

BRIEF

CASE STUDY COMPETITION 2018

PODUZEĆE: GlaxoSmithKline d.o.o. Croatia (GSK)

KOORDINATOR: Ivona Maslač (ivona.maslac@estudent.hr)

KATEGORIJA POSLOVNOG SLUČAJA: Marketing

NAZIV POSLOVNOG SLUČAJA: Multi-Channel Marketing kampanja za Duac

OPIS TEME POSLOVNOG SLUČAJA:

GSK je jedna od vodećih inovativnih farmaceutskih kompanija u svijetu. Svi zaposlenici se u radu vode GSK Vrijednostima (usmjerenost na pacijenta, transparentnost i etičnost poslovanja, poštovanje i integritet) te djeluju u skladu s GSK Očekivanjima (hrabrost, odgovornost, osobni razvoj i timski rad).

GSK na prvo mjesto stavlja visoke etičke standarde poslovanja koje aplicira na sve segmente poslovanja i tako postavlja nove trendove u području medicine. Fokus našeg djelovanja je pacijent kojem želimo omogućiti kvalitetnu brigu o zdravlju - da čini više, osjeća se bolje i živi dulje.

S ubrzanim razvojem tehnologije i usavršavanjem načina rada GSK je ušao u novi segment oglašavanja – Multi-Channel Marketing u kojem se osim standardnih načina oglašavanja i promocije koriste i novi kanali komunikacije.

Kao dio globalne kompanije GSK u Hrvatskoj svoje marketinške aktivnosti provodi na način koji je u skladu sa Zakonom o oglašavanju lijekova i Kodeksom ponašanja inovativnih proizvođača lijekova gdje nije dozvoljena promocija prema krajnjim korisnicima – pacijentima. Od studenata očekujemo da osmisle kampanju koja je usmjerena na medicinske radnike. Pacijentima možemo pristupiti kroz suradnju s udrugama pacijenata, javno-zdravstvenim kampanjama, podizanjem svijesti o bolesti, prevenciji i važnosti adekvatnog liječenja.

Nakon upoznavanja a s načinom rada farmaceutskih kompanija i zakonskom regulativom od vas očekujemo da osmislite novi i inovativan pristup promociji i oglašavanju našeg

dermatološkog proizvoda Duaca te detaljnu analizu trenutnog stanja na tržištu uzimajući u obzir aktivnosti konkurencije. Konačan cilj jednogodišnje kampanje je da tvrtka postigne što veći udio na tržištu.

OPIS PROIZVODA I TRŽIŠTA:

Lijek se izdaje na liječnički recept; preporuka može doći od strane specijalista uglavnom dermatovenerologa; u zbrinjavanju bolesti, kao savjetnici, svakako mogu biti uključeni i ostali zdravstveni radnici poput ljekarnika, medicinskih sestra, itd.; većina bolesnika su adolescenti, a dobna granica seže sve do 35-40 godina.

DODATNE INFORMACIJE:

Zakon o oglašavanju lijekova

http://narodne-novine.nn.clanci/sluzbeni/2015_04_43_884.html

Kodeks ponašanja inovativnih proizvođača lijekova

<http://ifi.hr/>

o kompaniji

<http://hr.gsk.com/>

o lijeku

<https://hcp.gsk.co.uk/products/Duac.html>

o GSK multi-channel pristupu poslovanju kroz jedan natječaj

<https://www.timewisejobs.co.uk/job/23073/global-multi-channel-franchise-partner-trelegy/>

FORMAT RJEŠENJA:

Word dokument s detaljnim objašnjenjem rješenja i ppt prezentacija

OBAVEZNE STAVKE RJEŠENJA:

Analiza stanja na tržištu i idejno rješenje

Strategija po segmentima implementacije rješenja & strukturirani opis provođenja aktivnosti

Budget potreban za realizaciju

KRITERIJ BODOVANJA:

Kriterij	Ocjena	Doprinos ukupnoj ocjeni	Ukupno
Cjelovitost rješenja - posjeduje sve obvezne stavke rješenja	0-5	10 %	
Kreativnost i inovativnost rješenja	0-5	40 %	
Poslovni plan	0-5	20 %	
Izvedivost rješenja	0-5	15 %	
Kvaliteta prezentacije rješenja	0-5	15 %	
		UKUPNO:	

DODATNE POGODNOSTI:

Posjet članova tima uredu GSK Hrvatska

Brief i konzultacije s marketing timom GSK Hrvatska

Prestavljanje rješenja management timu GSK