



Índice:

- [Novidades CSD 2011](#)
- [Dados Promo Q3 2010](#)
- [Verbatim Asma/DPOC](#)
- [Estudos Online](#)
- [CSD Global News](#)

Novidades CSD 2011

- Análise dados por região no painel da Clínica Geral (Lisboa, Porto, Litoral Norte, Litoral Centro, Interior e Sul)
- Lançamento de novas especialidades:
 - Oncologia
- Novo questionário da visita nas Farmácias
- Estimativa do número de Clínicos Gerais visitados por produto e frequência de visita
- Drill-down no tipo de Meeting realizado (Congresso, Workshop, Jantar/Debate...)
- Sales Force Review (SFR). Nº de delegados por companhia/produto
- À semelhança do que acontece com a visita médica, extrapolação para o universo de outros canais promocionais (Mailings, Meetings, Ensaios clínicos)

- PDS sindicados disponíveis:
 - PDS Diabetes
 - PDS Hipertensão
- Nova plataforma para estudos online - ASKIA

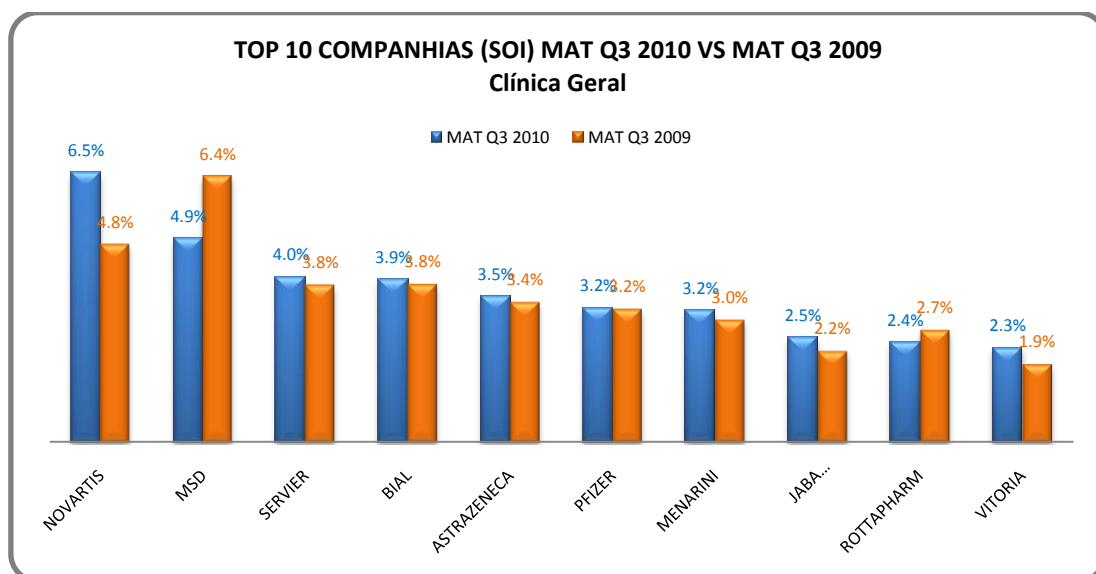


PROMOTION

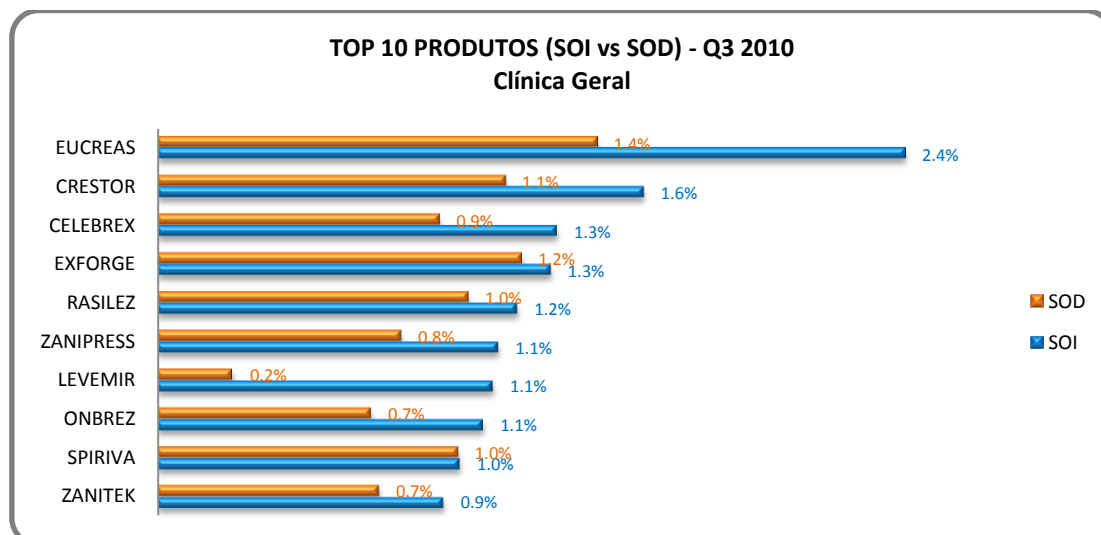
O Investimento Promocional na Clínica Geral, MAT Q3 2010, decresceu 14% (-45M €), quando comparado com o período homólogo do ano anterior.

A Novartis mantém-se como a companhia com o SOI (Share of Investment) mais elevado na CG, obtendo 6.5% no MAT Q3 2010, o que representa um crescimento de 1.7 p.p. face ao MAT Q3 2009.

Apenas 5 companhias apresentam um Investimento Promocional superior a 10M €. Novartis, MSD, Servier, Bial e AstraZeneca.



Eucreas manteve-se como o produto com o SOI mais elevado na Clínica Geral. Destaque para a entrada de Onbrez e Levemir no Top 10 em Investimento Promocional. Apesar de só ter 0.2% de Share of Detailing, Levemir teve 1.1% em Share of Investment, o que demonstra o Investimento efectuado nos canais “extra visita médica”.





VERBATIM

O Verbatim apresenta as mensagens recordadas pelos médicos para cada um dos produtos apresentados na visita médica, para determinada área terapêutica, permitindo assim a monitorização dos produtos concorrentes.

No quadro seguinte são apresentados exemplos das mensagens mais mencionadas pelos médicos em alguns produtos do mercado da DPOC.

Actualmente já é possível analisar as mensagens recordadas por **Indicação**.

As mensagens poderão ser cruzadas com os principais *claims* utilizados pelas companhias, de modo a avaliar qual a taxa de retenção desses mesmos *claims*:

Onbrez	Indacaterol	NOVARTIS
<i>Aumento do FEV1 aos 5 minutos, durante 24 horas. Eficácia inteligente! Não necessita de coordenação da aspiração e utilização do dispositivo Novo fármaco mais eficaz que o Tiotrópio na DPOC</i>		
Spiriva	Brómido Tiotrópio	BOEHRINGER/PFIZER
<i>Alta prevalência, segundo estudo Pneumobil, da DPOC em população sem DQT Permite um atraso da evolução da doença pulmonar e reduz exacerbações Utilização mesmo na primo-agudização na urgência</i>		
Symbicort	Budesonida + Formoterol	ASTRAZENECA
<i>Futuro de controlo da doença + Redução do risco de morte Eficácia do Symbicort quando utilizado em regime Smart Menos exacerbações quando utilizado em contínuo</i>		
Brisomax	Salmeterol + Fluticasona	BIAL
<i>Dispositivo em Diskus para controlo da asma nos adolescentes Indicado no tratamento combinado nos estádios moderados “Para que não lhe falte o ar!”</i>		



ESTUDOS ONLINE

Cada vez mais existe uma necessidade por parte das empresas em obter dados num curto espaço de tempo, para que possam modificar, ou corrigir, as suas estratégias de Marketing de uma forma rápida e eficaz.

Para este efeito tem existido um elevado crescimento na procura dos estudos *online*, que permitem também às empresas efectuar estudos de mercado com custos mais baixos, quando comparados com os estudos F2F, telefónicos ou por correio.

Para os participantes, sejam eles médicos, farmacêuticos ou consumidores, a possibilidade *online* é igualmente um factor importante na participação em estudos, pois permite que essa mesma participação possa ocorrer quando lhe for mais conveniente.

Actualmente, os médicos que participam nos estudos de mercado da Cegedim, sindicados (Promo e PDS) ou estudos adHoc, participam utilizando uma plataforma de utilização simples e intuitiva - **ASKIA®**.

Para além de todas as vantagens que os participantes (médicos, consumidores, ...) têm ao responder aos questionários dos estudos em que estão a participar, esta plataforma permite ao cliente acompanhar o estudo em tempo real.

Rapidamente podem consultar quantos médicos já responderam ao questionário, definir algumas análises enquanto o estudo decorre e ter os resultados em tabelas e/ou gráficos.

cegedim

P4 - Serão apresentadas de, seguida, algumas afirmações. Utilize uma escala de 4 valores para demonstrar a sua opinião para cada afirmação: 1 - Concordo totalmente 2 - Concordo 3 - Discordo 4 - Discordo totalmente

	Concordo totalmente	Concordo	Discordo	Discordo totalmente	NS/NR
Revista da especialidade influenciam prescrição	☐	☐	☐	☐	☐
Credibilidade de empresas da indústria influenciam a prescrição	☐	☐	☐	☐	☐
Opinião de colegas influencia prescrição	☐	☐	☐	☐	☐
Visitas do DIM influenciam prescrição	☐	☐	☐	☐	☐

« Back Next »

Askia Vista - Survey Analysis Software - Microsoft Internet Explorer

Welcome to Askia Vista

Log in:

Username:

Password:

☐ Remember my login

OK

Forgot your password?

Recommendation:

This application is only available if using Internet Explorer Version 6.0 or higher
This application needs your system configuration to allow popup windows

Copyright © 1994-2008 Askia

Askia Vista - Microsoft Internet Explorer

Questionnaire configuration for "Muhammad Ture" (last session: 27/06/2008 11:29:37).

General settings:

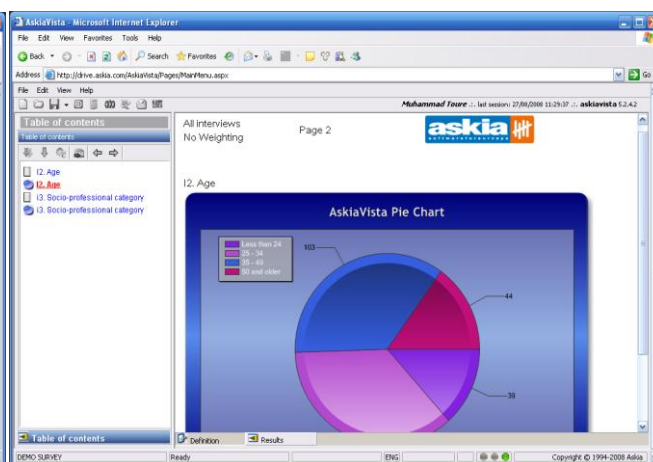
- Title: TNR??
- Tab Style: Standard
- Chart template: 14 - CUSTOM - 2D Pie Chart
- Sub-Population: All Interviews
- Use Selected Responses: No
- Weighting: No Weighting
- Level: Interviews
- Settings: Default

Table of settings:

Name	Use for charts	Ranking	Conditional formatting
Counts	Yes	No	No
Percentage	No	No	No
Cumulative percentage	No	No	No
Answered frequency	No	No	No
Mention rate	No	No	No
Asked frequency	No	No	No
Interval (-)	No	No	No

Rows: 12. Age

Definition: Results



Estudo Cegedim Strategic Data na monitorização da gripe A

O departamento de Medical Research da Cegedim publica regularmente os resultados dos seus estudos.

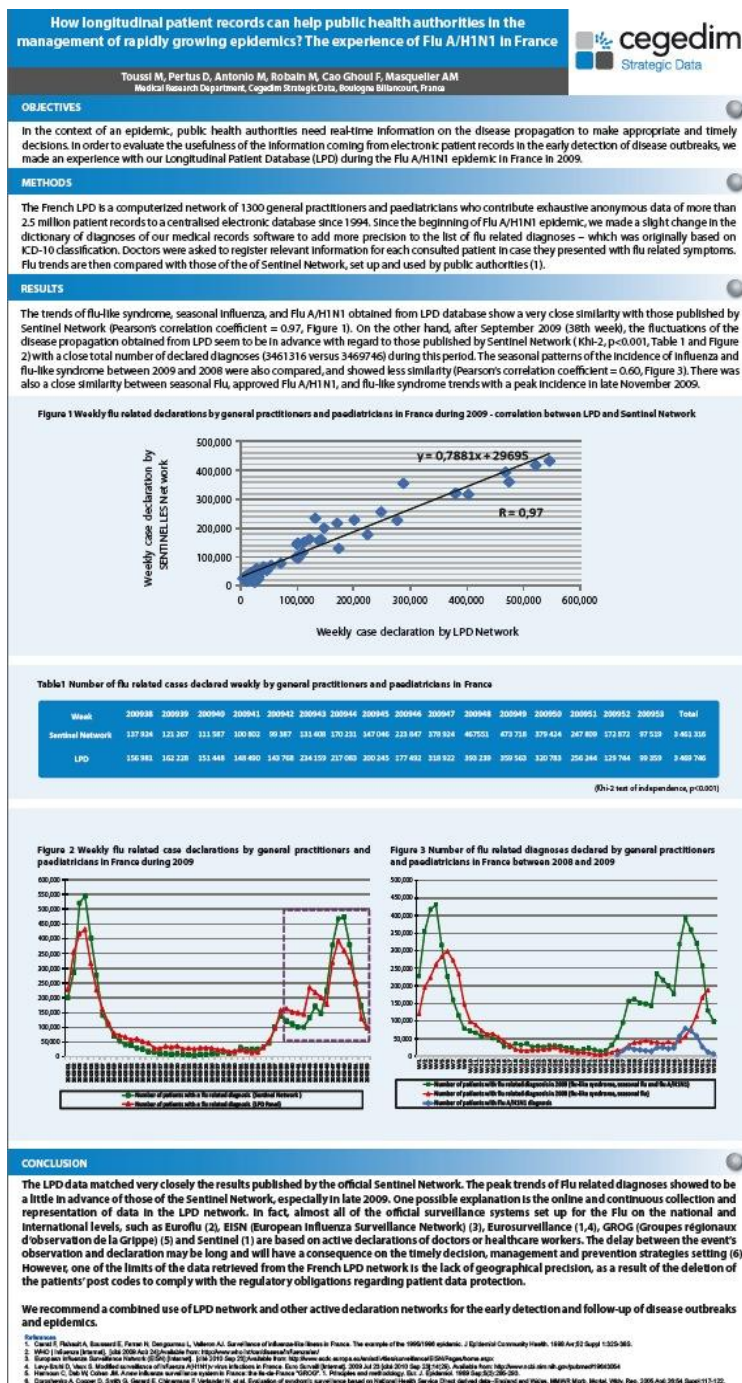
A imagem apresentada foi um poster publicado no context **"How longitudinal patient records can help public health authorities in the management of rapidly growing epidemics? - The experience of Flu A/H1N1 in France"**.

Durante a epidemia da gripe A/H1N1 de 2009, as tendências publicadas pela Cegedim Strategic Data (CSD) utilizando dados Longitudinal Patient Database (LPD) da gripe sazonal, foram semelhantes às publicadas pelas instituições governamentais (France: Sentinelles Network). O pico de diagnósticos LPD estavam ligeiramente adiantados quando comparados com os publicados pelo Sentinelles Network.

A equipa de Medical Research da CSD propôs então uma alternativa para detectar e fazer follow-up de epidemias, como a gripe A/H1N1 em 2009 tendo por base a utilização da base LPD (actualizada via Electronic Medical Records).

O reporting em tempo real de casos com gripe sazonal, gripe A/H1N1, e sintomas de gripe fornecido pela base LPD tiveram uma correlação de 97% quando comparados com os dados do Sentinelles Network em 2009.

No pico da epidemia, de Setembro até ao final de 2009, os dados LPD estaria, pelo menos, uma semana adiantado. Como o Sentinelles Network fornecia informação geográfica os canais de informação complementavam-se. O nº total de casos declarados entre LPD e o Sentinelles Network foi semelhante (3.461.316 casos vs. 3.469.746 casos). As bases de dados LPD recolhem dados clínicos anónimos numa base diária, tendo por base um painel de mais de 8.000 médicos de cuidados primários e secundários que estão equipados com o software da Cegedim Electronic Medical Records (EMR).



Este poster foi apresentado na conferência anual do ISPOR (International Society for Pharmacoeconomics and Outcomes Research) em Praga, Rep. Checa, em Novembro 2010.



INTEGRATED HEALTHCARE RESEARCH

Cegedim PORTUGAL
Empreendimento Lagoas Park
Edifício 3 - Piso 3
2740-266 Porto-Salvo, Oeiras
Portugal
Office: + 351 21 012 44 00
Fax: + 351 21 012 44 44

www.cegedimstrategicdata.com



Contactos:

Luís Simões (Promo & Reportive Manager)
luis.simoese@cegedim.com

Sofia Ferreira (adHoc Manager)
sofia.ferreira@cegedim.com