

?

調査概要

調査目的：	医師のブランド想起を元に、各プロモーションの有効性を定期的にトラッキング	有効回答：	約10,000s
調査方法：	インターネット調査	調査期間：	年4回（1・4・7・10月）
調査対象：	全国の臨床医	調査主体：	株式会社インテージヘルスケア

製品想起ランキング

※医師が製品5つを想起し、各製品の印象を評価。
 下記ランキングは印象が「ニュートラル以上(ポジティブ)」のみを分析対象とする。
 ※下記結果は診療科問わずTOTALで算出（診療科等による絞込みも可）

IMPACT
TRACKSOC
SHARE OF CHANNELS2020年7月
TOTAL想起数

- 1 タケキャブ
- 2 タリージェ
- 3 リリカ
- 4 デエビゴ
- 5 サインバルタ
- 6 サムスカ
- 7 モビコール
- 8 アミティーザ
- 9 リクシアナ
- 10 ミネプロ

New:
2020年4月
TOP10圏外New
New
New2020年7月
MR想起数

- 1 デエビゴ
- 2 ユリス
- 3 キャブピリン
- 4 タリージェ
- 5 ロケルマ
- 6 ミネプロ
- 7 アイラミド
- 8 ビレーズトリ
- 9 コレクチム
- 10 ルムジエブ

2020年7月
ノンプロ想起数

- 1 タケキャブ
- 2 リリカ
- 3 タリージェ
- 4 サインバルタ
- 5 サムスカ
- 6 モビコール
- 7 ロキソニン
- 8 ネキシウム
- 9 アミティーザ
- 10 カロナール

2020年4-6月
MR宣伝回数

- 1 サインバルタ
- 2 フォシーガ
- 3 ユリス
- 4 デエビゴ
- 5 タケキャブ
- 6 タリージェ
- 7 グーフィス
- 8 ジャディアンズ
- 9 ネキシウム
- 10 リリカ

SOC2020年7月 TOTAL想起数No.1はタケキャブ

全チャンネル総合で最も想起された薬剤はタケキャブであった。タケキャブは20年4月の2位→1位となったが、今回MR想起数は圏外(11位)でノンプロ割合が75%を超えた。

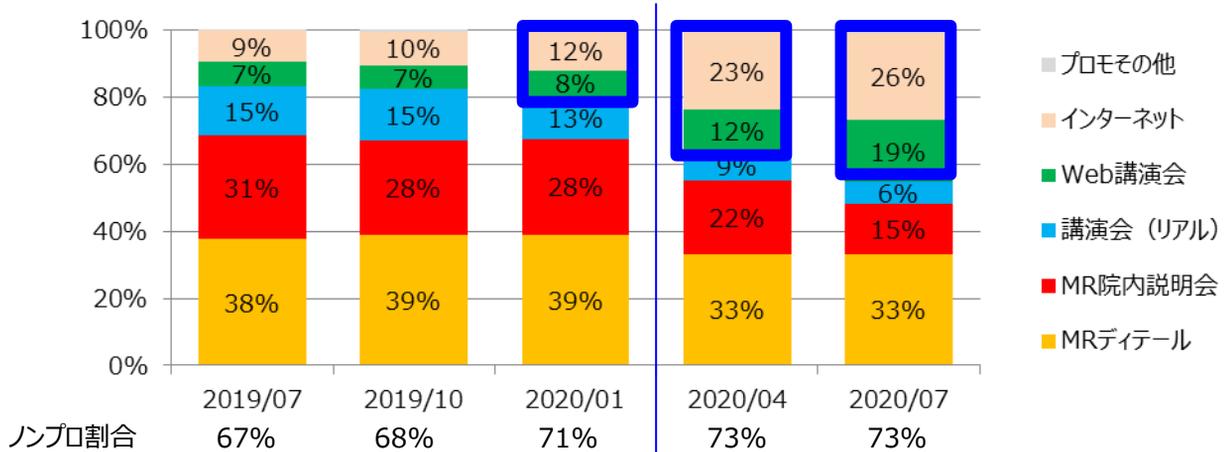
COVID-19によるMR活動の制約を受けて20年4月に続く2回目の調査であるが、HP/GPのチャンネル影響度の変化に違いが見られた。*詳細は次頁参照

本調査結果・SOCに関するお問い合わせ ant-syndicated@intage.com

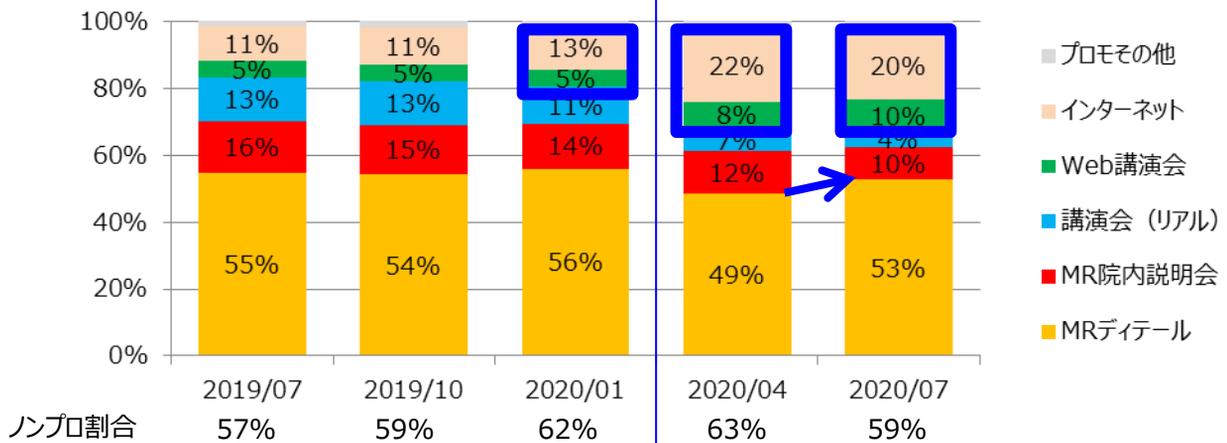
*記事本文・データ転載をご希望の際は、上記メールアドレスにご連絡ください

全製品合算 プロモーションチャンネル影響度割合

HP (100床以上)



GP (99床以下)



HP(100床以上) : MRディテール影響度戻らず、さらにMR院内説明会・講演会 (リアル) が減少。逆にWeb講演会・インターネットの影響度がさらに強まる。

GP(99床以下) : MRディテール影響度は一定割合まで戻ってきたが、MR院内説明会・講演会 (リアル) は引き続き減少。Web講演会・インターネットは維持。

本調査結果・SOCに関するお問い合わせ [✉ ant-syndicated@intage.com](mailto:ant-syndicated@intage.com)

*記事本文・データ転載をご希望の際は、上記メールアドレスにご連絡ください