

? 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

※MRは「MRディテール+MRオンライン面談+MR院内説明会」の合計

※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10月
TOTAL想起数

- 1 **デエビゴ**
- 2 タケキャブ
- New** 3 エンレスト
- 4 リリカ
- 5 タリージェ
- New** 6 ダーブロック
- 7 サインバルタ
- New** 8 キイトルーダ
- 9 サムスカ
- New** 10 ネキシウム

New:
2020年7月
TOP10圏外2020年10月
MR想起数

- 1 ダーブロック
- 2 エンレスト
- 3 デエビゴ**
- 4 バフセオ
- 5 ビレーズトリ
- 6 ミネプロ
- 7 エナジア
- 8 キャブピリン
- 9 ユリス
- 10 ロケルマ

2020年10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 ロキソニン
- 7 ネキシウム
- 8 デエビゴ**
- 9 ビラノア
- 10 カロナール

2020年7-9月
MR宣伝回数

- 1 **デエビゴ**
- 2 エンレスト
- 3 サインバルタ
- 4 フォシーガ
- 5 グーフィス
- 6 リリカ
- 7 タケキャブ
- 8 ジャディアンス
- 9 ダーブロック
- 10 タリージェ

SOC2020年10月 TOTAL想起数No.1はデエビゴ

全チャンネル総合で最も想起された薬剤はデエビゴであった。デエビゴはMR想起数3位に加えて、Web講演会の想起数は1位となっている。

COVID-19によるMR活動の制約を受けて20年4・7月に続く3回目の調査となるが、今回から「MRオンライン面談」の聴取を開始した。*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

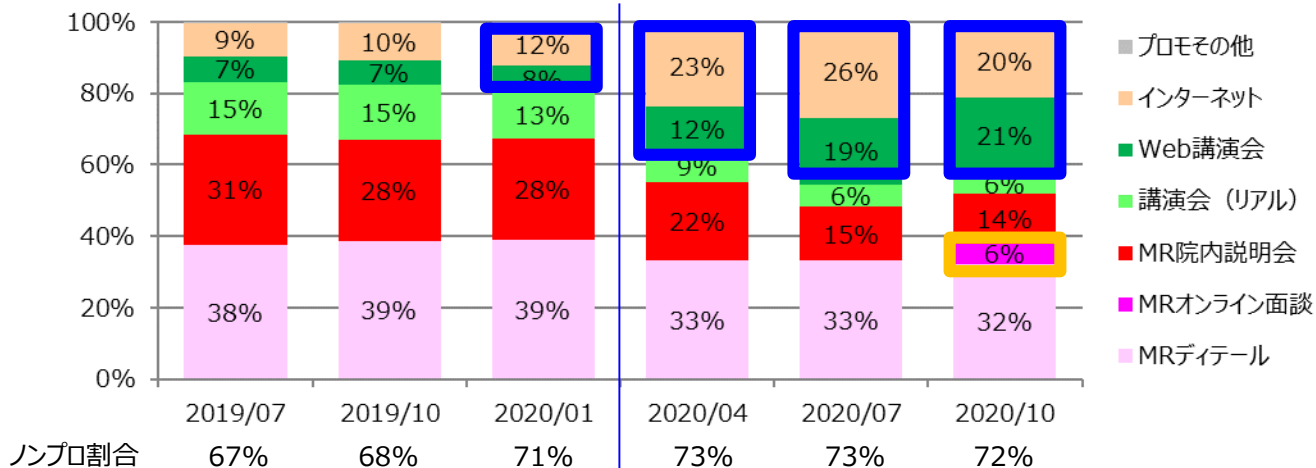
*記事本文・データ転載をご希望の際は、上記メールアドレスにご連絡ください

チャンネル影響度の変化

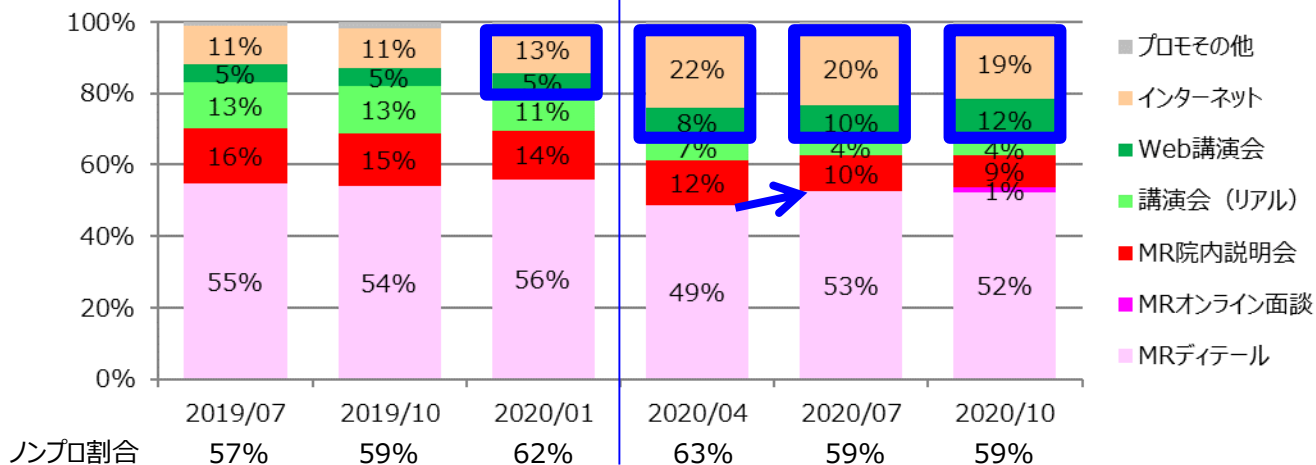
全製品合算 プロモーションチャンネル影響度割合

※ SOC20年10月から「MRオンライン面談」「オンライン面談その他(グラフ上はインターネットに包含)」の聴取を開始

HP (100床以上)



GP (99床以下)



HP(100床以上)：20年10月新規聴取の「MRオンライン面談」が6%、一方で「インターネット」が7月から6ポイント減少。

※聴取方法の大枠は変更していないので本結果はMRチャンネル影響度増と考えられる

GP(99床以下)：20年10月結果は7月結果と大きくは変わらず、「MRオンライン面談」も1%に留まる。HPにもいえるが「Web講演会」の影響度は増加傾向。

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