

Популярные персонажи – новый инструмент, который стимулирует продажи лекарственных препаратов



В условиях экономики впечатлений современный потребитель менее рационален. Он выбирает товар, который сможет подарить ему новый эмоциональный опыт. Это касается не только предметов повседневного использования, но и лекарственных и, в частности, безрецептурных препаратов. Чаще всего покупатель берет их по рекомендации или выбирает те, о которых уже слышал из рекламы ранее. В то же время фармацевтический рынок ограничен законодательством и ему сложнее продвигать препараты с помощью стандартных маркетинговых инструментов. Как в такой ситуации найти решение фармацевтическим компаниям? На этот вопрос отвечает Art Nation Agency – маркетинговое агентство, лидер лицензирования брендов в Украине.

«Для продвижения лекарственных препаратов компания Art Nation Agency предлагает создание продуктов-блокбастеров, которые «взрывают» товарную ка-

тегорию и вызывают у потребителя wow-эффект. Такой продукт рекламирует селебрити или известный персонаж (например, витамины для повышения энергии и жизненных сил от Оли Поляковой). Продукты-блокбастеры создаются на основе лицензирования бренда, что известно также как «аренда брендов». Это передача прав на использование образов известных персонажей или селебрити в дизайне, оформлении, рекламе товаров», – комментирует генеральный продюсер компании Эдуард Ахрамович.

Какие возможности это открывает для фармацевтического рынка? Препарат получает не просто новое визуальное оформление и поддержку известного персонажа или звезды. Главное – создается эмоциональная ценность, которая сближает препарат с потребителем, делая его более заметным и желанным для покупателя. Популярный персонаж или селебрити «усиливает» продукт, привлекает

своих фанатов и формирует лояльность потребителей, благодаря чему способствует увеличению объема продаж.

Art Nation Agency предлагает коллаборацию с известными брендами, у которых уже сформирована миллионная аудитория фанатов как в Украине, так и в мире. В портфеле компании:

- **арт- и лайфстайл-бренды:** GAPCHINSKA, emoji®, «Гусь», Prima Maria;
- **селебрити:** Оля Полякова, Олег Винник;
- **ретро:** «Казачки», «Капитан Врунгель», «Остров сокровищ»;
- **детские:** «Маша и Медведь», «Синий трактор».

Для фармацевтической индустрии агентство предлагает как создание продуктов-блокбастеров, так и проведение промокампаний, которые способствуют усилению позиции препарата на рынке.

Art Nation Agency убедилось в эффективности своего предложения для фармацевтической индустрии на примере коллаборации своего бренда «Маша и Медведь» и препаратов Newtone Pharma. Перед агентством стояла задача сделать витамины привлекательными для детей. Известно, что дети с трудом соглашаются на прием лекарства, даже витаминов или сиропа. Art Nation Agency предложило решение: создать ассоциацию препаратов для детей с чем-то веселым и приятным. Популярный персонаж Маша оказался отличным выбором для выстраивания данной ассоциации. Таким образом были использованы персонажи бренда «Маша и Медведь» в дизайне упаковки мультивитаминных леденцов VITATONE и сиропа для иммунитета с рыбьим жиром PROFILAKTONE в рамках коллаборации с фармкомпанией Newtone

Pharma. У бренда «Маша и Медведь» – 99 % узнаваемости среди дошкольников в Украине, более 35 млрд просмотров официальных YouTube-каналов в мире и свыше 8,8 млн подписчиков в соцсетях. Коллаборация с персонажами «Маша и Медведь» дает возможность коммерческому бренду быстро достигать до широкой фанатской аудитории, уже имеющей высокий уровень лояльности. На протяжении более 3-летнего успешного сотрудничества с помощью бренда «Маша и Медведь» производитель смог быстро достичь узнаваемости своего продукта и стать лидером в категории.

Не только персонажи из мультфильмов могут быть полезными фармкомпаниям, но также селебрити и даже интернет-мемы. Яркий пример – Гусь, народный любимец из социальных сетей, у которого получается перевести на простой и веселый язык информацию любой сложности – от инструкций к препаратам до правил лечения или профилактики. Гусь уже известен тем, что доступно сообщает о правилах финансовой безопасности и поведения в метро.


В рамках коллаборации с Visa Гусь в формате edutainment (education + entertainment) объяснил, как осуществляются безналичные и онлайн-платежи, что делать,

когда вы потеряли карту, как облегчить себе жизнь с помощью смартфона и многое-многое другое. Остроумные рисунки и оживленная речь Гуся добавили серьезным сообщениям легкости и стали более понятными широкой аудитории. Таким образом серьезная и важная информация обрела легкую юмористическую форму и привлекла внимание молодого поколения.

Уже в рамках другой коллаборации – с Киевским метрополитеном – Гусь живым языком рассказывал о правилах поведения в подземке и в результате стал героем более 200 новостей и видеосюжетов, появился более чем в 1000 постах пользователей и радовал пассажиров через 2400 мониторов, расположенных в вагонах метро. Этот успех Гусь готов повторить в фармацевтической индустрии!

Многочисленные кейсы подтверждают, что работа с персонажами либо селебрити делает более узнаваемым продукт или услугу и способствует увеличению объема продаж. Селебрити-маркетинг в сфере фармацевтических продуктов уже много лет успешно работает за рубежом. Примеры коллабораций: голливудская актриса Дженнифер Энистон и глазные капли Eye Love, американский спортсмен Фил Микельсон и иммунодепрессант Enbrel, актриса Брук

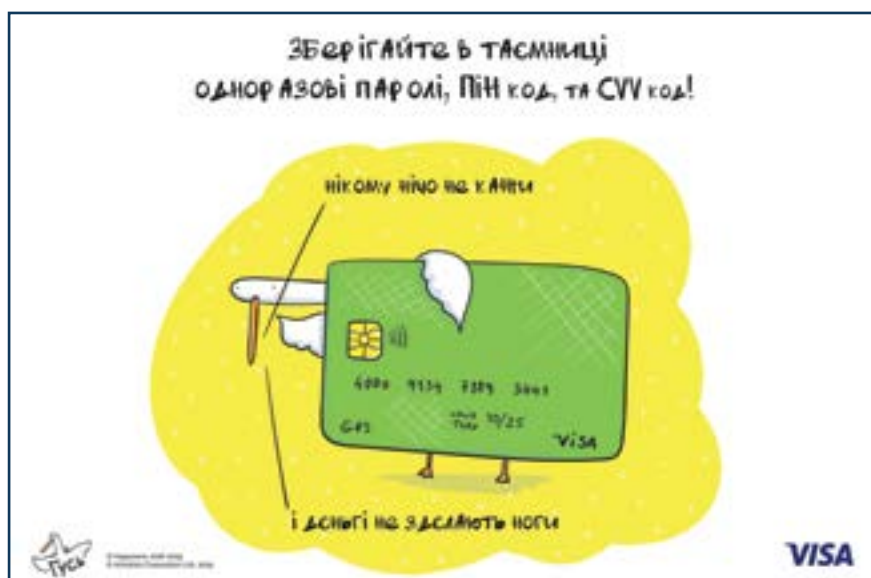
Автор



Эдуард Ахрамович,
генеральный продюсер
Art Nation Agency

Шилдс и дерматологическое средство Latisse, Ким Кардашьян и средство для лечения желудочной диспепсии в период беременности Diclegis, а также многие-многие другие. С учетом украинского законодательства селебрити можно задействовать к промо фармацевтической компании в рамках поднятия социально важных тем, таких как фармаконадзор, проблематика конкретных заболеваний, на лечении которых специализируется та или иная компания. Также возможно спонсорство концертов.

В Украине пока что эта ниша не занята, но очень перспективна. И вы можете стать первыми, кто с помощью персонажа или селебрити «взорвет» категорию в своем сегменте. ■



Контактная информация:

+ (38) 067 547 60 02
 + (38) 044 334 65 40
 e.markaryan@artnation.global
 ed@artnation.global
<http://artnation.agency/>