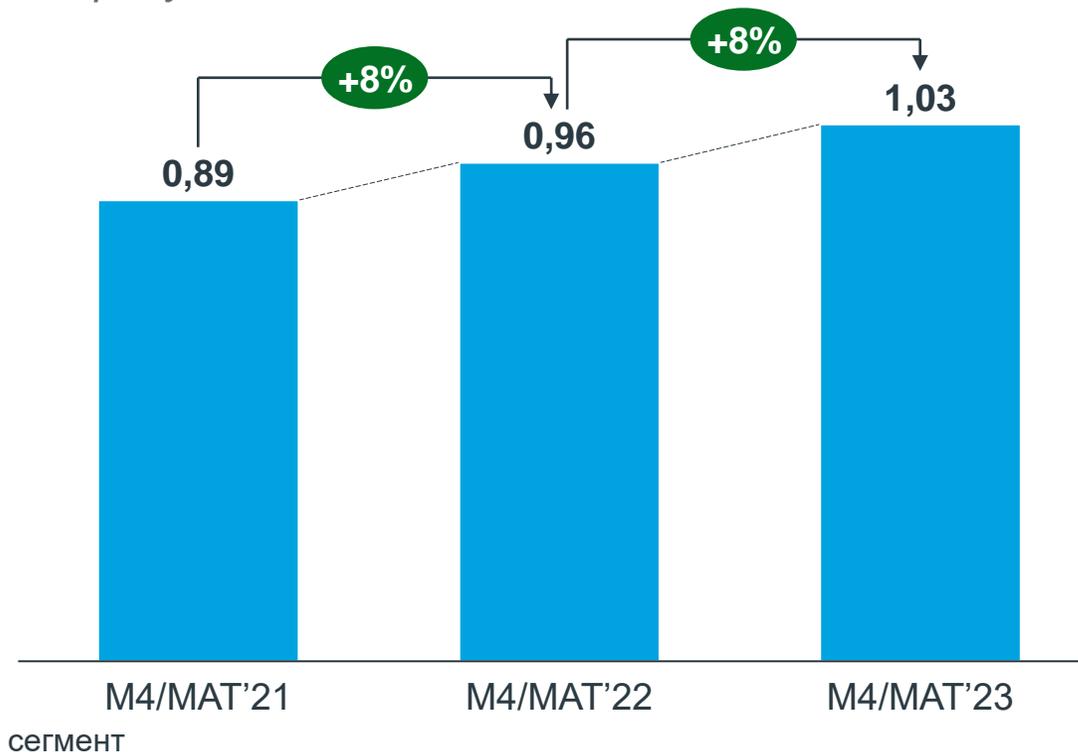
### Продажи в денежном выражении

Млрд, Сум



### Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.

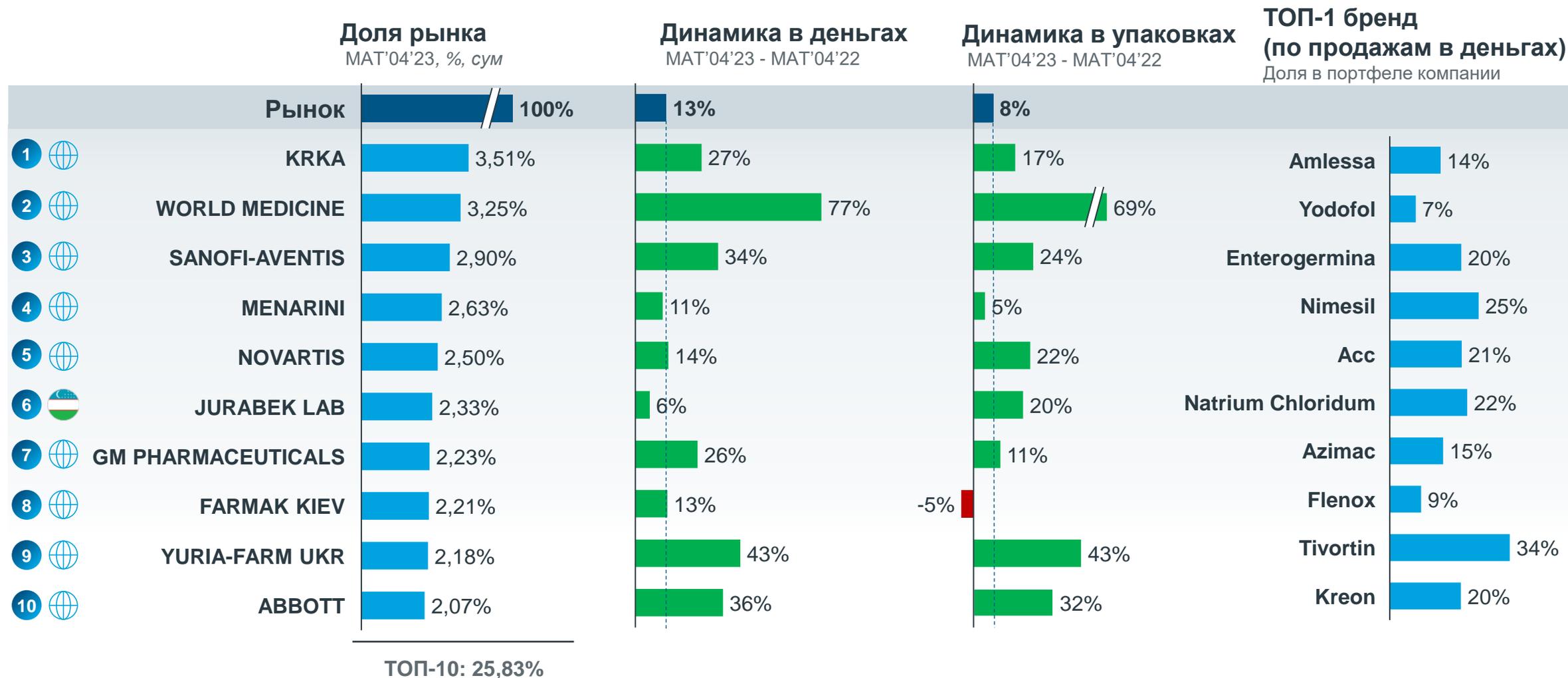


Критерий	Сум	Доллар США	Евро	Упаковки	Станд. упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'04'23, млрд.	20 982,7	1,9	1,8	1,0	23,0
Рост 23/22, %	13%	9%	20%	8%	1,4%



# Большинство компаний из ТОП-10 имеют позитивную динамику как в денежном, так и в объёмном выражении

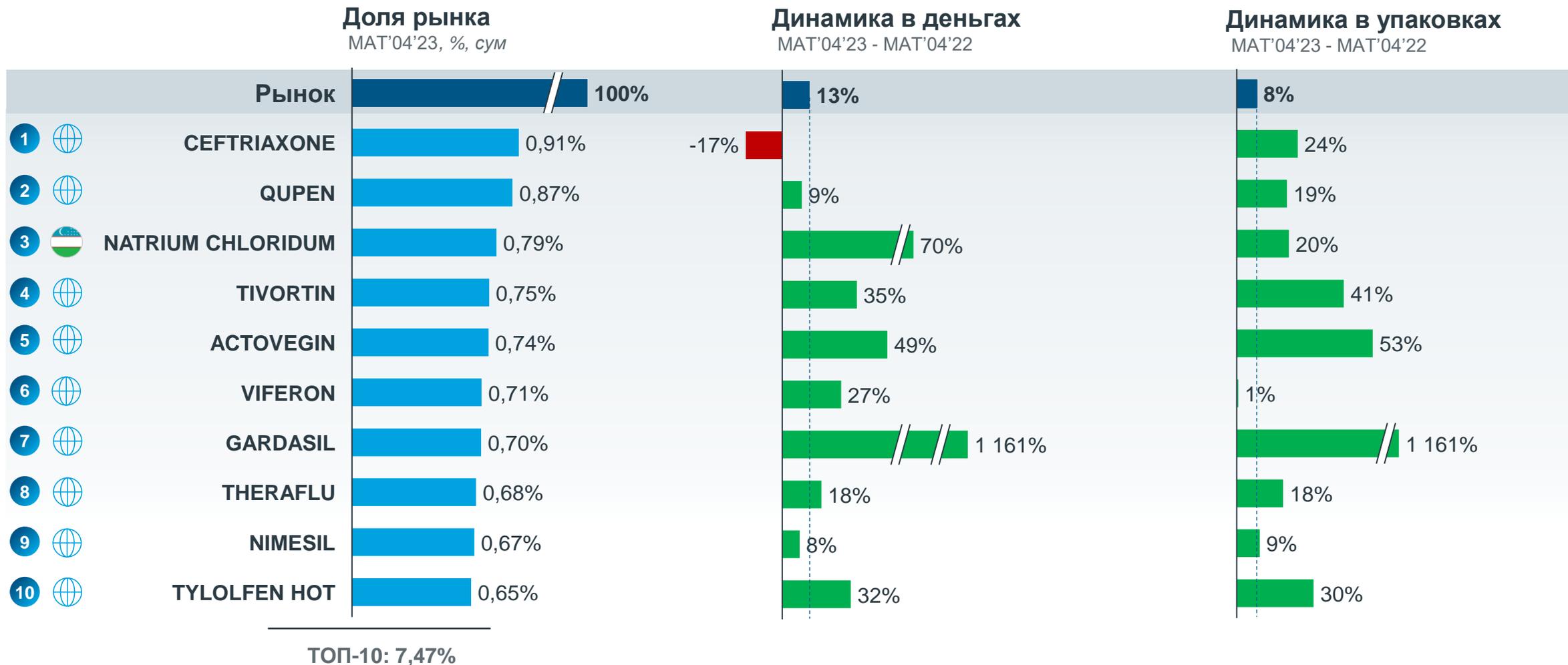
## ТОП-10 компаний по объёму продаж





# Подавляющее большинство среди ТОП-10 брендов на рынке – бренды мультинациональных компаний; Все бренды кроме лидера растут сразу в упаковках и в деньгах

## ТОП-10 брендов по объёму продаж



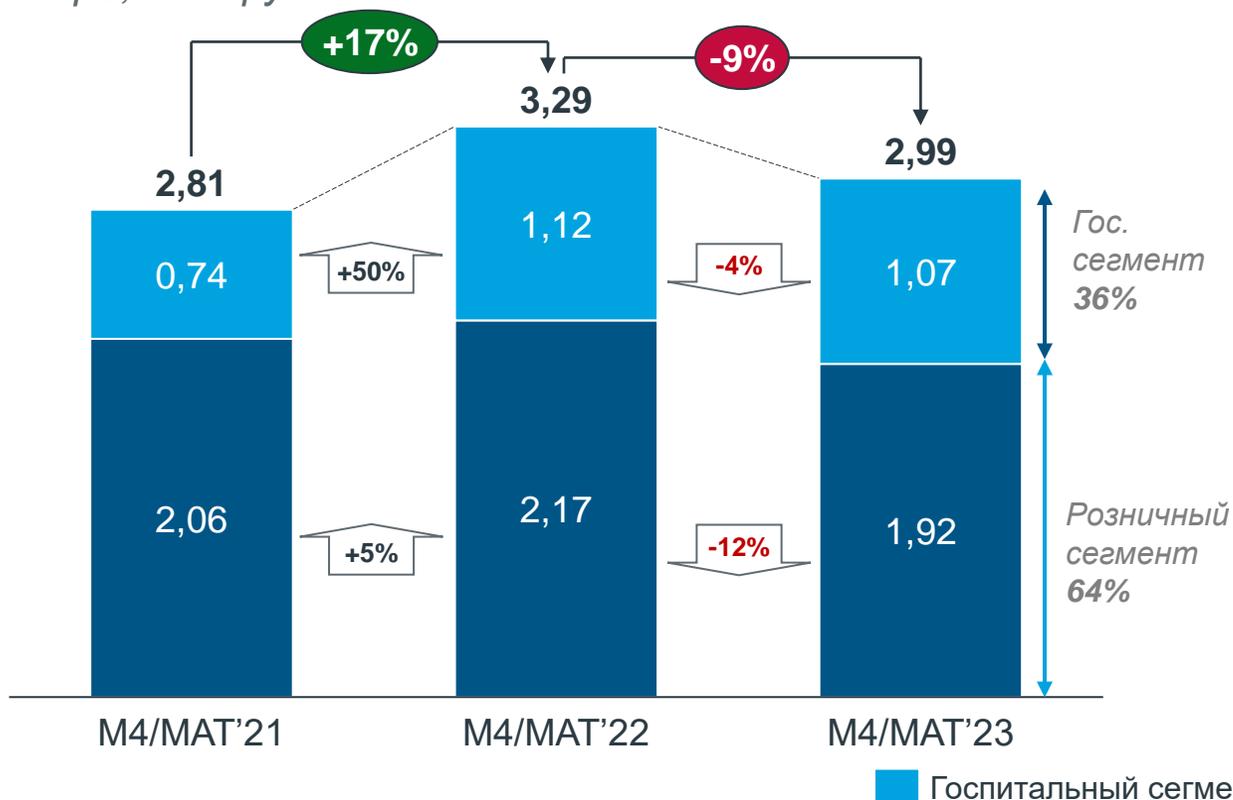


# Фарм. рынок Беларуси показывает негативную динамику как в упаковках, так и в деньгах. Как в розничном сегменте, так и в сегменте гос. закупок.

## Фармацевтический рынок Беларуси

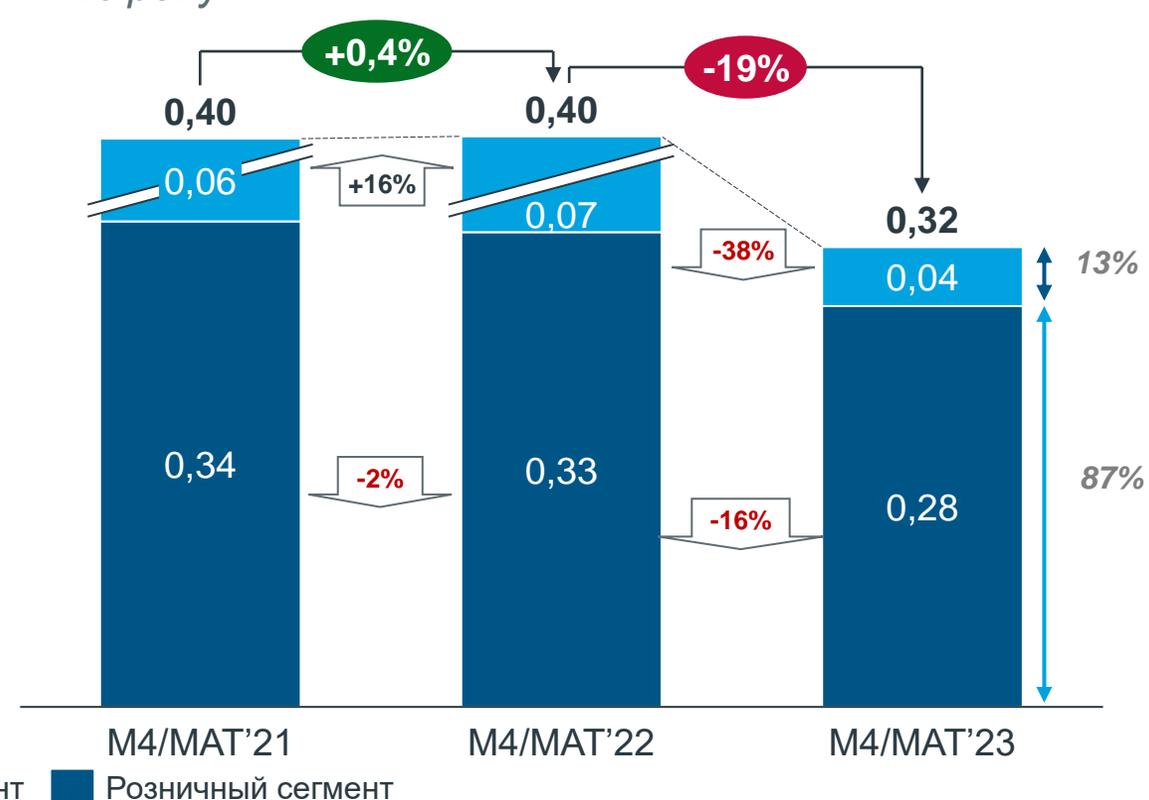
### Продажи в денежном выражении

Млрд, Бел. руб.



### Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.



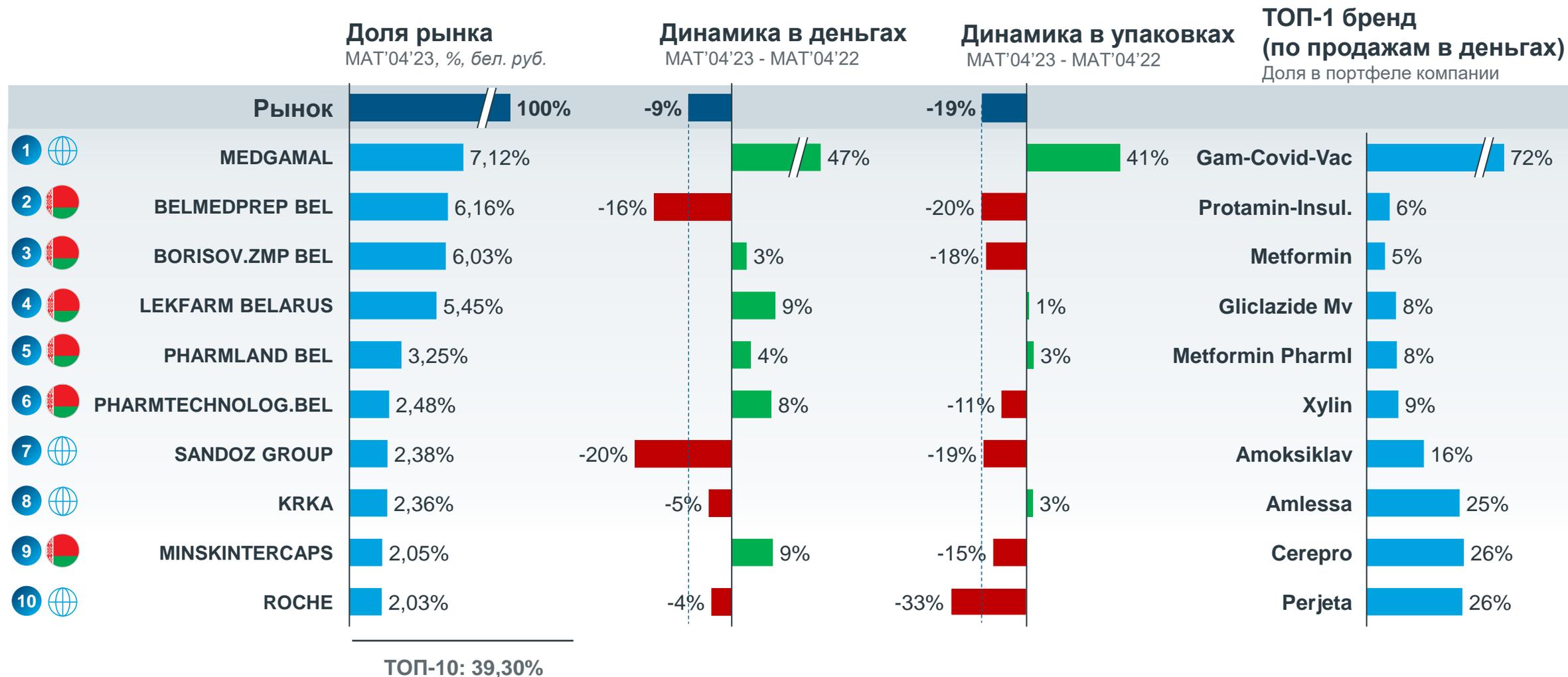
Критерий	Бел. Руб.	Доллар США	Евро	Упаковки	Станд. упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'04'23, млрд.	3,0	1,1	1,1	0,3	14,1
Рост 23/22, %	-9%	-10%	0%	-19%	-6%



# Компании из списка ТОП-10 показывают разнонаправленную динамику.

## 6 компаний из ТОП-10 являются локальными

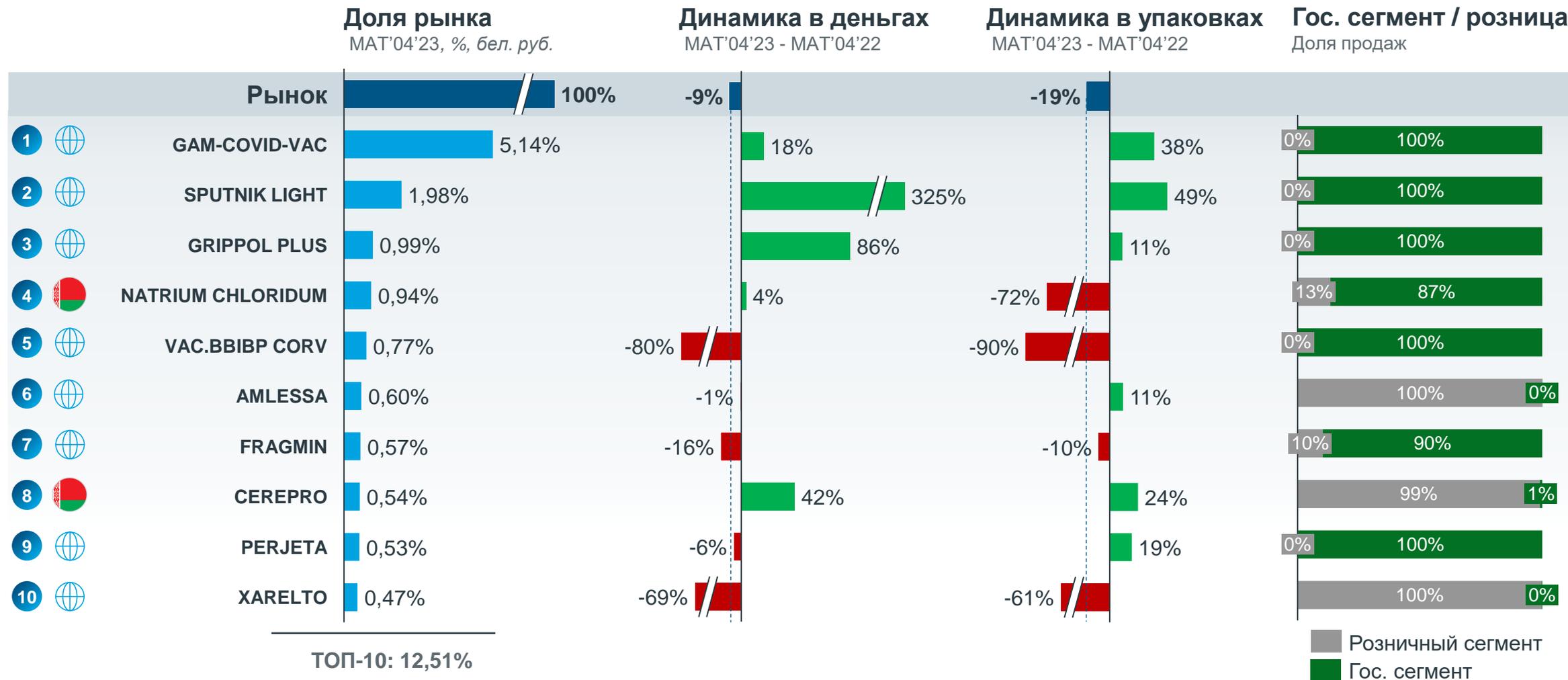
### ТОП-10 компаний по объёму продаж





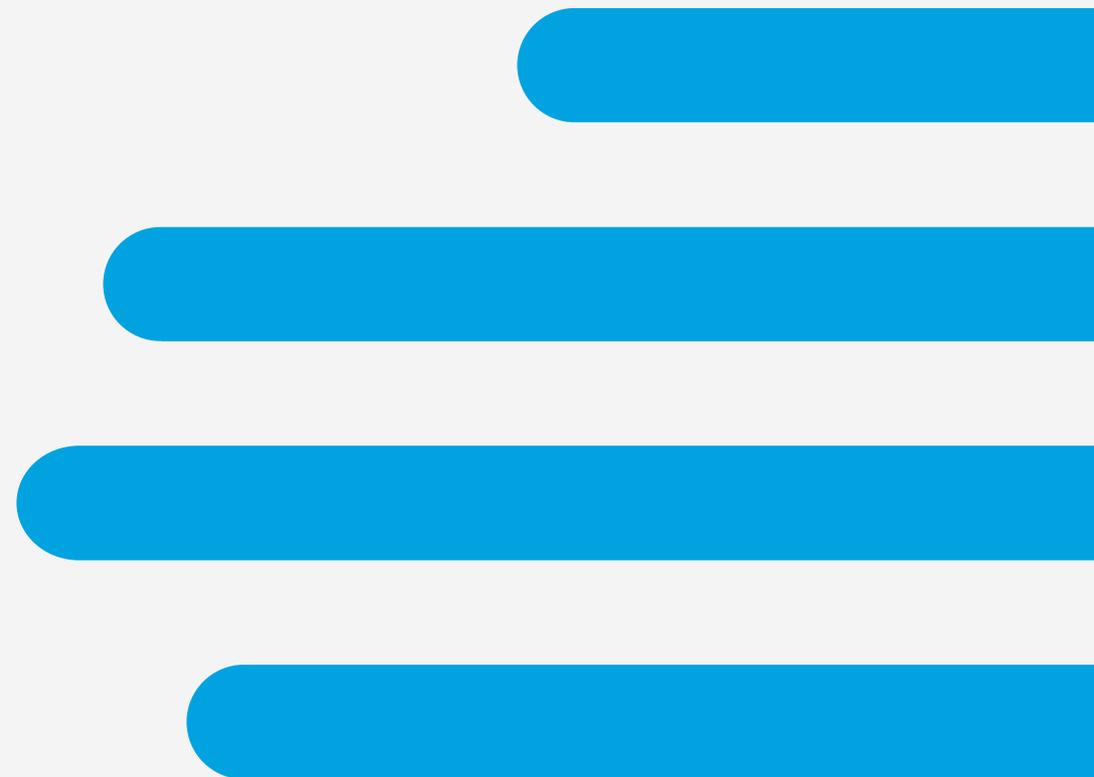
# Большая часть из ТОП-10 брендов реализуется преимущественно/исключительно через гос. сегмент.; Среди ТОП-10 брендов только 2 бренда локальные

## ТОП-10 брендов по объёму продаж



# 09

## Офферинги IQVIA





## ИНФОРМАЦИЯ



### Аудит фарм. рынка

- Розничный аудит - Sell-In и Sell-out (месячный и недельный)
- Бюджетный аудит ГЛС, ДЛО, РЛО
- Тендеры, контракты
- Электронная коммерция (E-com)
- Мониторинг цен и промо-акций



### Channel Dynamic

- Мониторинг традиционных и диджитальных промо-активностей среди врачей и фармацевтов



### Клиентская база данных OneKey

- >700k врачей/специалистов
- >100k мед. организаций
- > 65k аптек
- 100% соответствие ФЗ-152



### DSD & MDLP

- Обработка и консолидация отчётов дистрибьюторов (DSD) и сериализационных отчётов (МДЛП)



### LRx RPA

- Анализ данных о пациентах и выписке препаратов в льготном сегменте
- RWE / RWD



## ТЕХНОЛОГИИ



### Системы для взаимодействия с клиентами

- MyCRM (локальный CRM сервис)
- OCE (глобальный CRM сервис)
- Решение для создания и управления CLM-контентом
- Портал для специалистов здравоохранения (OWA)



### Комплайнс решения

- Решение для сбора, хранения и управления согласиями (IQVIA Consent)
- Система для управления процессами фармаконадзора
- Сервис по определению компенсации для KOLs & HCPs за участие в мероприятиях



### Управление бизнес-процессами

- Отчетность и визуализация данных
- Система управления качеством производства (eQMS)



## КОНСАЛТИНГ



### Коммерческие стратегии / Оптимизация и эффективность работы

- Структура и размер команды
- Приоритезация регионов, анализ визитной активности
- Сегментации клиентов (аптеки / врачи)
- Анализ ROI трейд маркетинговых активностей
- Разработка и оценка KPIs



### Портфельные/маркетинговые/тендерные стратегии

- Приоритезация портфеля, поиск новых продуктов для запуска
- Выход на новые рынки
- Маркетинговые стратегии, промо микс оптимизация, стратегии работы с аптечными сетями
- Тендерные стратегии и проекты по доступу на рынок



### Качественные и количественные маркетинговые исследования

- Глубинные интервью и фокус группы
- Ad-hoc проекты: U&A, Price elasticity, Rep checks, KOLs mapping etc.
- OncoAnalyzer®, E-com Digest®

# Контакты IQVIA

**Анастасия Круглова**

*Генеральный директор | Россия и СНГ*

 [Anastasia.Kruglova@IQVIA.com](mailto:Anastasia.Kruglova@IQVIA.com)

 +7 903 291 59 84

**Светлана Никулина**

*Директор по продажам | Россия и СНГ*

 [Svetlana.Nikulina@IQVIA.com](mailto:Svetlana.Nikulina@IQVIA.com)

 +7 903 737 89 51

**Olga Makarova**

*Руководитель департамента консалтинга и маркетинговых исследований | Россия и СНГ*

 [Olga.Makarova@IQVIA.com](mailto:Olga.Makarova@IQVIA.com)

 +7 916 993 05 50

