

ADVISORY BOARD

ANALISI NUOVE
STRATEGIE DI MARKETING
CON IL COINVOLGIMENTO
DI OPINION LEADER

Dedicato ai farmacisti

Sanitanova ha organizzato e gestito tre focus group in sanità costituiti da un campione selezionato di farmacisti delle principali aree italiane (nord, centro e sud) con l'**obiettivo di orientare le scelte dell'area marketing dell'azienda farmaceutica committente nella realizzazione di progetti strategici** per i farmacisti.

La metodica di indagine utilizzata è il Focus Group: un'intervista focalizzata di gruppo condotta da un moderatore (psicologo con esperienza specifica nel settore farmaceutico) e con presenza di un osservatore. Durante l'incontro è stata effettuata una registrazione e analisi dei dati con stesura di un report finale.

La tecnica di rilevazione dell'informazione basata sui focus group rappresenta una delle metodologie classiche di ricerca qualitativa nell'ambito delle scienze sociali; è un metodo di intervista di gruppo non strutturato. Sui **bisogni emersi durante i focus group è stata sviluppata una progettualità** ad hoc per il target selezionato.



L'idea su cui si fonda questo metodo è che l'interazione sociale che si crea durante la realizzazione del **focus group in sanità** costituisce una risorsa importante nel trasmettere informazione, consapevolezza dei propri ruoli e crescita culturale dei partecipanti e di chi conduce il focus. Questo aspetto rappresenta la prima importante caratteristica sostantiva del metodo e per questo motivo si differenzia dalle tradizionali interviste di gruppo, dove l'interazione avviene di volta in volta tra i partecipanti e il moderatore.

Organizzazione e gestione di 3 focus group in sanità (nelle aree geografiche nord, centro e sud) con un campione selezionato di farmacisti

Definizione degli interventi oggetto di discussione durante il focus group focalizzati sulla gestione di una determinata patologia

Moderazione degli incontri e stesura di un report finale con l'identificazione di tutti i bisogni espressi dai farmacisti durante gli incontri

Condivisione del report con l'azienda farmaceutica e supporto all'area marketing dell'azienda farmaceutica nella definizione di progettualità da implementare sul target farmacisti

Sviluppo dei progetti operativi: un e-detailing e un corso di formazione ECM





SANITANOVA

GOVERNANCE LEARNING MANAGEMENT

PIANIFICAZIONE

CONDUZIONE

ANALISI DATI

REPORT FINALE

