

dia
plast



**Система неинвазивного
скрининга сахара**

VARIOSKAN LUX



Наш будущий клиент



Оксана Ларионова

46 лет

Замужем

**Муж и двое детей
(49, 7, 10 лет)**

Доход семьи

3,7 млн/год

Образование

Высшее экономическое

Должность

Глава отдела продаж

Ценности

**Саморазвитие, счастье,
здоровье, уверенность,
семья, время**

Проблемы Оксаны

1



Своё здоровье и благополучие семьи

2



**Дороговизна лечения.
Как предотвращать болезни?**

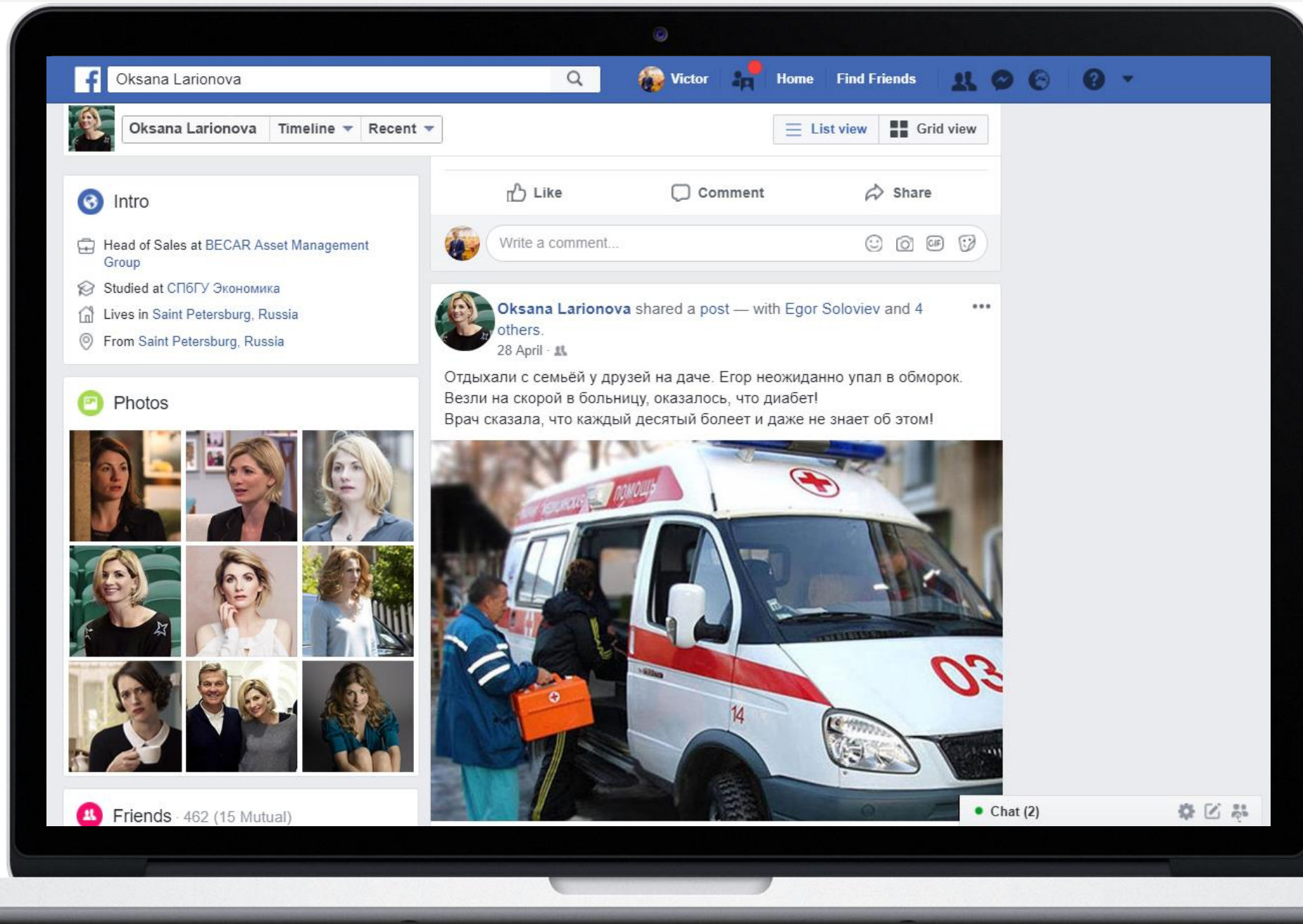
3



Нехватка Времени



28.04.18
другу
плохо



Оксана знала, как проверить не повышен ли уровень сахара

*Она думала, что знала**

1



Глюкометр

1200 руб / 1,5 мин

2



**Клиническое
исследование**

1750 руб / 1 день



Оксана знала, как проверить не повышен ли уровень сахара

*Она думала, что знала**

1



Глюкометр

1200 руб / 1,5 мин

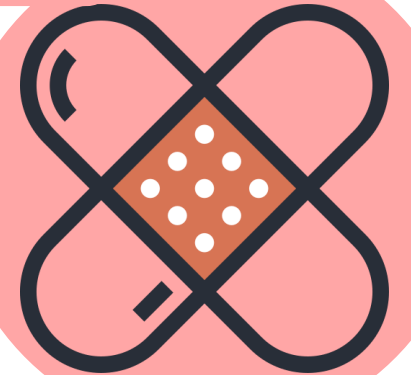
2



**Клиническое
исследование**

1750 руб / 1 день

3



Diaplast

150 руб / 10 мин



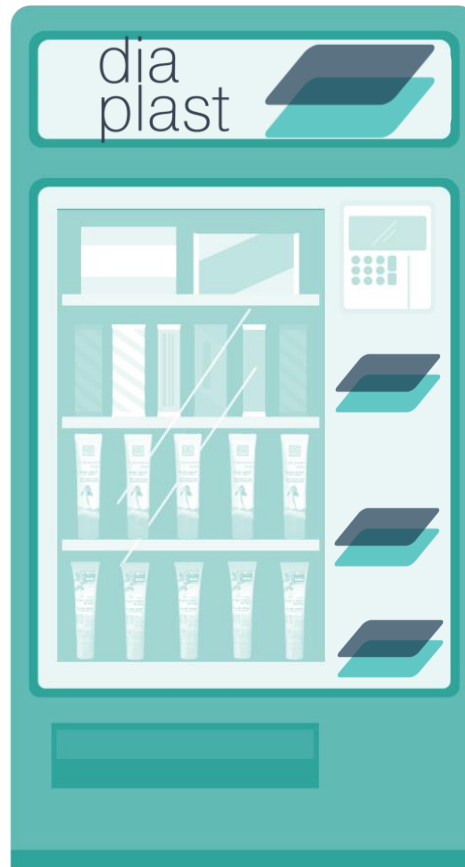
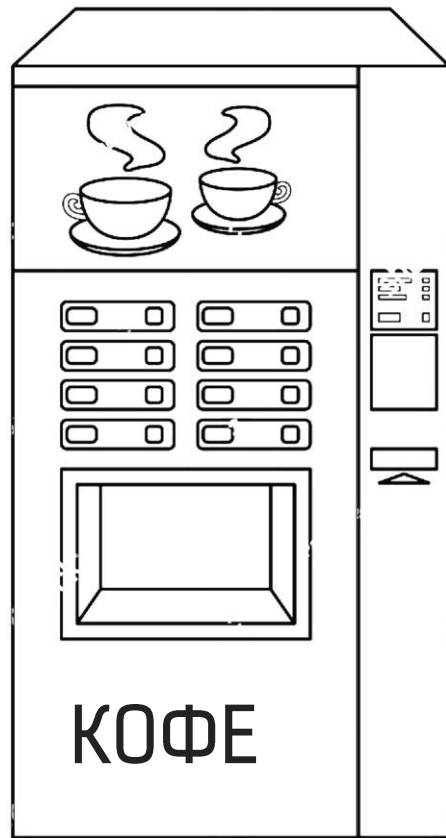
Прямые субституты для DIAPLAST на российском рынке

	ЦЕНА	ДОСТОИНСТВА	НЕДОСТАТКИ
ГЛЮКОМЕТР	900	Точность, доверие потребителей	Инвазивность, сложность обслуживания
ТЕСТ ПОЛОСКИ В МОЧУ	750	Неинвазивность, скорость	Низкая точность, сложность использования
ОМЕЛОН В-2 (ПСЕВДОНАУЧНЫЙ ПРИБОР)	8 000	Неинвазивность, скорость, дополнительные функции	Низкая точность, псевдонаучность
FREESTYLE LIBRE (ПСЕВДОНАУЧНЫЙ ПРИБОР)	18 000	Малоинвазивность, точность, постоянный скрин и не более 14 дней срок службы	Сложность, высокая стоимость расходников
ИССЛЕДОВАНИЯ В КЛИНИКЕ	1 500	Точность, доверие потребителей	Инвазивность, большое время ожидания



Оксана пришла в офис



первая встреча



«Снова какую-то
ерунду поставили»
*Мнение Ольги,
подруга Оксаны*



Ok, Google, что предлагает Diaplast?

 Проверьте, не повышен ли ваш уровень сахара.
 Быстро, доступно, просто, технологично

dia  is:
plast

Fast
Available
Simple
Technological





Как это **работает?**

2.

Глюкоза в поте
реагирует с
аптамерами

3.

Цвет изменился –
сахар повышен

1.

Наклеиваем на руку
и ждём

0.

dp



4.

Вы со скидкой
проходите
обследование у нашего
партнёра

Diaplast встречался Оксане всю следующую неделю

Метро



Приложения о
здоровье



ТВ



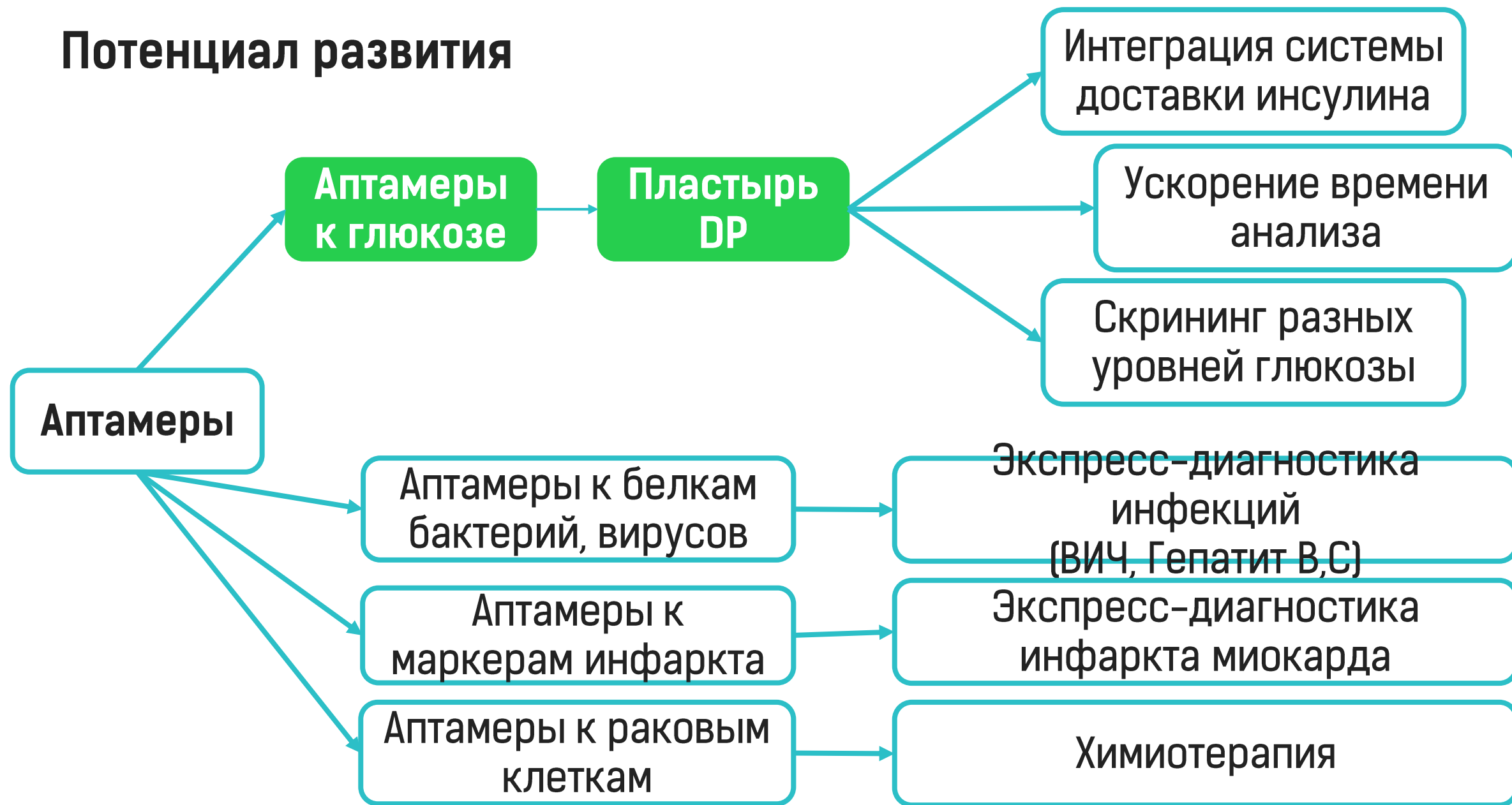
XMMM...



Как это (будет) сделано?



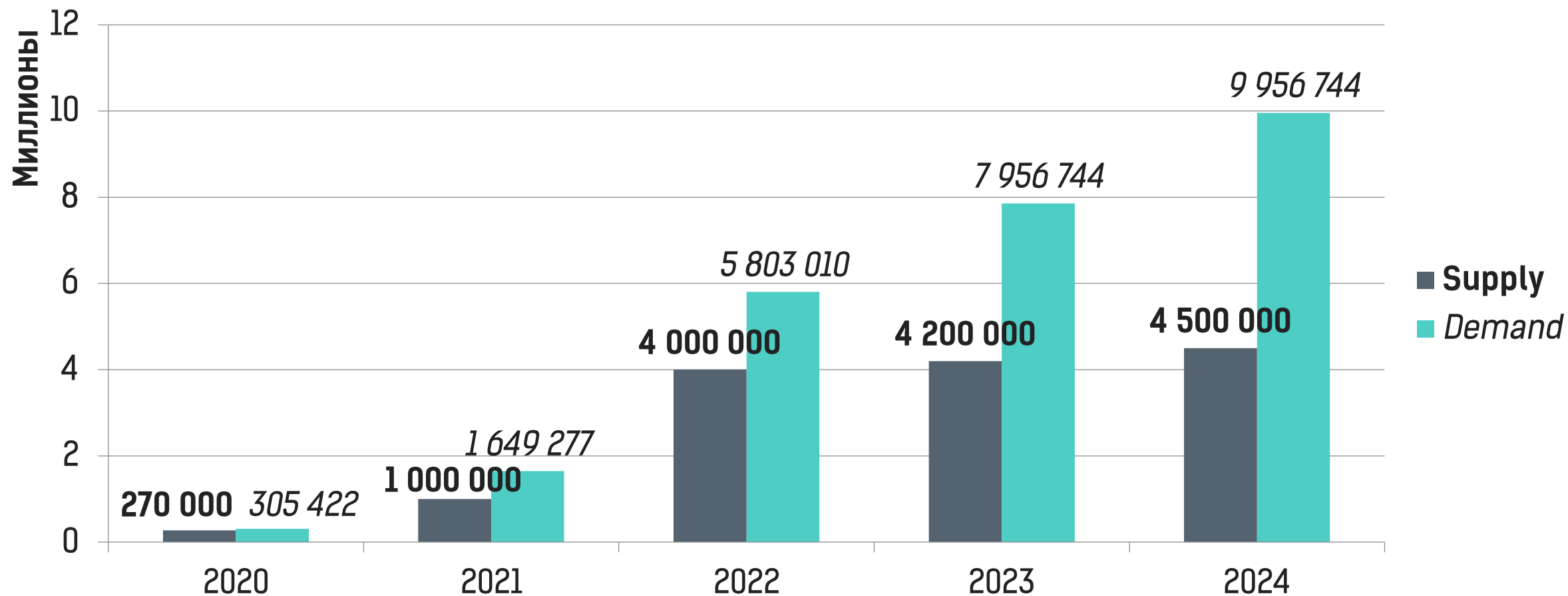
Потенциал развития



Интересно...
...куплю проверить на
муже,
а заодно и себе



Прогнозные объёмы спроса и производственные мощности



**Расчёт через справедливую долю рынка (CSI) и прямым счётом размера ЦА по СПб и ЛО, Москве и МО*

Скрытое преимущество

Первенство на рынке



Использование правого режима секретов производства.
Патент на Изобретение

Коммерческая тайна
Охранительный элемент – 5 млн. рублей

Риску новых конкурентов
желаем удачи

R&D + 1,5 years



- Инвестиции 14,85 млн
- Срок возврата 5 лет
- NPV 33,8 млн
- IRR 157.8%

Ключевые метрики

Точка безубыточности	289тыс.шт. (25,5 млн. ₺.)
Цена отпускная с НДС (цена для потребителя)	100 ₺ (150)
Производственная себестоимость	25,6 ₺./шт.
Ожидаемая нормальная мощность	4 200 000 пластырей в год

Сахар у Оксаны не повышен!

А вот мужу пришлось идти в клинику
(где он получил 10% скидку)



А мы хотим наклейку с Супергероем!

kids

dia
plast 



OMG...



Выражаем благодарности:

Врачам Москвы и Омска:

Татьяне Юрьевне Алексеевой
Елене Витальевне Наумкиной

Специалисту в сфере химии. СПбГУ, Лундский Университет (Швеция)

Шаройко Владимиру Владимировичу

Преподавателям ЭФ СПбГУ за консультации

Диане Игоревне Артемовой
Павлу Сергеевичу Шарахину
Екатерине Анатольевне Спиридоновой

Команде студентов СПбГУ и НИУ ВШЭ Мск (за маркетинговые исследования)

Анастасии Лупу
Гюлнар Магеррамовой
Анне Наумкиной
Алине Павловой
Александре Коган
Степану Тарасову
Александрю Боронихину

Привлеченным экспертам по производству

Игорю Волкову (Герофарм)
Дарье Аверьяновой (Герофарм)
Денису Симахину
Сергею Неверняеву

И всем, кто помогал команде DiaPlast в работе над проектом!

Контакты команды

Максим Кузнецов

+7 (981) 858 1566

kuznecovmax@yandex.ru

Анна Малкова

+7 (905) 264 7990

anya.malkova.95@mail.ru

Виктор Алексеев

+7 (981) 786 7750

victory4al@mail.ru

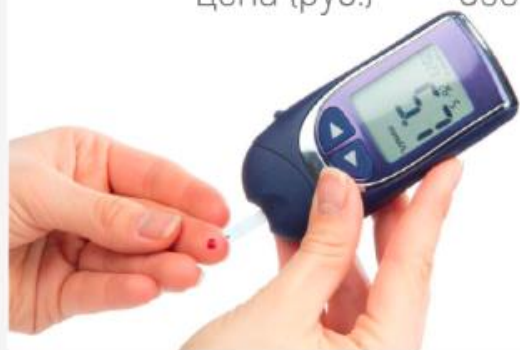
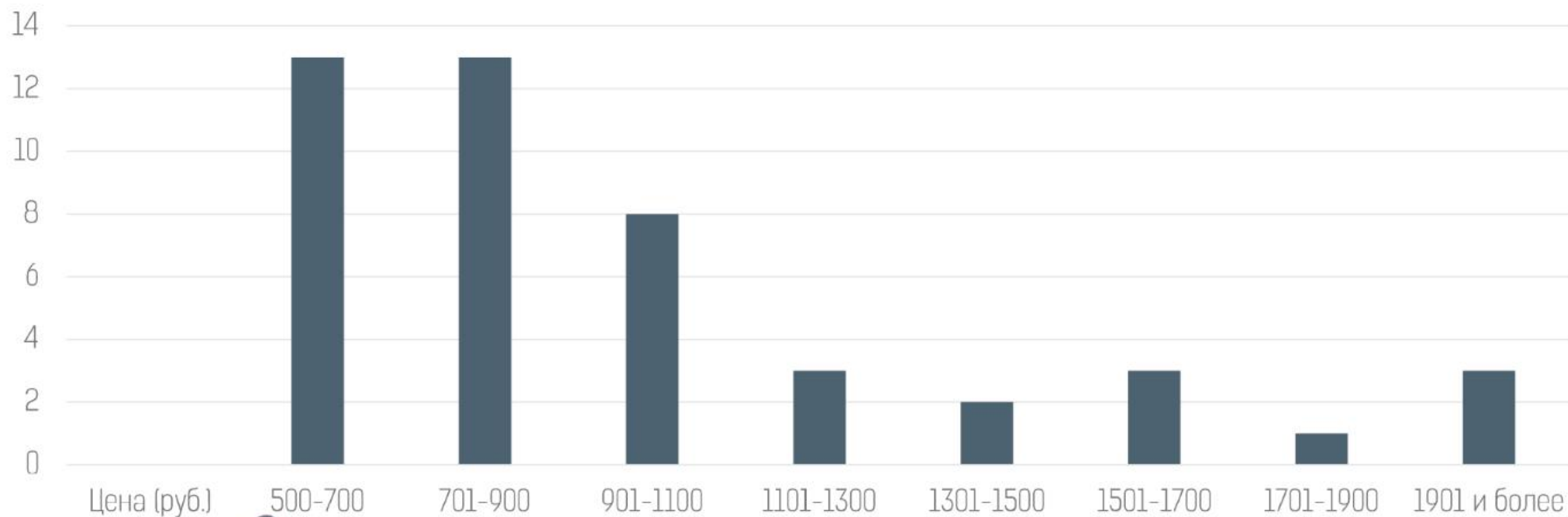
Евсюкова Мария

+7 (931) 530 0858

mari.pdsh@yandex.ru

Далее справочно

Цены на рынке глюкометров СПб и МСК



По данным яндекс.маркет и цен в аптеке на ноябрь 2018

Динамика цен на глюкометры. ННІ, СRІ, ІL

Rang	Бренд	Объём продаж, 5M		Объём продаж, 5M		Доля 2018, %		Средняя цена		Изменение цен за год
		2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	
		млн руб.	тыс. упак.	млн руб.	тыс. упак.	в руб. (%)	в упак. (%)			%
1	Accu-Chek	173,7	219,4	132	147	41,60	45,00	792	899	-12
2	One Touch	136,3	174,2	151	138	32,60	35,70	782	1098	-29
3	Сателлит	75,6	59,5	57	44	18,10	12,20	1271	1281	-1
4	Contour TS	18,4	22,3	17	23	4,40	4,60	825	729	13
5	Easy Touch	4,5	1	4	1	1,10	0,20	4500	5038	-11
Топ-5		408,5	476,4	361	353	97,80	97,70	857	1023	-16

CR2 (%)	74,2	ННІ	3141,6
CR3 (%)	92,3	ИНДЕКС ЛИНДА 2	1,28
CR5 (%)	97,8	ИНДЕКС ЛИНДА 3	1,85

На основе данных о продажах с сайта <http://zdrav.expert>

Средние цены на рынке глюкометров СПб и МСК

	Тест-полоски	Глюкометры
Количество проанализированных предложений	45	46
Средняя цена (руб./шт.)	13,3	1040
Нормированная средняя цена после отсева аномалий (руб)	10,3	887
Примерный интервал цен (руб. – руб.)	7-14	586-1187



По данным яндекс.маркет и цен в аптеке на ноябрь 2018

Company Shares of Consumer Health

% Share - Retail Value RSP - 2017

OTCPharm OAO	7.2%	▲
GSK Consumer Healthcare	7.2%	▲
Sanofi-Aventis Russia	4.7%	▲
Bayer AO	4.6%	▲
Evalar ZAO	2.7%	▼
Johnson & Johnson OOO	2.6%	▲
Nycomed Russia-CIS	2.5%	▲
Reckitt Benckiser Health...	2.1%	▼
Teva OOO	2.1%	▼
Herbalife International ...	2.1%	▲
Akrikhin OAO	2.0%	▲
Berlin Chemie Russia	1.9%	▼
Ferrosan Consumer Health...	1.7%	▲
Mondelez Rus OOO	1.3%	▲
Unipharm Russia	1.3%	▼
Amway OOO	1.2%	▼
Nizhpharm OAO	1.2%	▲
Infamed ZAO	1.2%	▲
Oriflame Cosmetics ZAO	1.1%	▲
Others	49.4%	▼

Российский рынок здоровья

Но тут ситуация обратная. Конкуренция высокая

Индекс Линда растет для 7 компаний

CR3 (%)	19,1
CR5 (%)	26,4
CR10 (%)	37,8
HHI	250

По данным Euromonitor



Первичная цель – максимальный охват.
Добиться узнаваемости компании.
В течение 5 лет выйти на
положительную прибыль



! Существует значительная
экономия от масштаба.



Высокие первоначальные затраты



Товар новый — имеет источники роста с точки зрения дистрибуции и охвата целевой аудитории.



Массовая реклама. Формирование культуры превентивной заботы о здоровье.
Бесплатная раздача образцов.
Доступность пластыря.

dia  is:

Fast
Available
Simple
Technological



1. Затратный метод

По данным СПАРК-интерфакс рентабельность затрат по данной отрасли составляет в среднем 36%

В крупных сетях аптек и гипермаркетов наценка составляет для изделий медицинских назначений по данным экспертов (представители Герофарм) 50%

НДС по данному изделию равен 10%

Цена одной ед. изделия с НДС = $7,44 * 1,36 * 1,5 * 1,1 = 16,7$ рублей

А для нулевого канала продаж цена может быть ниже, а именно 11,1 рублей

Отметим, что эксперты в отрасли оценили полную производственную себестоимость на уровне 1,5-3 рублей, что подразумевает цену 6,73

**16,7
руб.**

2. Затратный метод

Технологические и функциональные аналоги

- Цена на бактерицидный пластырь (10 шт. упаковка) колеблется в пределах 20-40 рублей.
- Пластырь высокого качества Cosmopor в среднем стоит в аптеках 17 рублей за штуку.
- Пластыри с ионами серебра идут по цене 25-60 рублей за 10 штук

Возьмем Cosmopor как наиболее близкий аналог, к тому же он идёт поштучно, как и наш товар.

Таким образом цена в сравнении с технологическим аналогом будет составлять 17 рублей с НДС.

Тест-полоска к глюкометру стоит 7-14 руб. Средняя коробка 50 штук



17 р.

3. Рыночный на основе CSI

Параметр (ед. измерения баллы)	Козф. значимости	Идеальная модель	DiaPlast	Фристайл Либре	Омелон-В2	Глюкометр	Анализ крови в мед.учреждении
Многоразовость	0,15	4	1	4	3	4	4
Удобство эксплуатации	0,18	5	5	3	3	3	3
Доступность в точках продажи	0,17	3	3	2	2	5	5
Скорость получения результата	0,18	4	5	5	4	3	2
Возможность возникновения болезненных ощущений	0,16	5	5	3	5	1	1
Безопасность	0,22	5	5	3	5	3	4
Известность продукта	0,12	4	1	2	2	5	5
CSI		-	99%	85%	97%	86%	86%

$$\text{Цена} = \text{цена тестполоски} \times \frac{CSI_{\text{наш}}}{CSI_{\text{ГЛЮК.}}} = 13,3 * \frac{0,99}{0,86} = 15,31$$

15,3
руб.

2. Затратный метод

Технологические и функциональные аналоги

- Цена на бактерицидный пластырь (10 шт. упаковка) колеблется в пределах 20-40 рублей.
- Пластырь высокого качества Cosmopor в среднем стоит в аптеках 17 рублей за штуку.
- Пластыри с ионами серебра идут по цене 25-60 рублей за 10 штук

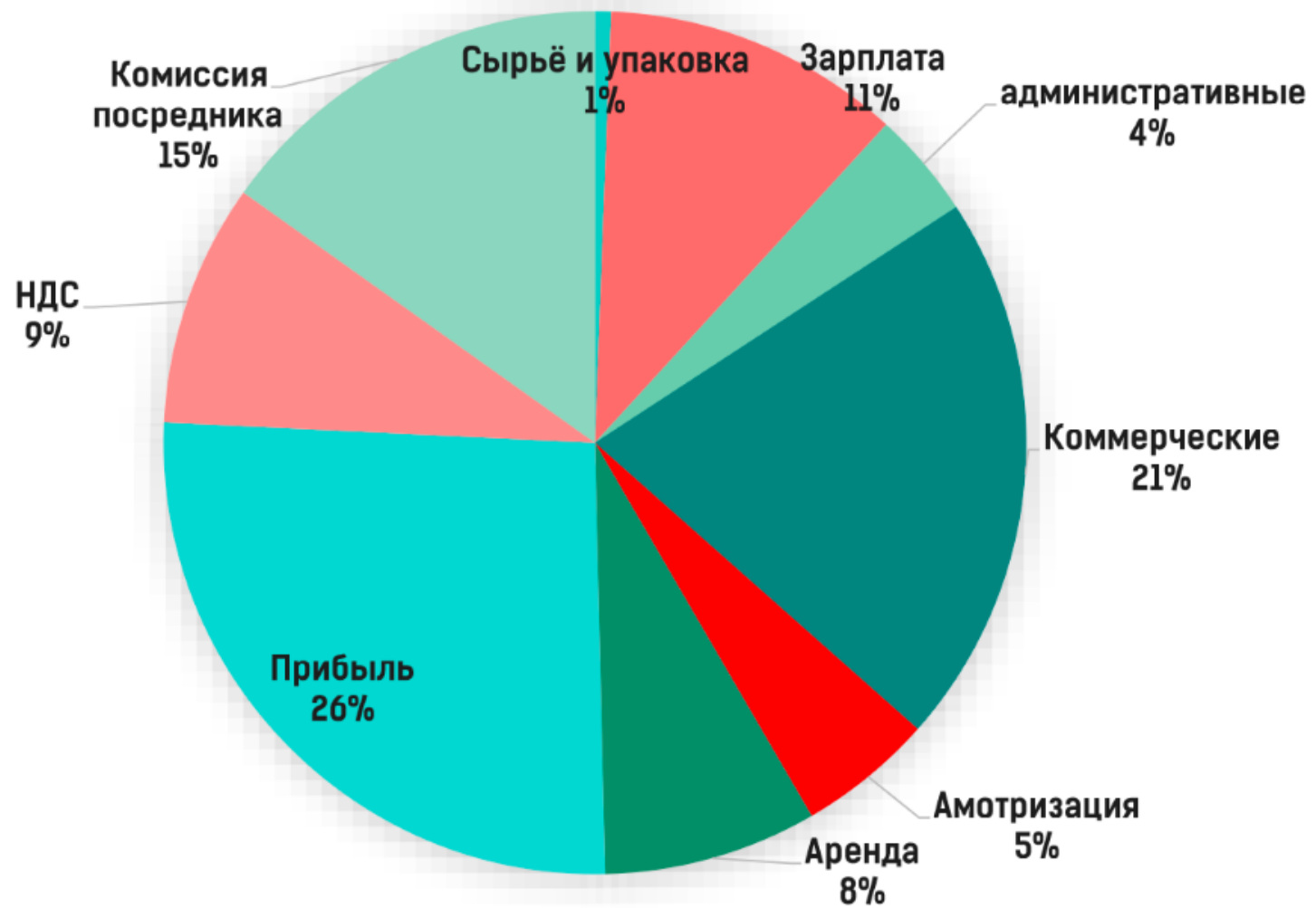
Возьмем Cosmopor как наиболее близкий аналог, к тому же он идёт поштучно, как и наш товар.

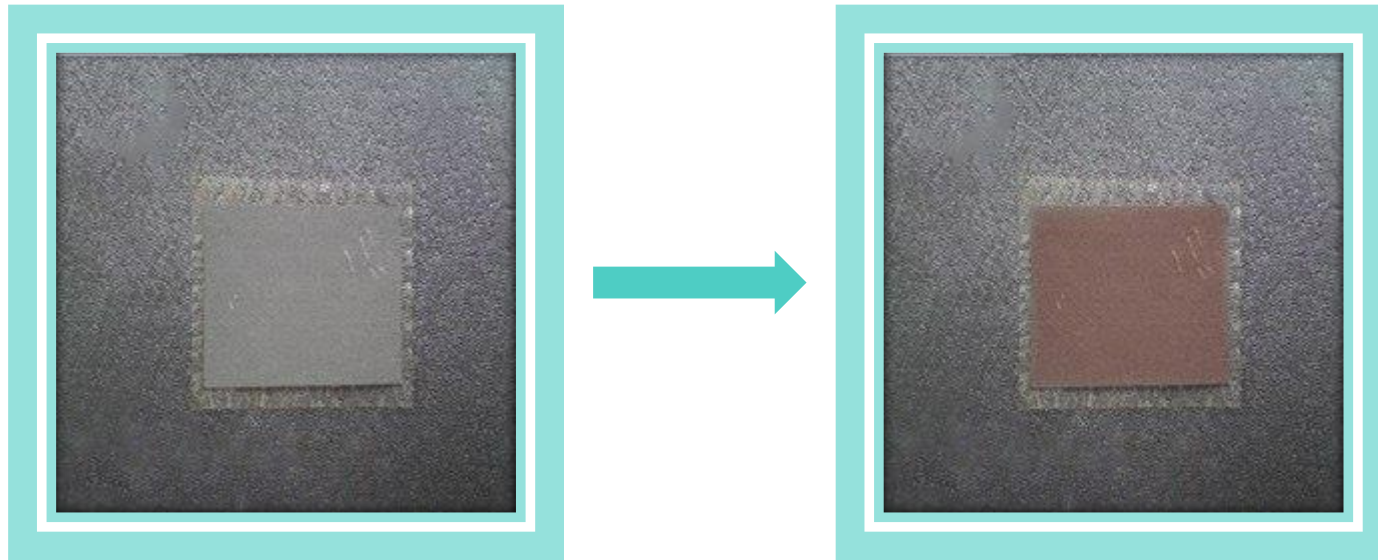
Таким образом цена в сравнении с технологическим аналогом будет составлять 17 рублей с НДС.

Тест-полоска к глюкометру стоит 7-14 руб. Средняя коробка 50 штук



17 р.





Миссия и проблема



Позиционирование: быстрый простой, понятный и безболезненный способ узнать, не повышен ли у человека сахара, что является признаком сахарного диабета.

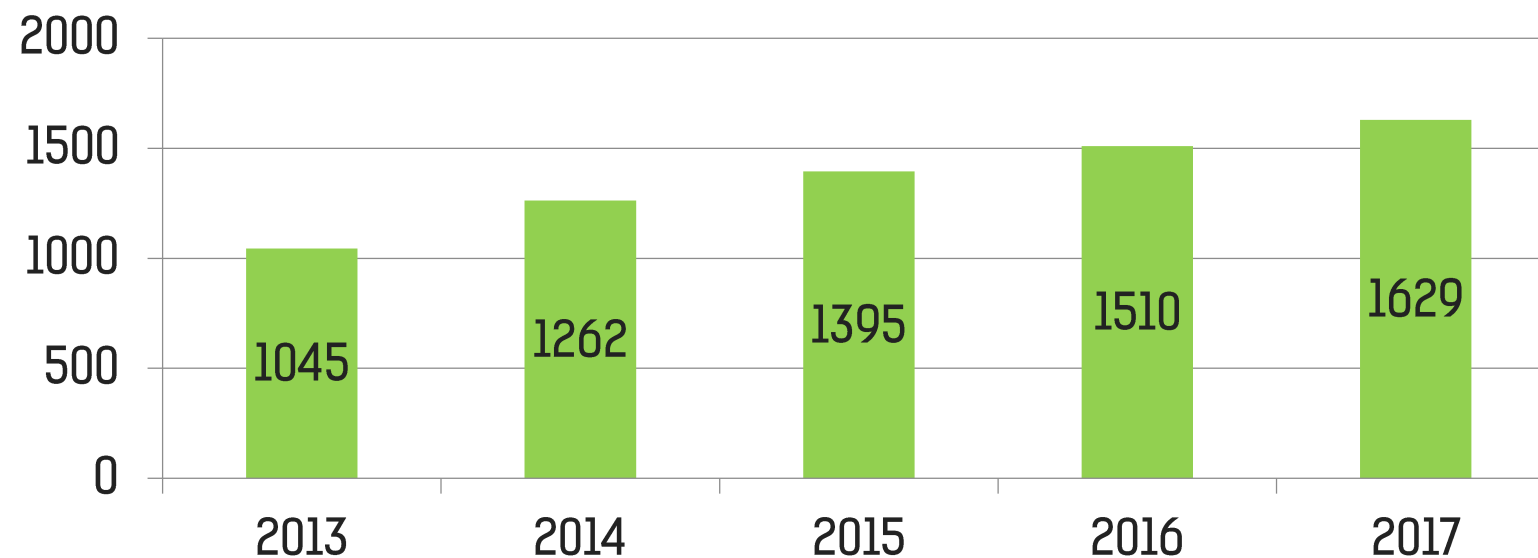
Миссия: обеспечить людей быстрым и доступным способом проверить свой уровень сахара для выявления диабета на самых ранних его стадиях в интересах самого человека и общества

Динамика рынка глюкометров и тест-полосок в России

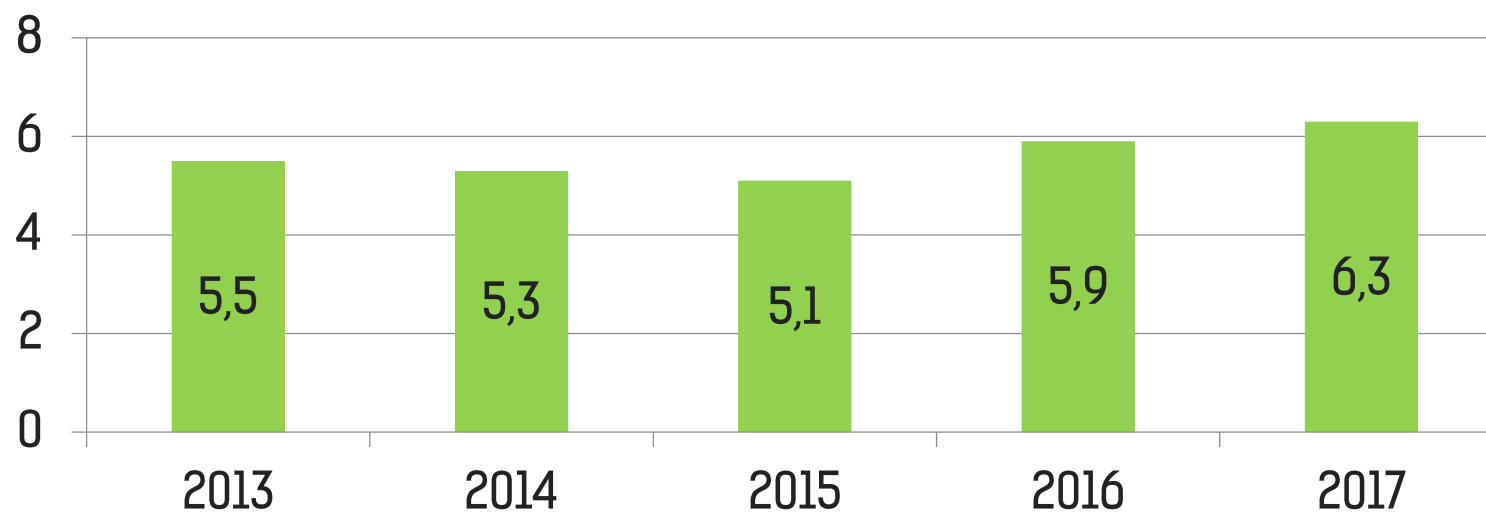


Источник: QuintilesIMS

Емкость
фармацевтического
рынка в России,
млрд руб



Объем
фармацевтического
рынка России в
натуральном
выражении, млрд шт



Johnson & Johnson





Рынок глюкометров в России



Информация о конкурентной среде

Факторы, влияющие на уровень конкуренции на рынке:

Число и мощность фирм, конкурирующих на рынке

Значительное кол-во фирм, предоставляющих услугу клинического теста на выявление уровня глюкозы в крови, малое количество фирм, предлагающих иной способ определения уровня глюкозы в крови

Изменение платежеспособного спроса

Платежеспособный спрос на товар достаточно стабилен

Степень стандартизации товара, предлагаемого на рынке

Есть специализация по видам предоставляемых услуг. Товар фирмы и товары-конкуренты характеризуются высокой взаимозаменяемостью

Барьеры проникновения на рынок

Начальные затраты для развертывания работ велики в связи с высокотехнологичностью нашего товара и начальными капиталовложениями

Ситуация на смежных товарных рынках (рынки товаров с близкими технологиями и сферами применения)

Уровень конкуренции на смежных товарных рынках высок (вся фармацевтическая промышленность)

Привлекательность рынка

Заметный потенциал данного продукта на рассматриваемом рынке, благоприятный прогноз



Информация о конкурентной среде

По типу производимой продукции и предоставляемых услуг конкурентов можно разделить на 3 группы:

1. Конкуренты, предлагающие клинический тест на выявление уровня глюкозы в крови

1. Конкуренты, производящие и продвигающие глюкометры

1. Конкуренты, предлагающие подобные нашему пластырю продукты



Информация о конкурентной среде

Основные недостатки продукции конкурентов:

Конкуренты	Недостатки конкурентов
Клинические тесты на определение уровня глюкозы в крови	<ol style="list-style-type: none"> 1. Повторяющийся из раза в раз забор крови (довольно болезненная и неприятная процедура) 2. Случаи неправильного выявления результата (диапазон возможной ошибки результата)
Клюкометр	<ol style="list-style-type: none"> 1. Повторяющийся из раза в раз забор крови (довольно болезненная и неприятная процедура) 2. Сложность первоначального освоения устройства (последовательность действий) 3. Необходимость периодически разбирать и чистить прибор от мельчайших частиц крови (иначе могут возникнуть неточности в работе) 4. Относительная дороговизна элементов питания 5. В каждом глюкометре заложен диапазон ошибки измерения 20% (согласно ISO 15197), поэтому результаты измерения глюкозы в крови на разных приборах и лаборатории одновременно могут несколько отличаться. Также следует иметь в виду, что в 5% случаев ошибка при измерении может превысить 20%.
Датчик на определение уровня глюкозы в крови	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дороговизна продукта 2. Зависимость от электричества (необходима постоянная подзарядка датчика)



Информация о конкурентной среде

Особенности выхода на рынок:

1

- Необходимость значительных стартовых капиталовложений

2

- Конкуренты не склонны применять агрессивные действия против новичков рынка

3

- Основные игроки рынка давно заняли стабильные позиции

Вывод: продвижение устройства для не инвазивного определения уровня глюкозы в крови в виде пластыря в данной ситуации и на данном рынке целесообразен

Законодательное регулирование бизнеса на данном рынке

Центральное звено:



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
СЛУЖБА ПО НАДЗОРУ
В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения – это федеральный орган исполнительной власти Российской Федерации, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере здравоохранения. Находится в ведении Министерства здравоохранения Российской Федерации

Законодательное регулирование бизнеса на данном рынке

Важность оформления регистрационного удостоверения:

1

- Наличие регистрационного удостоверения необходимо для допуска продукции к применению в медицинских целях на территории Российской Федерации

2

- Наличие регистрационного удостоверения также предполагает льготные налоговые условия для компаний, реализующих медицинские изделия на территории Российской Федерации

Законодательное регулирование бизнеса на данном рынке

Этапы процедуры регистрации:

1. Подача имеющихся документов на регистрацию и их экспертиза
2. Предоставление образцов для проведения необходимых исследований продукции
3. Проведение необходимых исследований продукции
4. Экспертная оценка выполненных исследований
5. Подача регистрационного досье на медицинское изделие в регистрирующий орган с целью получения Регистрационного удостоверения
6. Непосредственная регистрация медицинского изделия с внесением медицинской продукции в Государственный реестр медицинских изделий
7. Испытания на людях
8. Выдача на руки заказчику Регистрационного удостоверения на медицинское изделие

Полевое исследование рынка

Проблемы исследования:

- ! Неосведомленность о предпосылках возникновения сахарного диабета.
- ! Наличие барьеров восприятия новых методов выявления уровня глюкозы в крови.
- ! Наличие заблуждений в сознании людей относительно причин возникновения этого заболевания.

Полевое исследование рынка

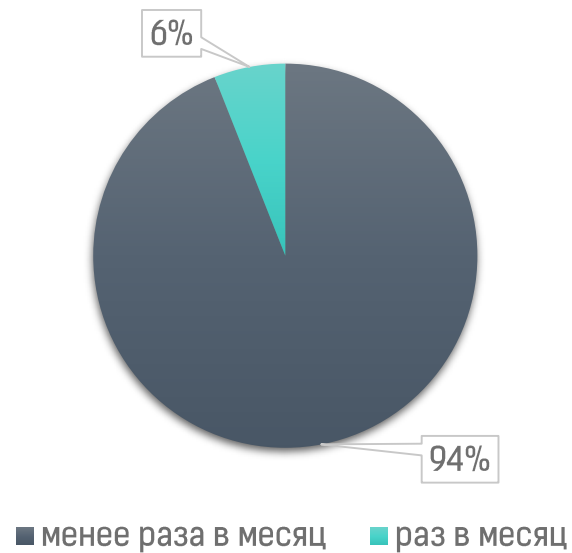
Гипотезы:

1. Современное поколение не уделяет особого внимания проблеме возникновения и необходимости профилактики сахарного диабета;
2. Большинство респондентов не доверяют альтернативным методам определения уровня глюкозы в крови, не уверены в точности получаемых результатов;
3. Респонденты, имеющие сахарный диабет, хотели бы отказаться от инвазивного метода определения уровня сахара в крови.

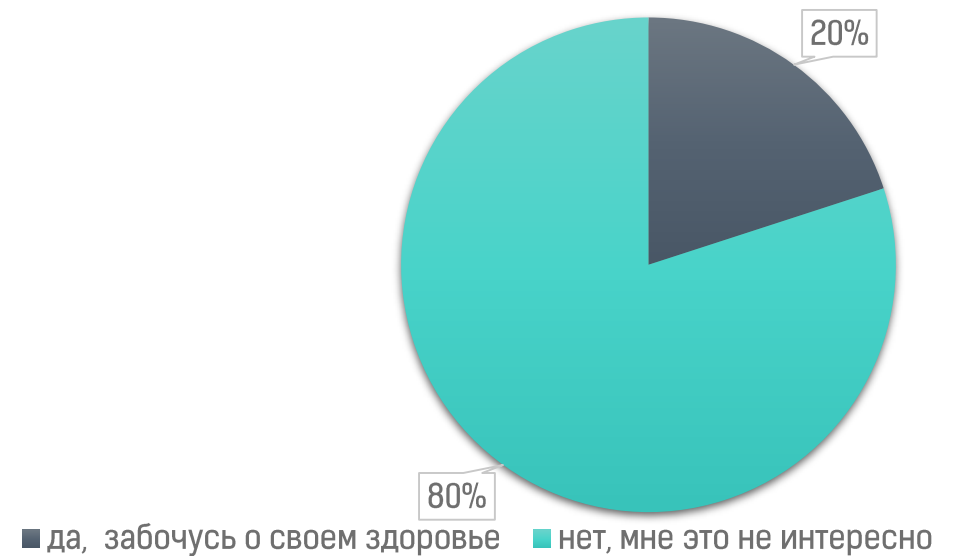


Анкетирование

Как часто Вы обращаетесь к врачу?



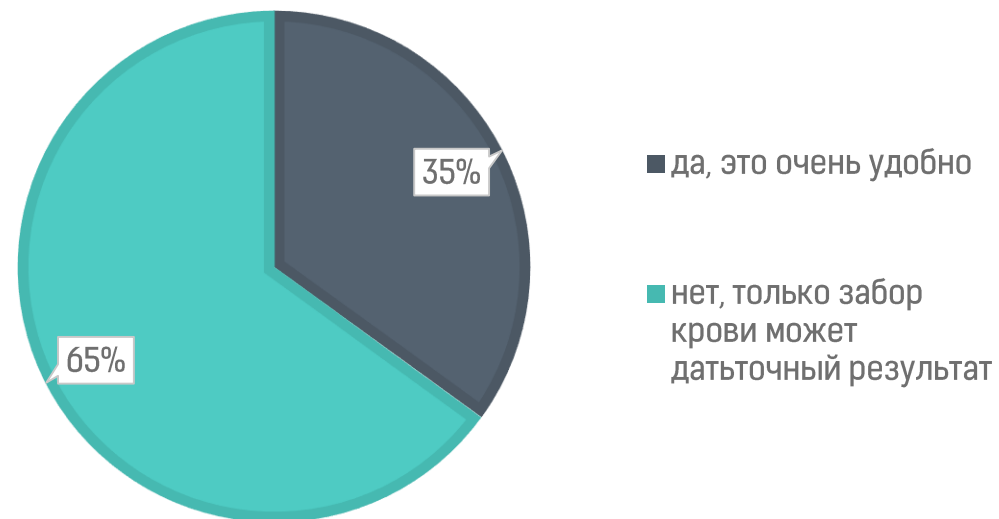
Хотели бы Вы пройти диагностику на наличие сахарного диабета? (выборка: респонденты о 18 до 35 лет)



Гипотеза 1 была принята

Анкетирование

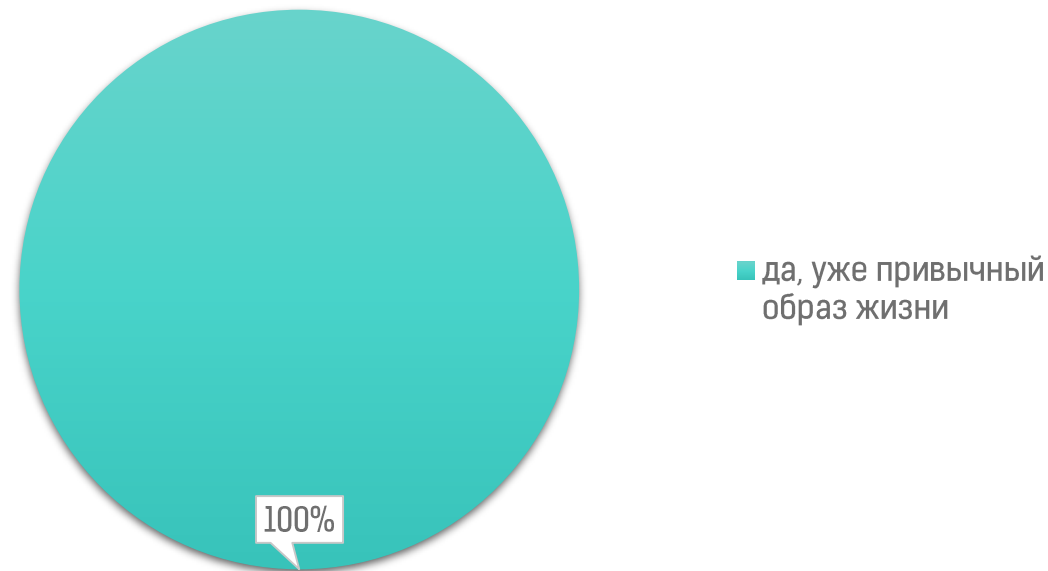
Готовы ли Вы использовать пластырь, который можно приклеить на руку и через 5-7 минут получить результат исследования для определения уровня глюкозы в крови?



Гипотеза 2 была принята

Анкетирование

Привыкли ли Вы к тому, что вам приходится делать забор крови для измерения уровня глюкозы в крови?



Гипотеза 3 была опровергнута

Фокус-группа

Цели :

- ✓ узнать отношение к проблеме сахарного диабета, установить степень осведомленности по данному вопросу;
- ✓ выявить готовность людей, столкнувшихся с сахарным диабетом, к использованию альтернативных способов определения уровня глюкозы в крови, в частности, не инвазивного способа – специального пластыря;
- ✓ установить предполагаемый ценовой диапазон разрабатываемого продукта с позиции потенциальной целевой аудитории;
- ✓ получить оценку конкурентной продукции;
- ✓ выявить предпочтения относительно желаемой комплектации разрабатываемого продукта.

Объект исследования – способы определения сахарного диабета.

Предмет исследования – не инвазивный метод измерения уровня глюкозы в крови – пластырь.



Выводы:

1. Сахарный диабет распространённое заболевание;
2. Профилактика заболеваний не является тенденцией среди молодежи. Только старшее поколение осуществляет регулярную диагностику, профилактические меры и витаминизацию организма, в основном, в соответствии с сезонным характером некоторых заболеваний;
3. Вопросы лечения решаются консультациями у врачей и специалистов;
4. Интернет – самый распространённый источник о проблемах сахарного диабета;
5. Заблуждения о причинах возникновения сахарного диабета – не распространены в опрошенных группах;
6. Большой процент опрошенных респондентов регулярно осуществляют проверку уровня сахара в крови, однако основной преградой все же выступает необходимость осуществления диагностики в клинике, посещение которой отнимает много времени;
7. Практически все респонденты плохо осведомлены о наличии альтернативных методов анализа уровня сахара в крови и относятся к ним с недоверием;
8. Большинство опрошенных обращают внимание на товары данной категории исключительно в аптеках и готовы заплатить за них около 75–150 руб.

Сегментирование

Основные сегменты

Массовый
потребитель



Медучреждения



Функциональная карта сегментирования рынка

Факторы по сегменту	Сегменты	
	Массовое потребление	Медучреждения
Общие требования	<p>Доступность (в плане, что можно найти поблизости)</p> <p>Быстрота ответа</p> <p>Удобство в использовании</p>	<p>Доступность (в плане, что есть в наличии)</p> <p>Быстрота доставки</p> <p>Удобство в использовании</p>
Приемлемый уровень цены	75–250	20–140
Реклама	<p>Интернет</p> <p>Наружная реклама</p> <p>Телевидение</p> <p>Статьи в прессе</p>	<p>Интернет</p> <p>Статьи в профильных изданиях</p>
Сервис	<p>Ролики о том, как использовать</p> <p>Интернет-сайт</p> <p>Инструкции, советы</p>	<p>Интернет-сайт</p> <p>Сервисная служба</p>

Оценочная карта сегментирования рынка

Критерии оценки	Коэффициент значимости	Оценка сегмента массового потребления	Оценка сегмента медучреждений
Емкость рынка	0,2	5	0,5
Динамика продаж	0,12	3,3	1,2
Уровень конкуренции (чем больше балл, тем ниже)	0,1	4	5
Рентабельность продаж	0,2	4	1,2
Соответствие товара	0,2	2,7	1,3
Наличие каналов сбыта	0,1	4,5	1,2
Соответствие сервиса	0,08	5	2

**Массовый
потребитель****Медучреждения****ИБО**

3,986

1,524

Затраты на
маркетинговый
комплекс, млн руб.

28,8

19,2

Эффективность
сегмента

0,138

0,079

Ядро целевой аудитории

**Женщины
возраста 40+**



**Имеют избыточный
вес**



**Доход
выше
среднего**



**Не любят
госучреждени**



**Периодически думают
о своем здоровье**

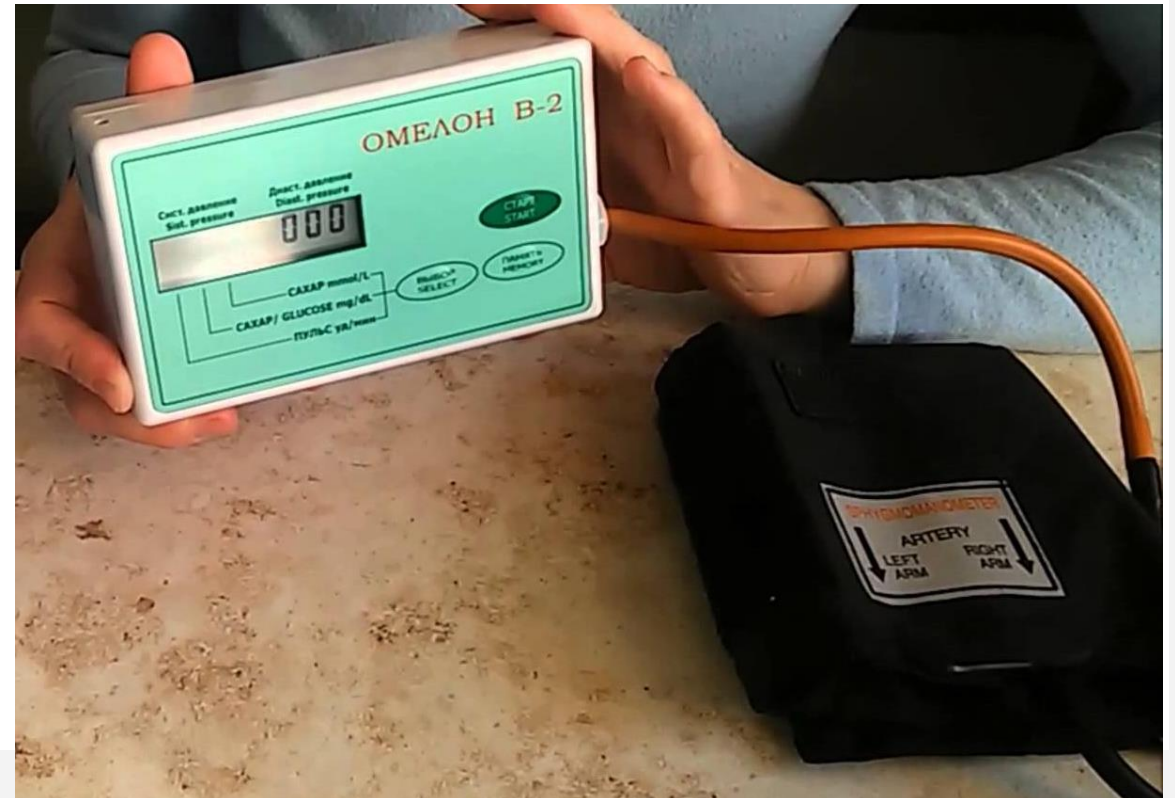


**Early
adopters**



Экспертная оценка важности параметров, используемых при расчете CSI

Параметр	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 4	Сумма баллов	Коэффициенты важности
Безопасность	5	5	5	5	20	0,1786
Удобство эксплуатации	3	4	5	5	17	0,1518
Скорость получения результата	5	4	5	3	17	0,1518
Простота эксплуатации	3	3	5	5	16	0,1429
Доступность в точках продажи	5	2	4	5	16	0,1429
Возможность болезненных ощущений	3	3	4	5	15	0,1339
Известность продукта	1	5	3	2	11	0,0982



Оценка степени удовлетворённости потребностей потребителей

Параметр	Единица измерения	Коэффициент значимости	Идеальная модель	DiaPlast	Фристайл Либре	Омелон-В2	Электрохимический глюкометр	Анализ крови в мед. учреждении
Простота эксплуатации	баллы	0,1429	5	5	4	3	4	4
Удобство эксплуатации	баллы	0,1518	5	5	3	3	3	3
Доступность в точках продажи	баллы	0,1429	5	3	2	2	5	5
Скорость получения результата	баллы	0,1518	5	4	5	4	5	5
Возможность возникновения болезненных ощущений	баллы	0,1339	5	5	3	5	1	1
Безопасность	баллы	0,1786	5	5	3	5	3	4
Известность продукта	баллы	0,0982	5	1	2	2	5	5

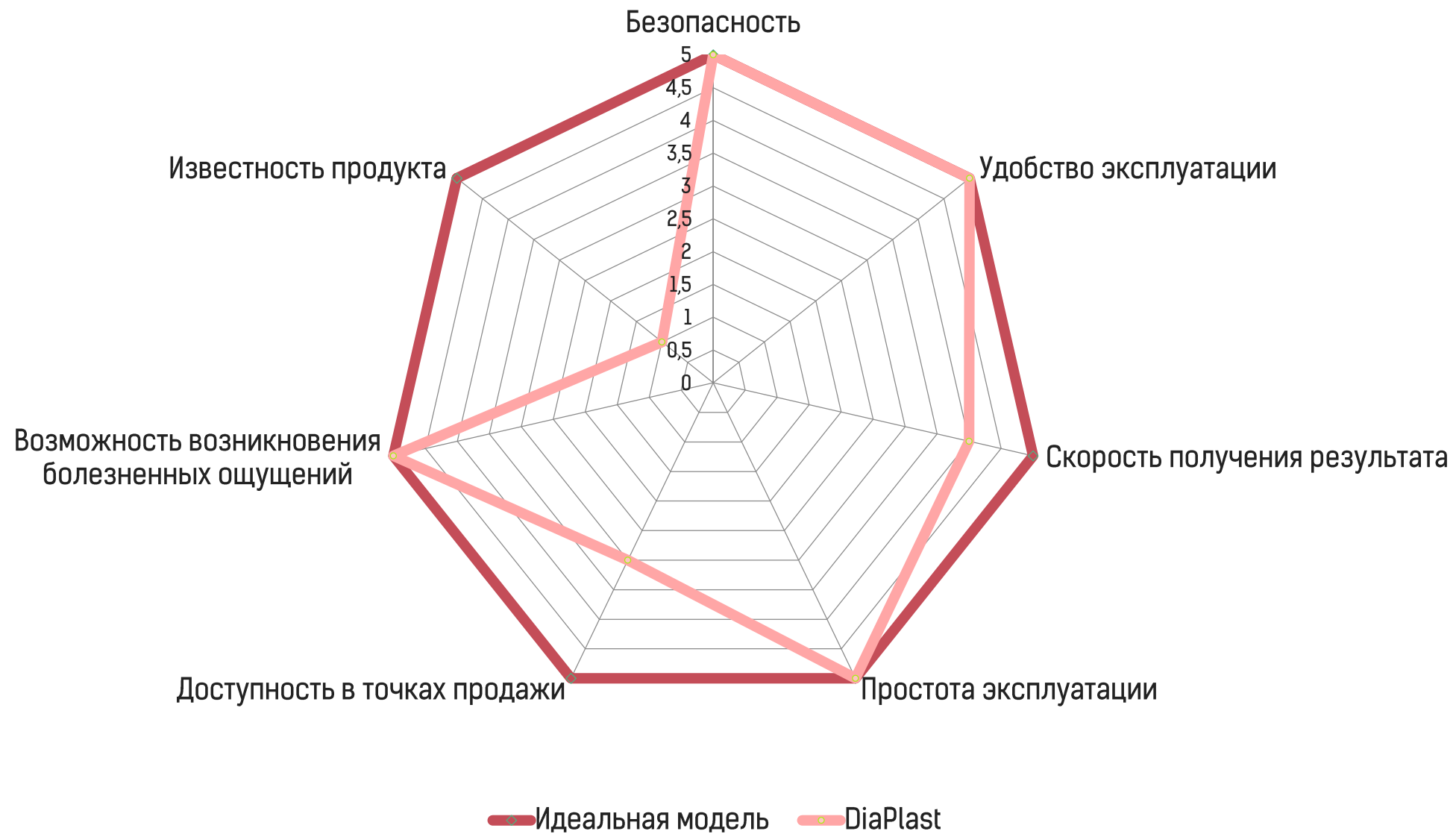
$$Y_i = \frac{b_{\text{ОК}}}{b_{\text{Идеал}}} \times K_{\text{значимости}} \Rightarrow CSI = \sum Y_i$$

$$K = \frac{CSI_{\text{DiaPlast}}}{CSI_{\text{Фристайл Либре}}} * 100\% = \frac{83,40}{64,11} * 100\% = 130,08\%$$

$$K = \frac{CSI_{\text{DiaPlast}}}{CSI_{\text{Омелон-В2}}} * 100\% = \frac{83,40}{70,72} * 100\% = 113,90\%$$

$$K = \frac{CSI_{\text{DiaPlast}}}{CSI_{\text{Фотометрический глюкометр}}} * 100\% = \frac{83,40}{76,80} * 100\% = 108,60\%$$

$$K = \frac{CSI_{\text{DiaPlast}}}{CSI_{\text{Электрохимический глюкометр}}} * 100\% = \frac{83,40}{73,22} * 100\% = 113,90\%$$



Дом качества

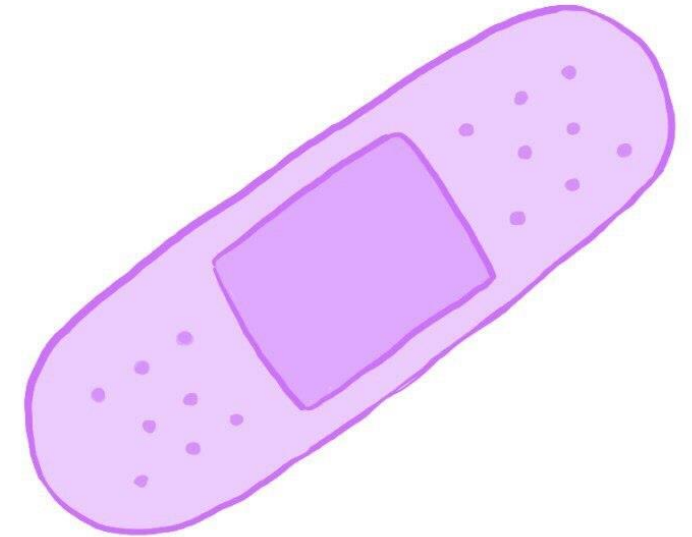
	Важность	Размеры		Длина и ширина каналов сбыта		Время проведения анализа		Инвазивность		Количество форм рекламы		Повторяемость рекламы		DiaPlast	Фристайл Либре	Омелон-2	Электрохимический глюкометр	Фотометрический глюкометр	Целевое значение	Степень улучшения	Весомость	Весомость, %
Простота эксплуатации	4	▲	10,08											5	4	3	4	4	5	1	4	10%
Доступность в точках продажи	4			★	151,29									3	2	2	5	5	5	1,7	6,7	17%
Скорость получения результата	4					★	113,49							4	5	4	5	5	5	1,3	5	13%
Отсутствие болезненных ощущений	4							★	90,72					5	3	5	1	1	5	1	4	10%
Безопасность	5							★	113,49					5	3	5	3	4	5	1	5	13%
Известность продукта	3			★	340,38					●	113,46	●	113,46	1	2	2	5	5	5	5	15	38%
Абсолютная важность	сумма	10,08		491,67	113,49		204,21		113,46		113,46		1046,37							Сумма	39,7	100%
Относительная важность	доля	1,0%		47,0%	10,8%		19,5%		10,8%		10,8%											

Коммерческая символика

Описание особенностей товара и его позиционирование (бренд-код).

Бренд-код для разработки коммерческой символики системы скрининга уровня глюкозы.

Продукт: устройство для не инвазивного определения уровня глюкозы в крови в виде многослойного пластыря, позволяющее осуществлять быстрый и удобный скрининг уровня глюкозы в крови без повреждения кожного покрова.

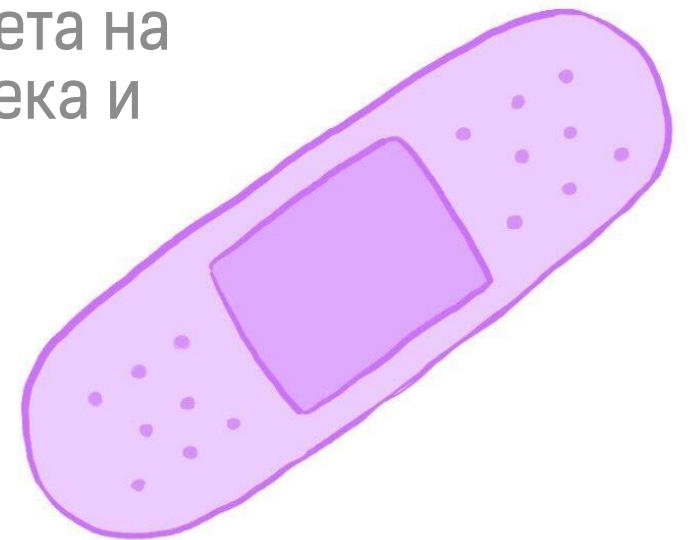


Коммерческая символика

Позиционирование: быстрый, простой, понятный и безболезненный способ узнать, не повышен ли у человека сахара, что является признаком сахарного диабета.

Миссия: обеспечить людей быстрым и доступным способом проверить свой уровень сахара для выявления диабета на самых ранних его стадиях в интересах самого человека и общества

Стиль: удобство, доступность, простота и скорость в использовании, существенная экономия времени, надежность и высокая точность анализа крови.



Коммерческая символика

Видение будущего:

- Апробирование системы на ранних последователях.
- Увеличение скорости диагностики за счёт использования вещества усиливающего потоотделения.
- Интеграция неинвазивной системы доставки инсулина и выход на сегмент диабетиков.
- Использование патента на молекулу-детектор для создания различных тестов вроде теста на беременность.
- Перехват сегмента рынка у компаний, которые в настоящий момент используют в системах детекции антитела.



Коммерческая символика

Варианты рекламного слогана.

Позаботьтесь о будущем сегодня вместе с DiaPlast!

DiaPlast – новый уровень Диагностики Диабета!

Выбирая DiaPlast, Вы выбираете здоровье!

DiaPlast – качественно новый уровень заботы о здоровье!

Быстро, Безболезненно, Безопасно! Проверяйте уровень глюкозы в крови вместе с DiaPlast!

Ваше здоровье – в Ваших руках! DiaPlast – это эффективная и надежная диагностика диабета, доступная в любое время и в любом месте!

DiaPlast – на страже Вашего здоровья!

Come on! Just stick it on!

Простой способ диалога со своим здоровьем!

Коммерческая символика

Варианты марочного названия:

DiaPlast

Check me

Dia dia

Sugar+

Скринфаст

Коммерческая символика

Фоносемантический и лингвистический анализ

Тип анализа	Коэффициент значимости	DIAPLAST	Check me	Dia dia	Sugar+	Скринфаст
Фоносемантический	0,5	46,4	29,1	41,3	33,0	33,9
Лингвистический	0,5	6	2	4	5	0
Сумма:		26,2	15,5	22,65	19	16,95

По итогам исследования наибольшее количество баллов набрало название DIAPLAST.

Коммерческая символика

Товарный знак:



Цвета выбраны умеренные и в холодных оттенках, что подходит для рынка нашего продукта.

В логотипе использованы два «листа», которые символизируют слои пластыря.

Название написано легким и лаконичным шрифтом, удобным для восприятия потребителем.



Разработка упаковки продукта

Упаковка – это оболочка товара, способствующая реализации следующих функций:

1. **Хранение товара**

2. **Идентификация товара**

3. **Рационализация торговли товаром**

4. **Создание образа фирмы и торговой марки**

5. **Удобства пользования товаром**

6. **Совершенствование потребительских свойств товара**



Разработка упаковки продукта

Этапы работы:

1

- Исследование особенностей производства упаковки для DiaPlast

2

- Исследование нормативных требований к упаковке DiaPlast

3

- Исследование упаковок подобных товаров



Разработка упаковки продукта

Информационные элементы упаковки:

На упаковке указаны:

- Наименование (международное непатентованное, или группировочное, или химическое и торговое наименования)
- Наименование производителя
- Номер серии
- Дата изготовления
- Номер регистрационного удостоверения
- Срок годности
- Способ применения
- Условия хранения
- Предупредительные надписи



Разработка упаковки продукта

Основные требования и функции:

- Четкость и яркость маркировки (+маркировка товара не должна содержать информации, вводящей покупателя в заблуждение)
- Легко брать и держать в руках (не громоздкая упаковка)
- Минимизация выпадения самого пластыря из упаковки
- Упаковка не должна быть дороже самого пластыря
- Упаковка не должна использовать дефицитных ресурсов
- Упаковка должна быть утилизируемой



Разработка упаковки продукта

Маркетинговая концепция упаковки

1

Форма
(+материал)

2

Цветовая
гамма

3

Маркировка

4

Средства
визуализации



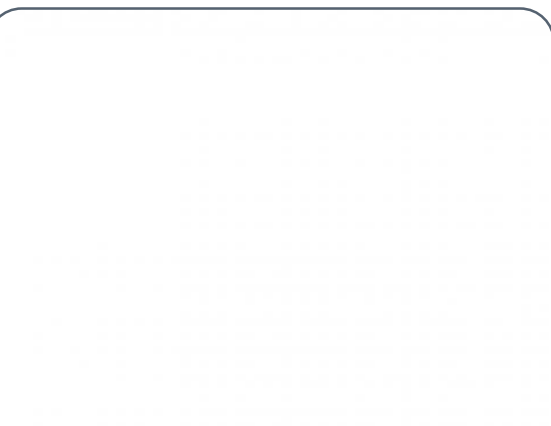
Разработка упаковки продукта

Характеристики упаковки:

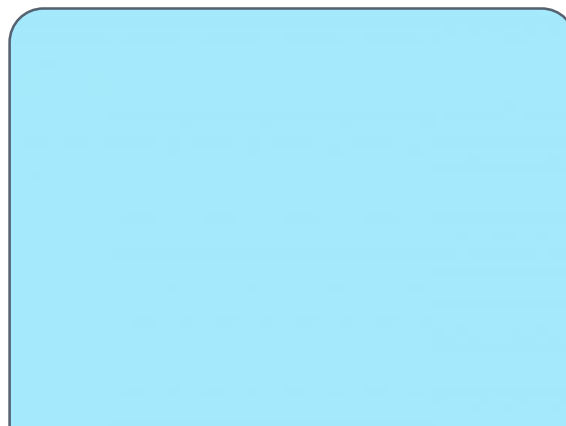
- По материалу – бумажная (картонная)
 - По форме – прямоугольник
 - По габаритам – малогабаритная
- По физико-химическим свойствам – полужесткая, герметичная, закрытая
 - По функциональному назначению – потребительская

Разработка упаковки продукта

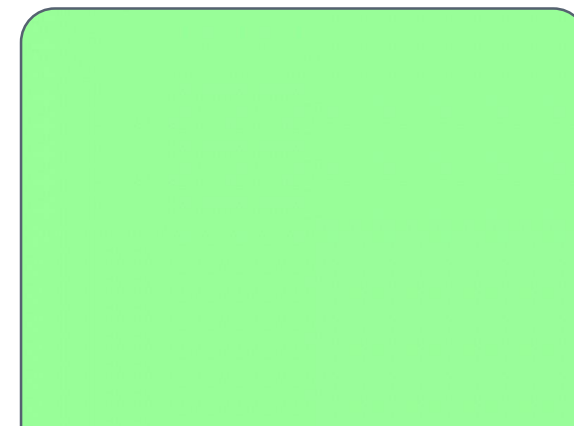
Цветовая гамма упаковки:



Белый



Голубой



Зеленый





Разработка упаковки продукта

Цветовая гамма упаковки:



Символ света и начала. Неправильно говорить, что белый представляет собой отсутствие всякого цвета. На самом деле, он и есть сочетание всех цветов. Белый цвет – это безграничность. Он обладает огромной силой, способен наставлять и побуждать людей к действию. Одновременно он дарит свежесть



Разработка упаковки продукта

Цветовая гамма упаковки:

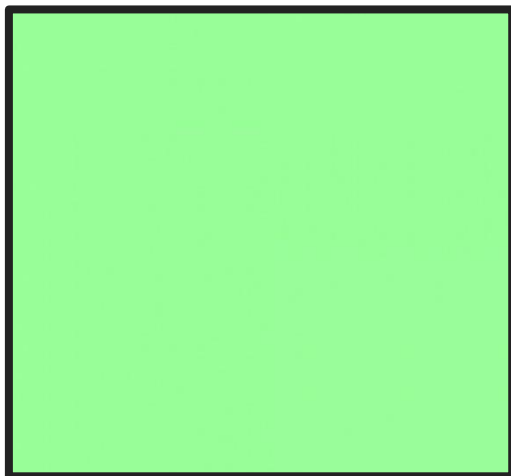


Снижает мускульное напряжение и кровяное давление, пульс и ритм дыхания, действует успокаивающе. Синий действует аналогично, но более выражено



Разработка упаковки продукта

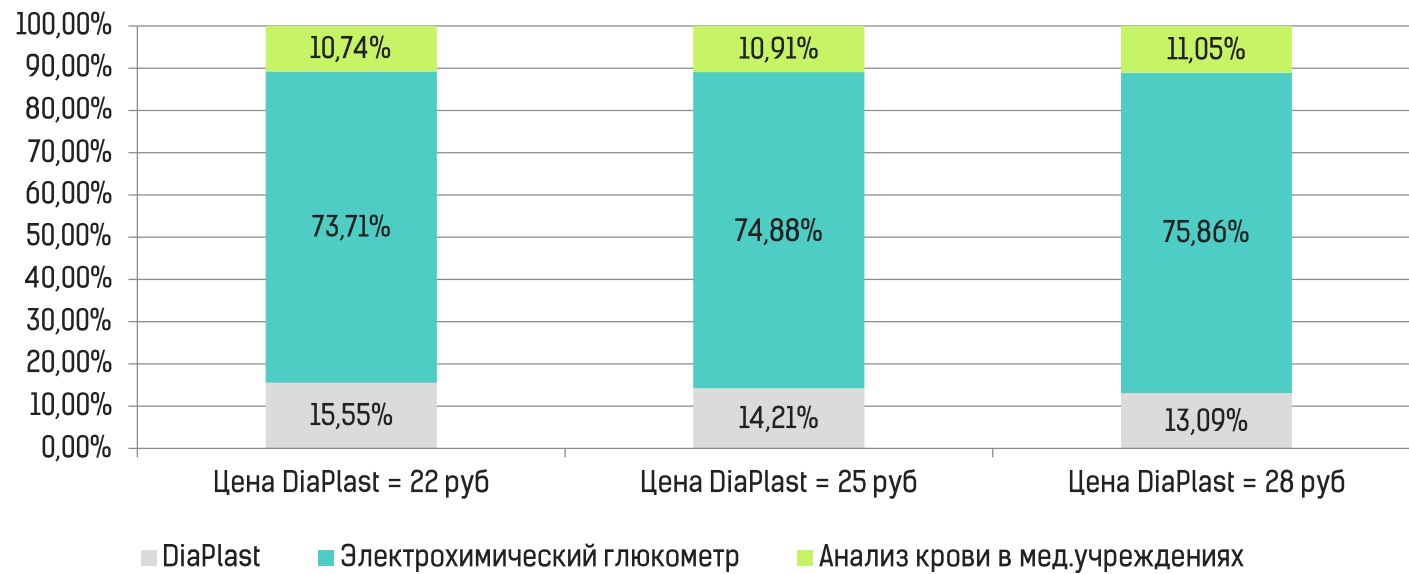
Цветовая гамма упаковки:



Снижает кровяное давление, расширяет капилляры и способствует нормальному наполнению кровеносных сосудов, хорошо влияет на утомленное зрение, действует успокаивающе, освежающе и вызывает у человека терпение



- **Цена DiaPlast = 150 рублей**
 - Цена на 1 анализ уровня глюкозы в крови = 250–300 рублей
 - Стоимость 1 анализа крови с помощью глюкометра = 4,2 рубля (без учёта стоимости глюкометра)
 - Объем рынка глюкометров и тест-полосок в 2016 г: 8,4 млрд руб или 10,4 млн ед
-
- **Справедливая доля рынка = 14,21%**
 - **Прогнозный объем продаж = 1 478 299 ед**



Справедливая доля
рынка **DiaPlast**

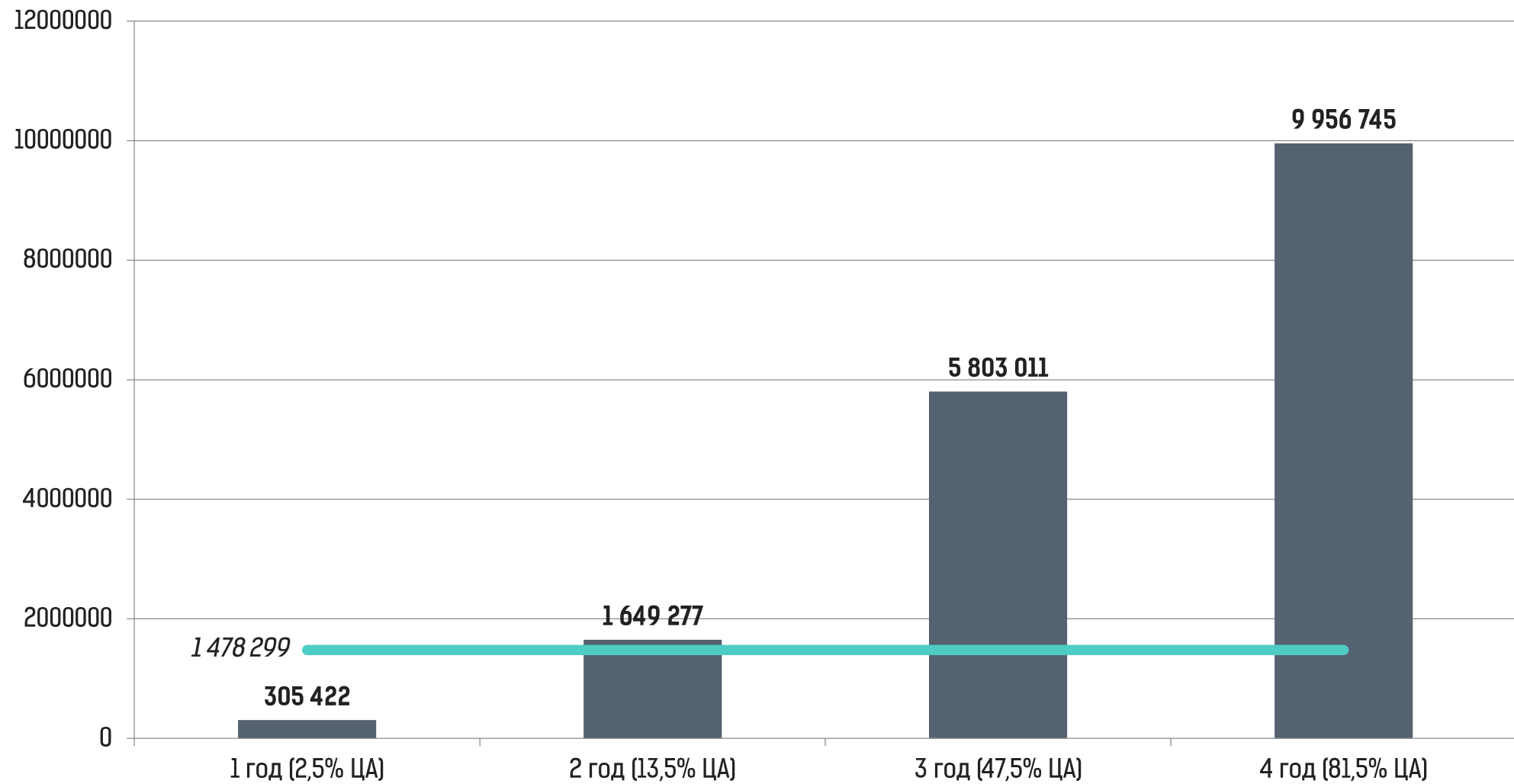
$$\text{Эластичность спроса} = - \frac{\text{изменение объема спроса, \%}}{\text{изменение цены, \%}}$$

$$\text{Эластичность спроса Цена } DiaPlast=22 \text{ руб} = - \frac{\frac{1617015}{1478299} - 1}{\frac{135}{150} - 1} = - \frac{9,38\%}{-10\%} = 0,938$$

$$\text{Эластичность спроса Цена } DiaPlast=20 \text{ руб} = - \frac{\frac{1478299}{1617015} - 1}{\frac{150}{135} - 1} = - \frac{-8,58\%}{11,1\%} = 0,77$$

$$\text{Эластичность спроса Цена } DiaPlast=18 \text{ руб} = - \frac{\frac{1361501}{1478299} - 1}{\frac{165}{150} - 1} = - \frac{-7,9\%}{10\%} = 0,79$$

Неэластичный спрос



Объем продаж DiaPlast

Продвижение

Задача: знакомство с товаром, преодоление барьера недоверия, которое необходимо для узнаваемости продукта в дальнейшем, а также создания благоприятного имиджа компании. Формирование культуры профилактики заболеваний

Цель: формирование первичного спроса на DiaPlast. Сбор отзывов для определения приоритетов развития.



Продвижение

Рекламная кампания будет направлена на:

Ознакомление покупателей с принципом действия пластыря





Раскрытие и ознакомление потенциальных покупателей с работой пластыря

Убеждение покупателей в том, что использование пластыря гарантирует им безопасность их жизни








Продвижение

Предпосылки:

-  Рынок сбыта ограничен
-  Нет массового спроса
-  Узкая специализация
-  Технически сложная продукция

Методы продвижения:

-  в фармацевтических салонах и в местах, где будут стоять вендинговые аппараты
-  социальные сети (одноклассники, ВК, инстаграмм, YouTube)
-  научные журналы, брошюры
-  целевые мероприятия
-  интернет-сайт

Продвижение

Канал распространения	Стоимость, руб
Реклама в местах продажи	0
Реклама в социальных сетях	1 500 000
Статьи в научных журналах	100 000
Брошюры	400 000
Целевые мероприятия	56 000
Интернет-сайт	200 000
Дополнительные элементы продвижения	150 000
Итого	2 406 000

Медиа-план составлен на год (с ноября 2019 до октября 2020 года), так как программа продвижения изменится в связи с расширением ассортимента и совершенствованием продукции

	2018						2019					
	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май
Реклама в фармацевтических салонах/вендинговые аппараты				■								
Социальные сети (одноклассники, ВК, инстаграмм, YouTube)			■									
Научные журналы		■		■		■		■				
Брошюры			■		■		■		■			
Целевые мероприятия												
Научные конференции:												
35-я региональная конференция МНИОИ им. П.А. Герцена	■											
XII Всероссийский форум «Здоровье нации – основа процветания России»	■											
X Юбилейный Всероссийский научно-образовательный форум с международным участием "Медицинская Диагностика – 2018"	■											
Научно-практической конференции «Эффективный контроль сахарного диабета»	■											
Выставки:												
ПМФЗ						■						
«Здравоохранение, медицинская техника и лекарственные препараты»							■					
Презентация в конференц-зале		■										
Интернет-сайт	■											
	■ наружная текстовая реклама											
	■ текстовая реклама в интернете											
	■ брошюры											
	■ статьи											
	■ выступления на конференциях											

SUBWAY ADVERTISING

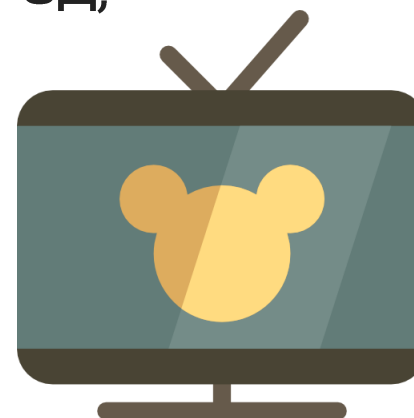


Предпродажный сервис

Инструкция по применению

QR-код с ссылками на обучающие видео, специальные ролики, рассказывающие о СД, мультфильмы для детей

Проведение семинаров на тему СД, демонстрация нашего продукта, пробные партии товаров

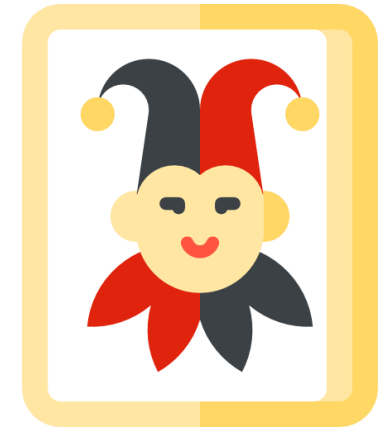


Предпродажный сервис

Специальный дизайн «для самых маленьких» с картинками супергероев и злодеев

Вкладыш со скидкой 10% на клинический тест на сахарный диабет у партнеров

В будущем будет разработано приложение с информацией о СД, нахождении вендинговых автоматов с нашей продукцией, различными советами и тп.



Послепродажный сервис

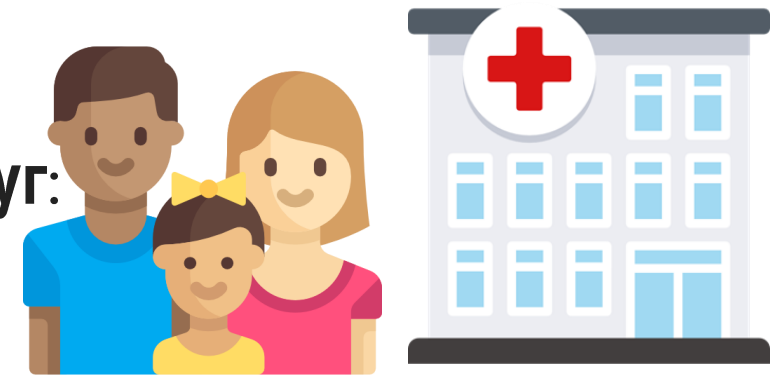
**Горячая линия, по которой можно
проконсультироваться со специалистом**

**Онлайн-консультации
специалистов**

Проведение различных опросов



Потенциальные пользователи сервисных услуг:



Наше сервисное обслуживание **не подразумевает дополнительной оплаты**. Сотрудничать будем с клиникой

Местоположение сервисных центров:

- рядом с медучреждениями,
- в спальных районах,
- рядом с местонахождением точек сбыта



Разработка стратегии сбыта



Длина канала сбыта

Прямой маркетинг (вендинг) + одноуровневый канал сбыта (аптеки, частные клиники, розничные сети сегмента FMCG)



Ширина канала сбыта






Преимущественно экстенсивное распределение через вендинговые аппараты+ компании розничной торговли

Предпосылки:

- ✓ *Возможность безрецептного отпуска*
- ✓ *Отсутствие сезонности продаж*
- ✓ *Отсутствие повышенных требований к условиям хранения*
- ✓ *Географическое рассредоточение субъектов рынка*

Местоположение торговых точек

Расположение вендинговых аппаратов в местах концентрации ЦА

-  *Аптеки*
-  *Клиники*
-  *Фитнес-центры и тренажерные залы*
-  *Бизнес-центры*
-  *Переходы в метро, вокзалы*

Инструменты стимулирования сбыта

- ✓ Прямой маркетинг
- ✓ Выставки (ярмарки)
- ✓ Реклама
- ✓ Интерактивный маркетинг
- ✓ Скидки на посещение врача

Мероприятия мерчандайзинга

- оформление торговых аппаратов в тематике особенностей продукта с использованием изображения марочного знака;
- размещение плакатов (стендов) в клиниках, аптеках, бизнес-центрах и фитнес-кафе;
- использование шелф-токеров, стикеров и лайтбоксов в розничных магазинах;
- установка промостоек в аптеках как инструмент презентации товара промоутерами;

Выражаем благодарности:

Врачам Москвы и Омска:

Татьяне Юрьевне Алексеевой
Елене Витальевне Наумкиной

Специалисту в сфере химии. СПбГУ, Лундский Университет (Швеция)

Шаройко Владимиру Владимировичу

Преподавателям ЭФ СПбГУ за консультации

Диане Игоревне Артемовой
Павлу Сергеевичу Шарахину
Екатерине Анатольевне Спиридоновой

Команде студентов СПбГУ и НИУ ВШЭ Мск (за маркетинговые исследования)

Анастасии Лупу
Гюлнар Магеррамовой
Анне Наумкиной
Алине Павловой
Александре Коган
Степану Тарасову
Александрю Боронихину

Привлеченным экспертам по производству

Игорю Волкову (Герофарм)
Дарье Аверьяновой (Герофарм)
Денису Симахину
Сергею Неверняеву

И всем, кто помогал команде DiaPlast в работе над проектом!