

?

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
TRACK

SOC
SHARE OF CHANNELS

New:
2021年1月
TOP10圏外

New

New

2021年4月
TOTAL想起数

- 1 エンレスト
- 2 タケキャブ
- 3 フォシーガ
- 4 リベルサス
- 5 デエビゴ
- 6 ビラノア
- 7 タリージェ
- 8 サムスカ
- 9 ダーブロック
- 10 グーフイス

2021年4月
MR想起数

- 1 リベルサス
- 2 エンレスト
- 3 ダーブロック
- 4 フォシーガ
- 5 テリルジー
- 6 エベレンゾ
- 7 ユリス
- 8 デエビゴ
- 9 エクロック
- 10 エムガルティ

2021年4月
hanプロ想起数

- 1 タケキャブ
- 2 ビラノア
- 3 タリージェ
- 4 リリカ
- 5 サムスカ
- 6 デエビゴ
- 7 サインバルタ
- 8 ロキソニン
- 9 カロナール
- 10 アレジオン

2021年1-3月
MR宣伝回数

- 1 フォシーガ
- 2 リベルサス
- 3 グーフイス
- 4 タケキャブ
- 5 エンレスト
- 6 デエビゴ
- 7 テリルジー
- 8 ビラノア
- 9 ルパフィン
- 10 サインバルタ

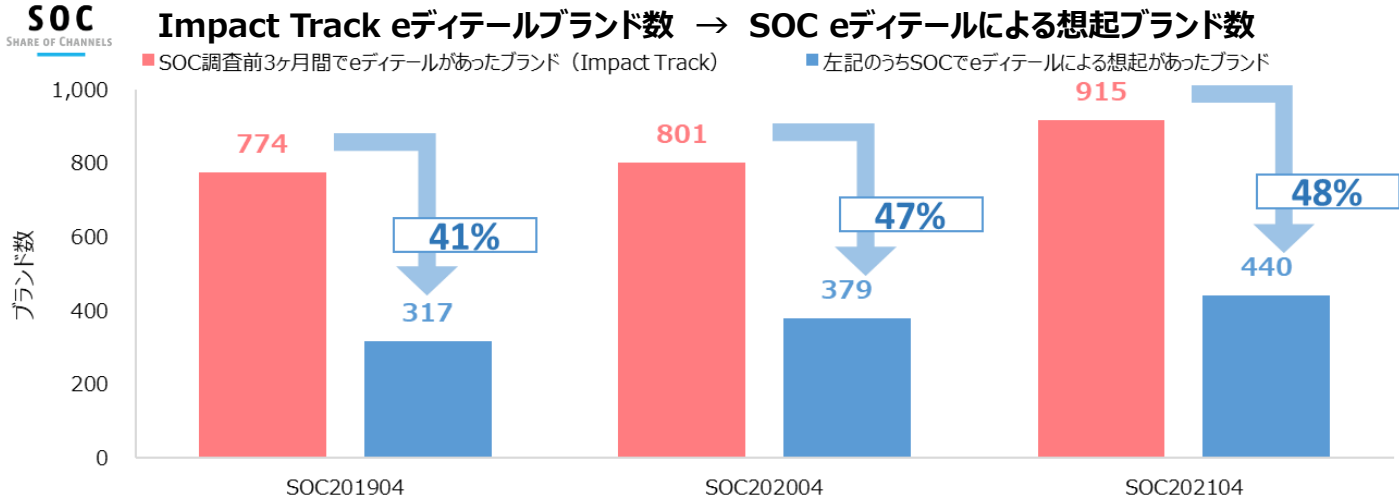
SOC2021年4月 TOTAL想起数No.1はエンレスト

全チャンネル総合で最も想起された薬剤はエンレストであった。エンレストはMR想起数2位に加えて、web講演会、インターネットでも1位であった。

MR想起数1位はリベルサスであった。リベルサスはインターネットでも3位となり、TOTAL想起数で4位にランクインし、想起数を大きく増やした。

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

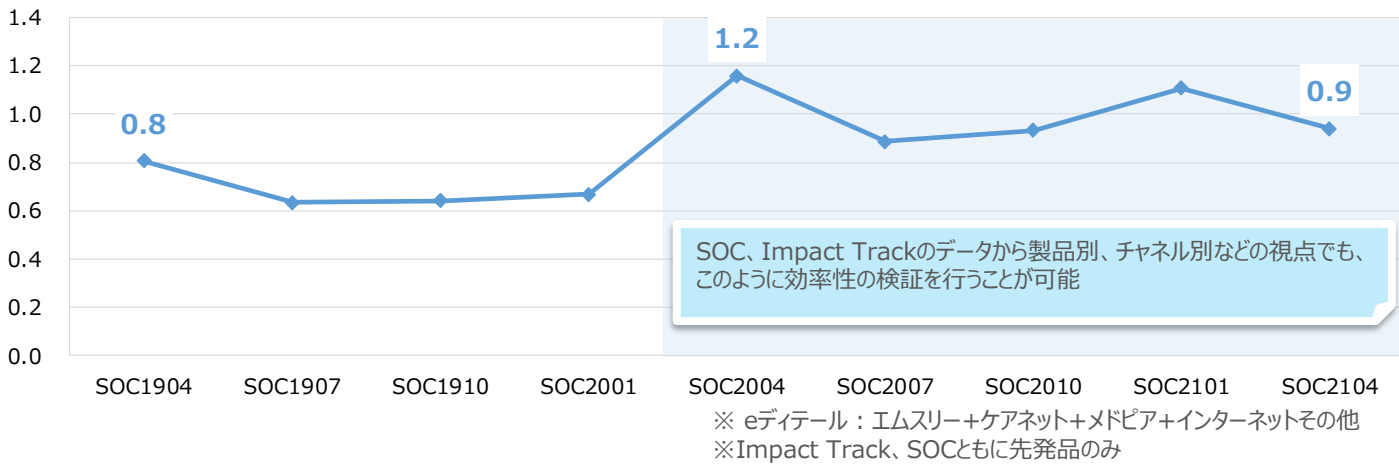
*記事本文・データ転載をご希望の際は、上記メールアドレスにご連絡ください



eディテール 効率性の変化

チャネルの効率性 = $\text{SOC 想起数} \div \text{Impact Track 直近3ヶ月のディテール回数} \times 100$

→ 1ディテールあたりに得られる想起 (≒ ディテールの質に関わる指標)



Impact Trackにおけるeディテールがあったブランド数、SOCにおけるeディテールによる想起ブランド数ともに増加しており、eディテールを活用するブランドが増加し、想起への影響度も増していると考えられる。

想起数に対するディテール回数(活動量)の効率性についても、2020年1月以前と比較して、2020年4月以降の方が高い水準となっている。

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