

大数据

驱动医药企业营销转型

思享广告 李卫民 2015.8

疾病特性决定大数据在医药行业的重要性

1. 偶发、稀发性



2. 个体性



3. 高关注度



医药数据：类型多、数据大

- 医院的处方数据
- 药品的临床数据
- 患者的健康管理数据（血糖、血压等等）
- 基因数据
- 患者网络大数据
- 药品销售数据

.....

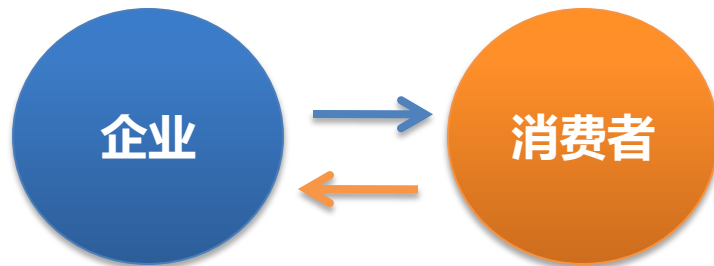


大数据驱动医药营销模式转型

传统营销模式：B2B



大数据下营销模式：B2C



大数据时代下，企业可以更了解消费者、找到目标消费者、并与之互动。



大数据在医药营销中的落地应用

1.洞察

大数据：让洞察更全面深刻！

➤ 网络营销诊断

➤ 百度指数

➤ 电商司南

➤ 药品电子监管码数据

大数据：让营销优化评估更快速及时！

3.营销优化评估

2.传播

大数据：让传播更精准

➤ 网络视频程序化投放

每个移动医疗设备背后都是一个患者的大数据库。

4.移动医疗设备

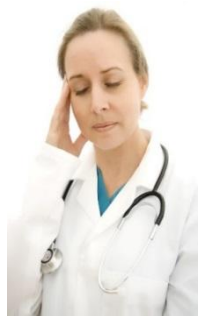
大数据



一、大数据下的 消费者洞察



患者在网上



搜：产品自定义



学：疾病科普知识



问：医患问答



晒：患者交流



买：医药电商



医生也在网上

有患者“问”，必有医生“答”。
在好大夫、春雨医生、平安好医生、
百度医生、寻医问药、有问必答等
医患咨询、医患问题平台上，都有
相当数量的“网上医生”。

 **好大夫在线**
www.haodf.com

咨询专家 正规医院的82,711位专家本人在线答疑

在此咨询，7万名正规医院大夫给您网络就医指导..

 **我要提问**

**崔恒**主任医师
北大人民医院妇科
5分钟前

电话咨询

全部 妇科 儿外科 生殖中心 中医科 精神心理 儿内科 产科 内科 皮肤科

	陈志伟 主任医师 西苑医院 综合内科	最近通话：暂无 查看最新用户分享 >>	200元/次 (最长15分钟)	立刻预约
	马良坤 主任医师 北京协和医院 产科	孕50天内伴有褐色分泌... 最近通话：07-18 18:47 查看最新用户分享 >>	300元/次 (最长10分钟)	立刻预约
	万伟琳 副主任医师 北京协和医院 儿科	万大夫您好。我儿子今... 最近通话：07-19 20:58 查看最新用户分享 >>	200元/次 (最长15分钟)	立刻预约



网络上有着大量患者（医生）对病症、对药品的咨询和评论



好大夫在线
so.haodf.com

搜索

小儿腹泻

搜索

综合

医院(696)

科室(894)

专家(1452)

知识库(185)

疾病(3)

咨询(6198)



好大夫在线
so.haodf.com

搜索

布拉氏酵母菌散

搜索

综合

医院(0)

科室(0)

专家(0)

知识库(0)

疾病(0)

咨询(1297)



好大夫在线
so.haodf.com

搜索

抑郁症

搜索

综合

医院(588)

科室(935)

专家(2612)

知识库(2022)

疾病(7)

咨询(94036)



好大夫在线
so.haodf.com

搜索

黛力新

搜索

综合

医院(0)

科室(0)

专家(0)

知识库(18)

疾病(0)

咨询(20057)



思享广告

IDEASHARE



网上患者对疾病的认知？

有哪些未被满足的需求？

患者在网上如何提及品牌及竞品？

网上患者的性别、年龄结构？

哪些医生在网上和患者互动？



什么是
疾病领域的
网络环境诊断

?

【 静默式数据调研 】

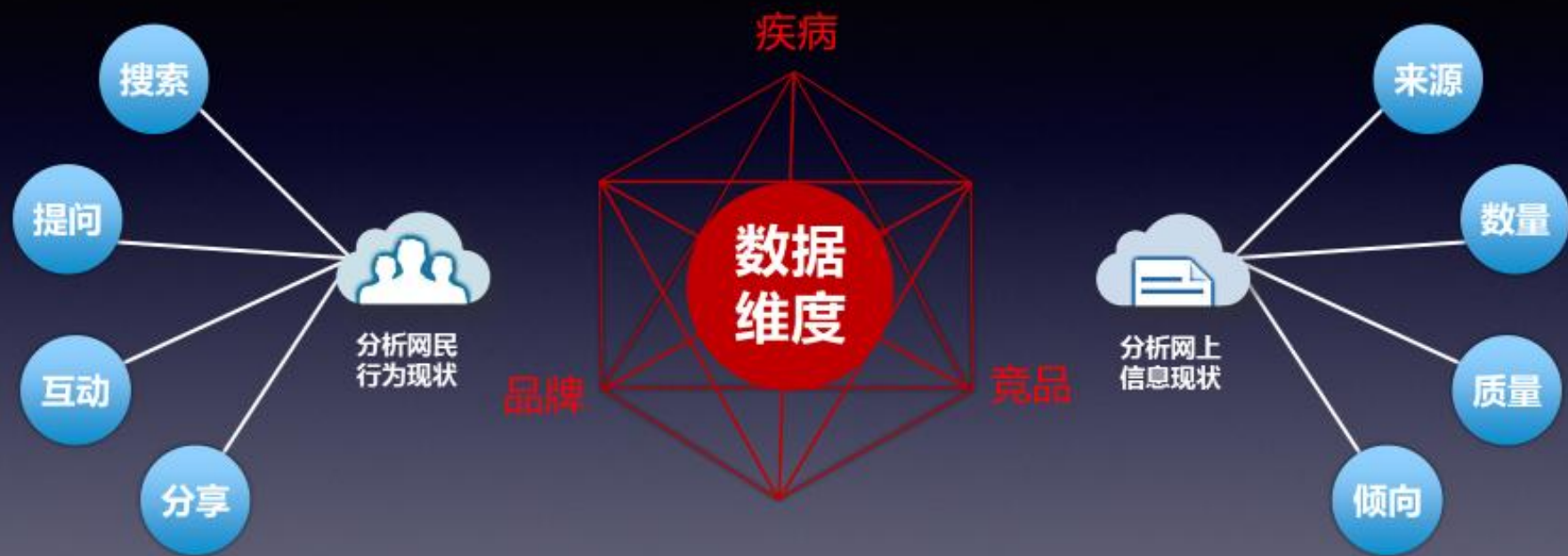
一种向营销决策提供支持为目标的

通过对疾病领域的专业理解

利用全网大数据抓取

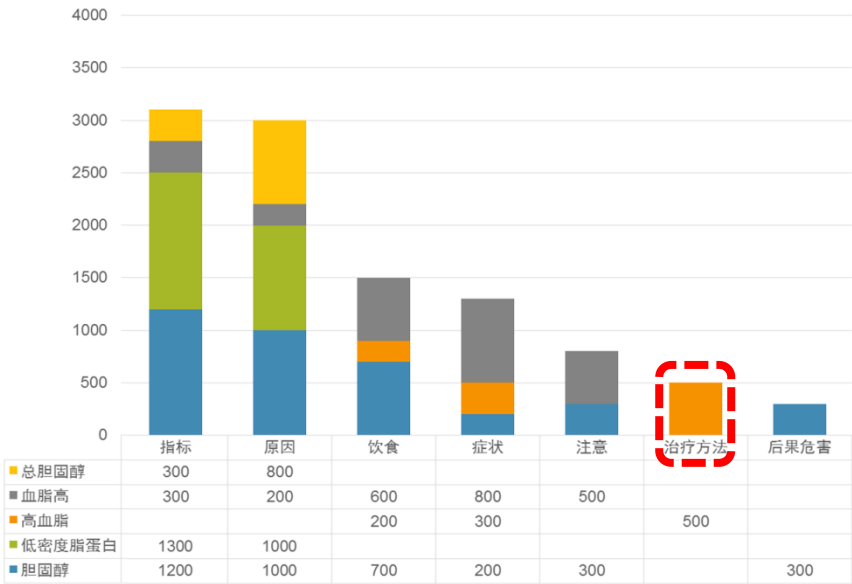
分析信息分布与网民行为现状

研究高效传播规律

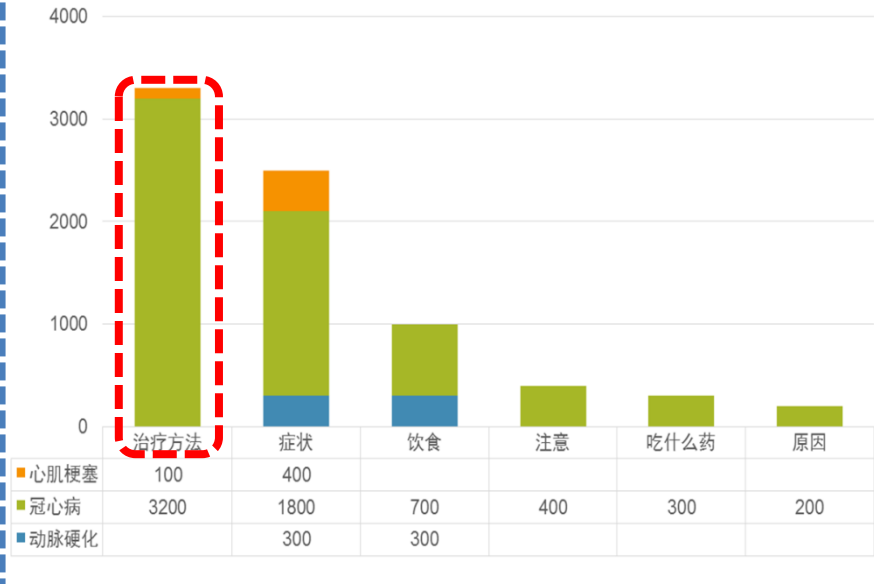


例：分析网民搜索行为→他们不认为高血脂是病

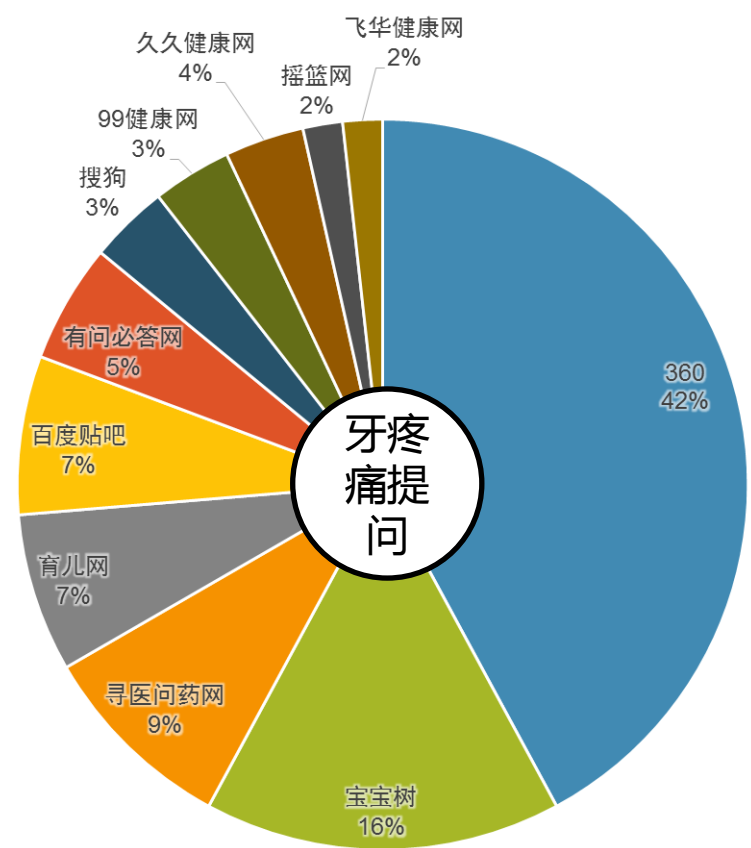
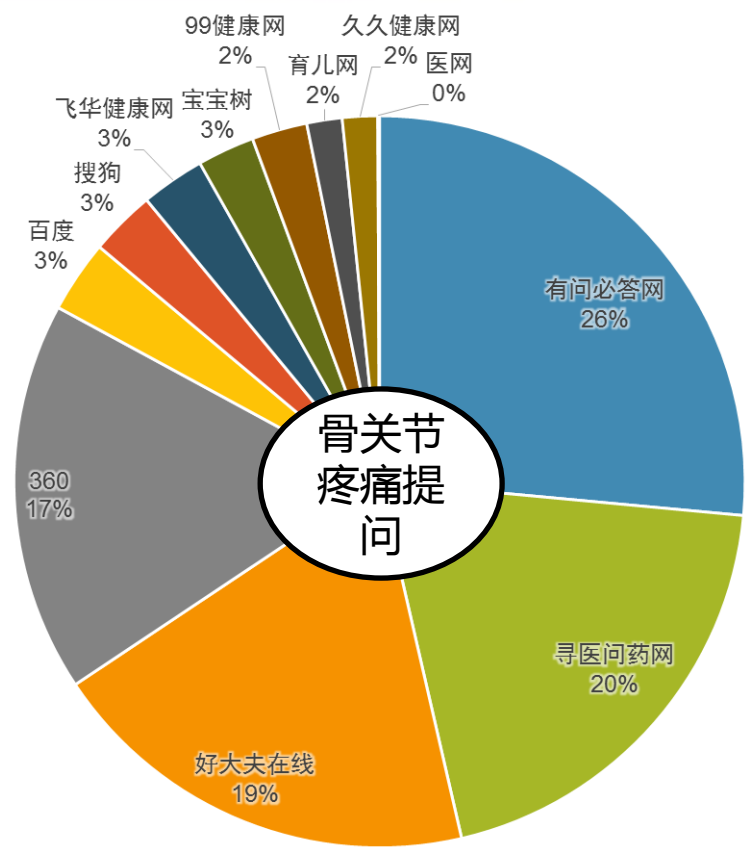
搜索高脂血症的网民不关心治疗



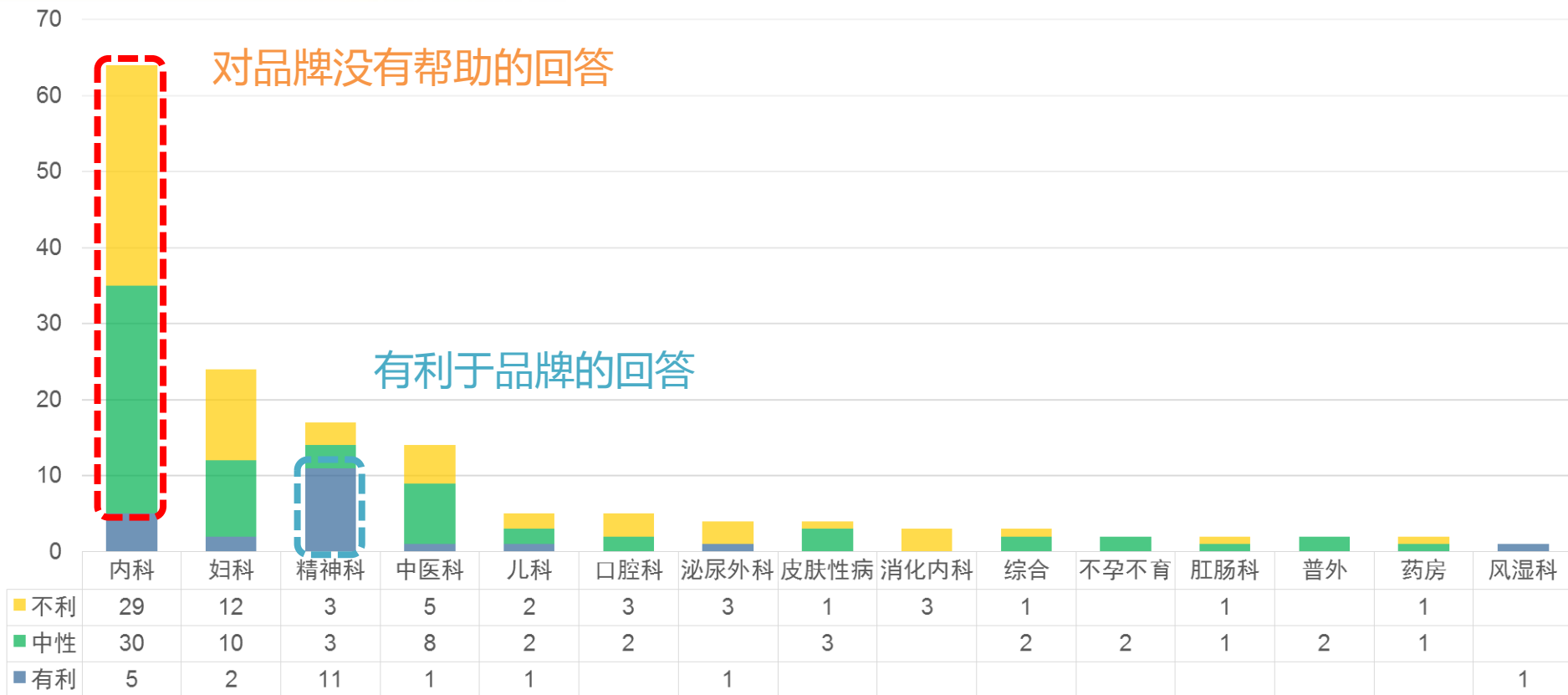
搜索冠心病的网民关心治疗



例：分析网民提问行为→牙疼不问医生



例：分析医患问答内容→服药依从性差的原因



例：分析微博真实转发→谁的品牌影响力高过学科主委

ID/昵称
1 1867006380 钉妹儿
2 1497308434 皮肤美容李远宏教授
3 3960969511 U-Derma优德医美
4 2557586352 皮科大夫朱学骏
5 1777588972 三石医生
6 1829381504 徐鸿宇
7 5152380491 洛洛洛洛洛熙
8 3990849133 用户psrpu87n7p
9 2623922575 刘晓雁医生
10 3983509611 莹莹11690

钉妹儿

知道这次肯定有人问卖家我就先说了，杜克色修+@纪阿卷儿 @Mandy艾比比 @uros_jam 我和我身边的人都买过，东西没差别，cellulose我的替代，但是TB有总代理的店，跟香港的价格差距不大，所以随便买啦~PS：刚刚写错药膏名称必须要改免得误导o rz

直接转发：52 评论：66 粉丝：61630

AA酱卿儿

碰到最多的问题，去痘印不是个急的来的事儿，红色痘印消炎药，肌肤自我修复，美白产品+防晒+抗氧化加速老旧黑痘印的修复，都是个长期坚持的事情。长痘时尽量不要想着美白，痘疤好了再说，一定要防晒，不管什么时候（不一定要涂防晒霜，可以带帽子墨镜打伞），易长痘肌肤防晒霜更建议物理防晒

直接转发：42 评论：46 粉丝：45328

钉妹儿

【痘印橡皮擦】Skincuticals phyto+ Cellulose AcroWhite Skin Lightening Serum：去痘印用什么？祛痘用什么？——这大概是我微博提问率最高的问题之一了。拜我常年痘肌所赐，祛痘我不太。文字版>> <http://t.cn/RPwNa6b>（新浪微博）>> <http://t.cn/DOXAa1c>

直接转发：230 评论：228 粉丝：61630

猫柒猫柒

#美白祛痘印# 原则来说，红色痘印注意消炎，医院的伏他西酸之类药膏，含烟酰胺成分护肤品比如Olay小白瓶小绿瓶NIA24都是烟酰胺大户。黑褐色痘印上美白，维C熊果苷曲酸传明酸羟酸对苯二酚等等找到你皮肤喜欢的成分。然后白天积极防晒，多运动促进新陈代谢，低GI抗炎饮食。痘印自然而然就会好起来

直接转发：120 评论：131 粉丝：68170

洛洛洛洛洛熙

我查了一下，夫西地酸

直接转发：18 评论：14 粉丝：10822

钉妹儿

不是说平价美白精华就不好用，只是在针对痘印这点上确实没有让我惊艳的存在，是个长痘的都恨不得痘印明天不见，淡化也是越快越好，平价美白精华就是效果慢一些（当然也有人用了好很快，基因+年轻嫉妒不来），想快点就买更有针对性的或者去医美。反正你不管最终也是能自己淡化掉的，别追求

直接转发：72 评论：85 粉丝：61630

普通	665 (99%)
VIP	4 (1%)

转发层级	
1	230 (34%)
2	319 (48%)
3	97 (15%)
4	17 (3%)
5	4 (1%)
>=6	1 (0%)

性别比例	
男	60 (9%)
女	509 (91%)
未知	0 (0%)

省份比例	



二、大数据下的精准传播

互联网（双向传播）下精准传播



通过记录、分析消费者的属性数据、行为数据、关系数据，我们不仅知道消费者的属性，更能了解消费者的行为、状态。

网络视频程序化投放

网易 数码

网易首页 > 数码频道 > 电脑首页 > 经验技巧 > 正文

程序化广告怎能变得如此智能？



199IT
数据驱动未来

中文互联网数据资讯中心

用数据解读TMT行业

首页

大数据导航

移动 ▾

电商 ▾

社交 ▾

eMarketer：广告主继续快速采用程序化广告投放

Posted on 2013年12月2日 by Tracy in 199IT推荐文章, 技术营销, |

网络营销

艾瑞网
a.iresearch.cn

首页 > 网络营销 > 正文

大数据

Big Data

未来跨屏程序化购买关键词：技术+数据

来源：艾瑞网 作者： 2015-1-12 16:15:23 行业：网络营销

RTBChina

最新消息：“Stop Buying Fake Traffic!”

你的位置：RTBChina > 专业知识 > 程序化营销时代的“大创意”

程序化营销时代的“大创意”

网易 数码

网易首页 > 数码频道 > 电脑首页 > 经验技巧 > 正文

广告投放习惯正在变革 程序化购买未来会是下一个“100亿”吗？

2015-02-13 10:27:00 来源：驱动中国网(北京)



首页

专栏

资讯

报告

数据

研究

专题

行业库

互联网

行业

移动互联网

互联网

电子商务

网络营销

网络游戏



艾瑞网

column.iresearch.cn

首页 > 专栏 > 薛永康的专栏 > 正文

各营销新主流：程序化广告投放



思享广告

IDEASHARE

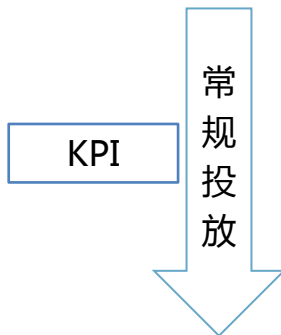
A photograph of a woman and a young girl in a grocery store's produce section. The woman, with long brown hair and wearing a pink shirt, is smiling and holding a red apple. The girl, with long dark hair and wearing a yellow shirt, is also smiling and looking at the apples. They are standing in front of large bins filled with red and yellow apples. The background is slightly blurred, showing other produce like green leafy vegetables.

100毫秒完成挑选并反馈



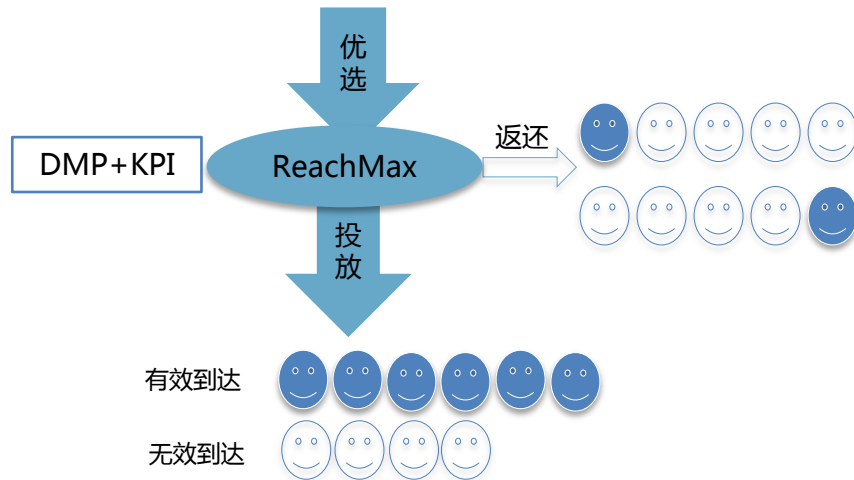
完成媒介目标前提下的精准

购买资源 



有效到达 
无效到达 

购买资源 + 推送量 



优选投放一定以完成购买资源的曝光量为前提！



从模糊定义到精确掌握



女性

384,491,738



女性，25-39

196,354,213

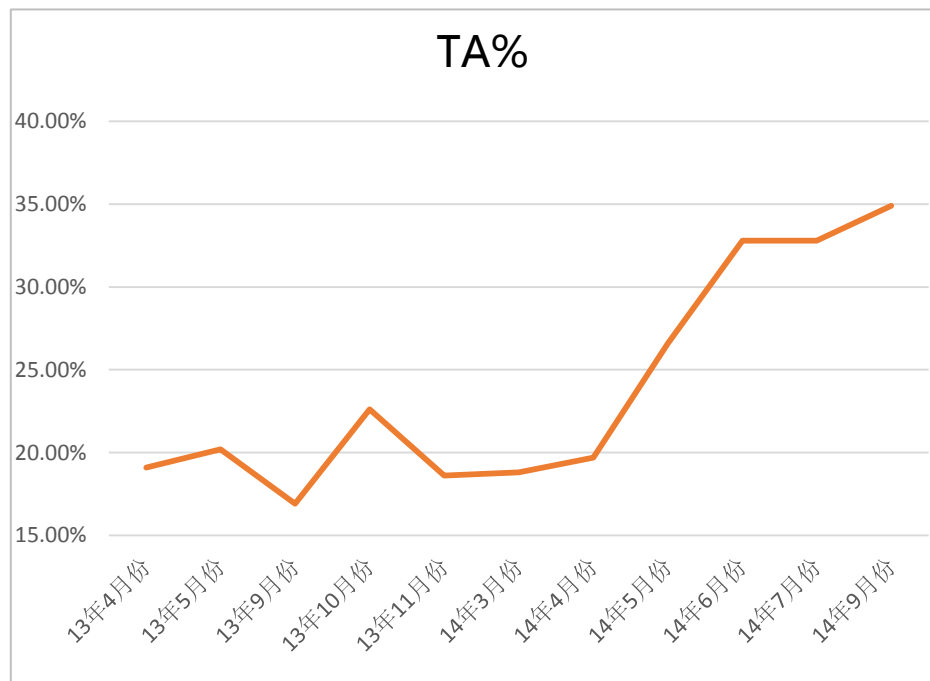
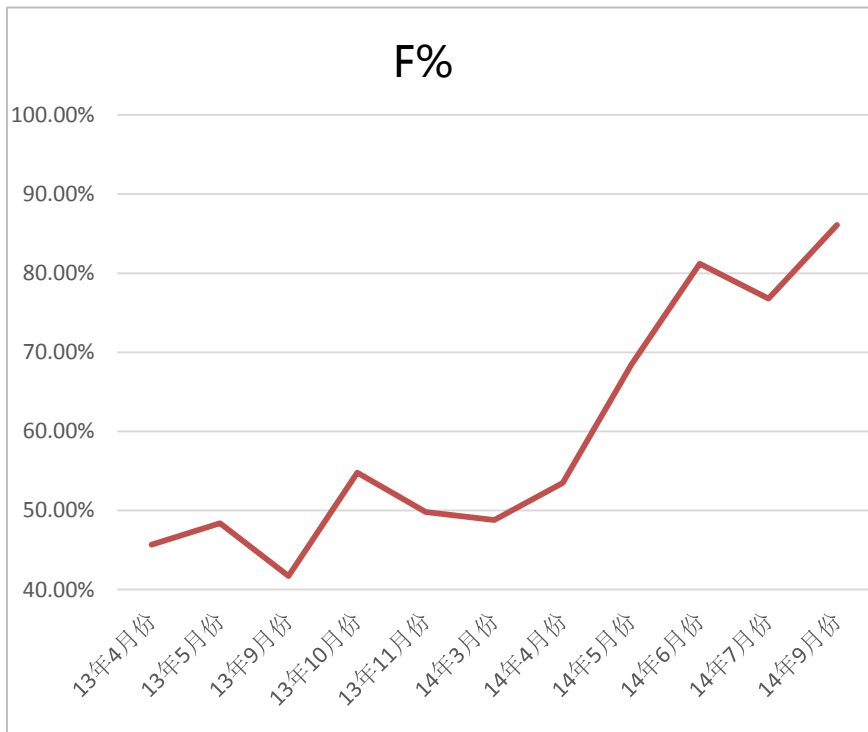


“妈妈”

24,561,266



只有知道，才能选择

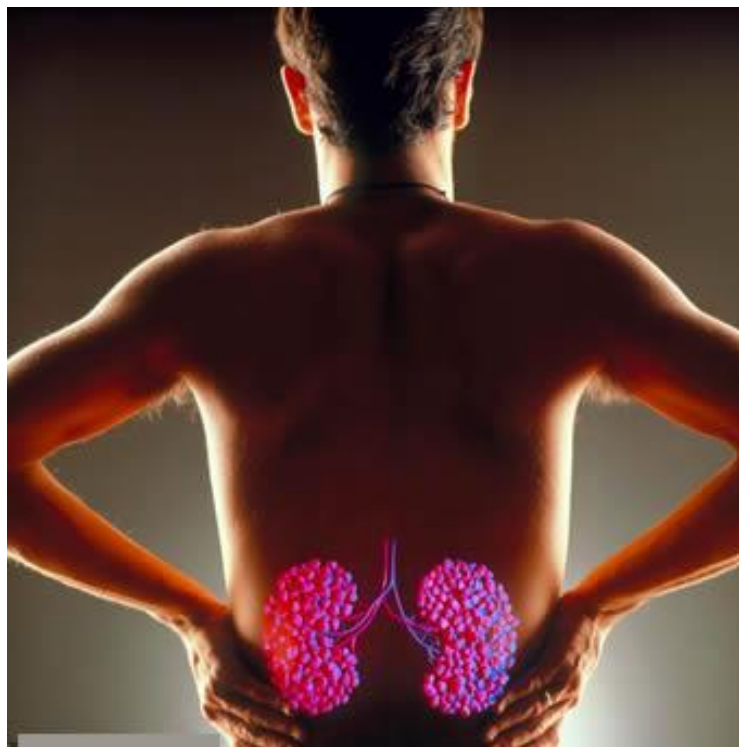
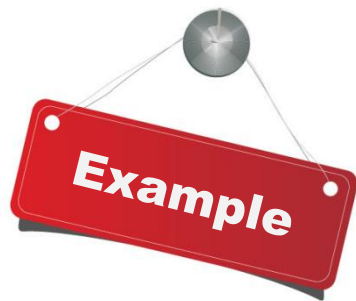


← F%

↑ F25-39%



利用大数据在目标人群中树立品牌知名度

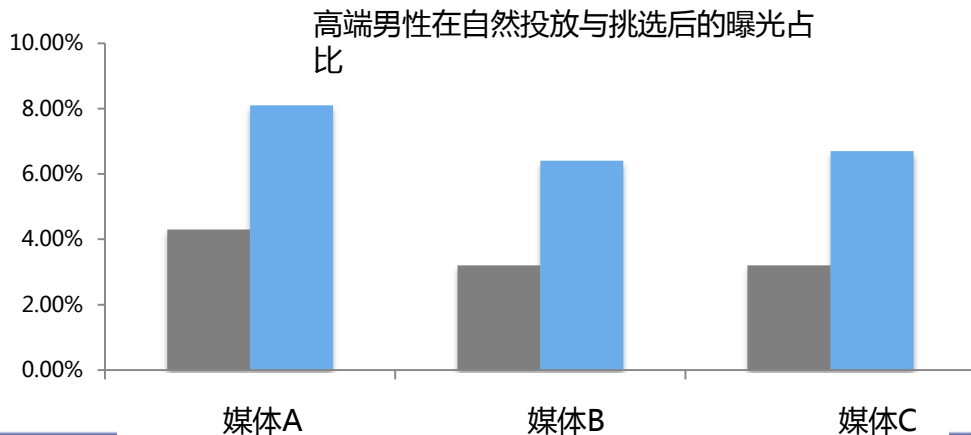


某补肾类产品

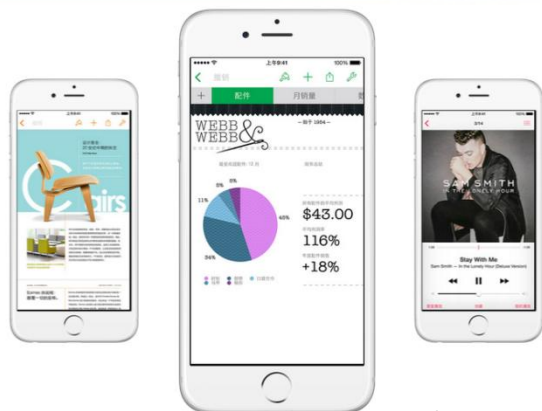
针对高端男性投放

通过用户行为定义高端男性：

一个月内上过三次汽车网站、财经网站、摄影论坛、高尔夫网站、红酒网站、门户网站军事频道、体育频道、财经频道等



基于用户使用的场景移动端能贡献更多数据



分享

言论

搜索

运动

兴趣

沟通

位置

健康

VS.



浏览

购买

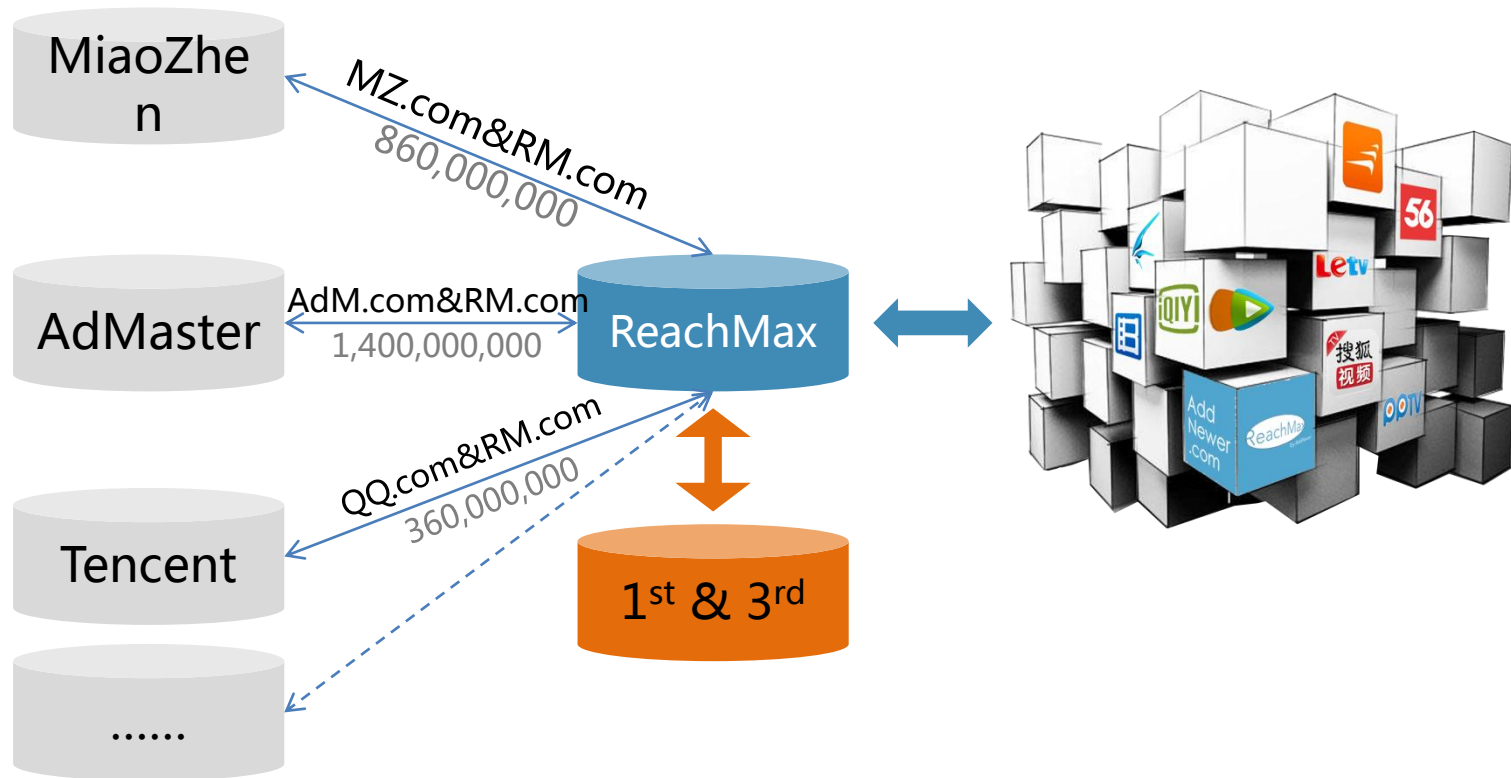
爱好



思享广告

IDEASHARE

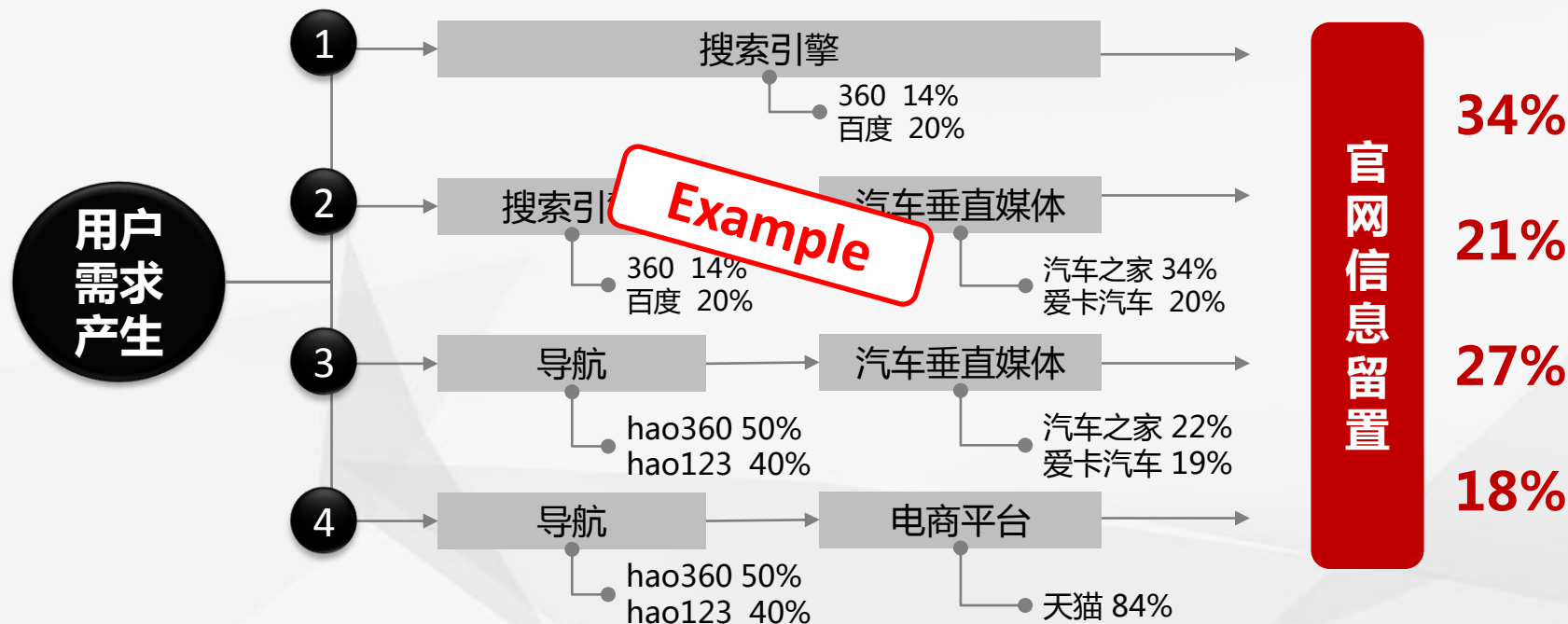
让更多的数据为我所用



用户路径 探知模型

超过30%的用户通过搜索引擎直接在**官网留置销售线索；
导航作为一级入口贡献了将近50%的流量

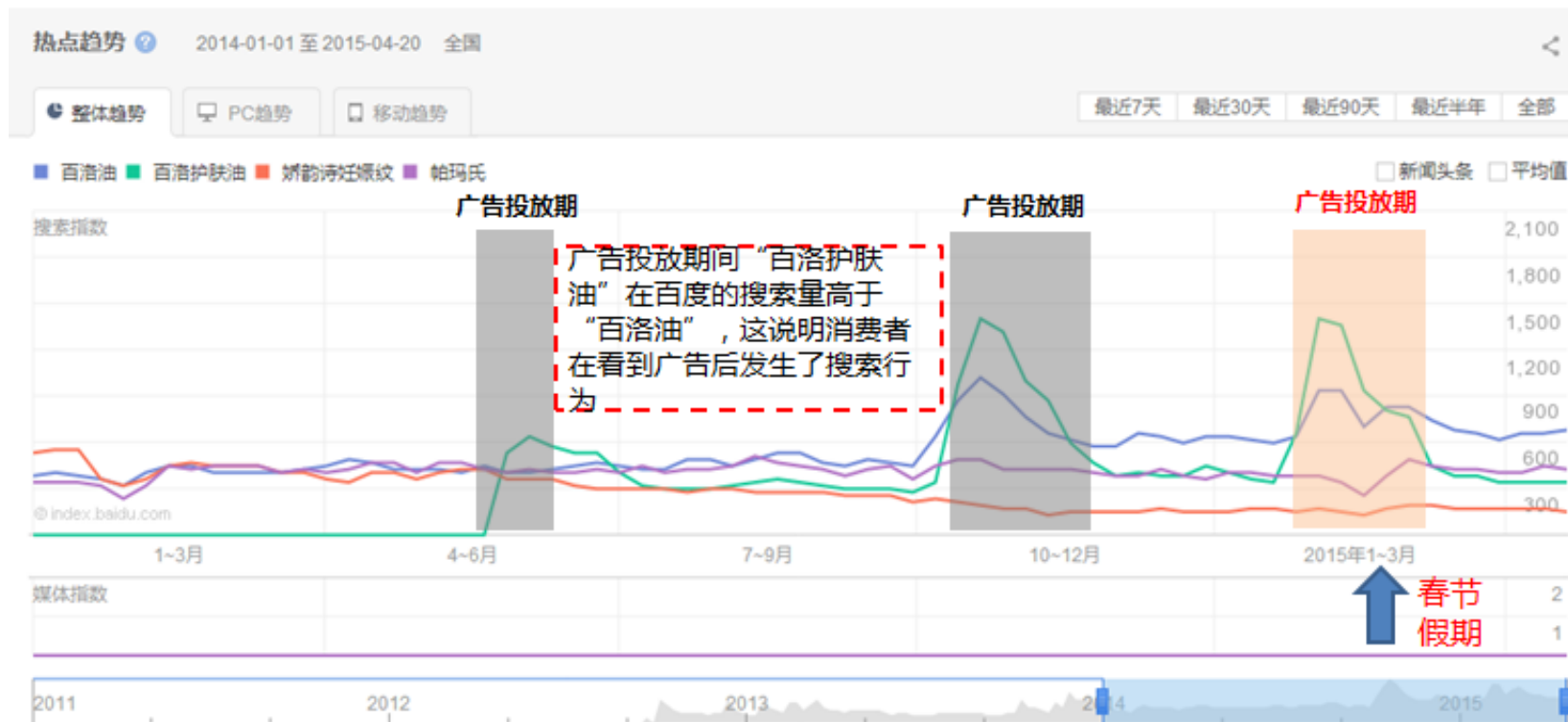
以用户车险需求为例





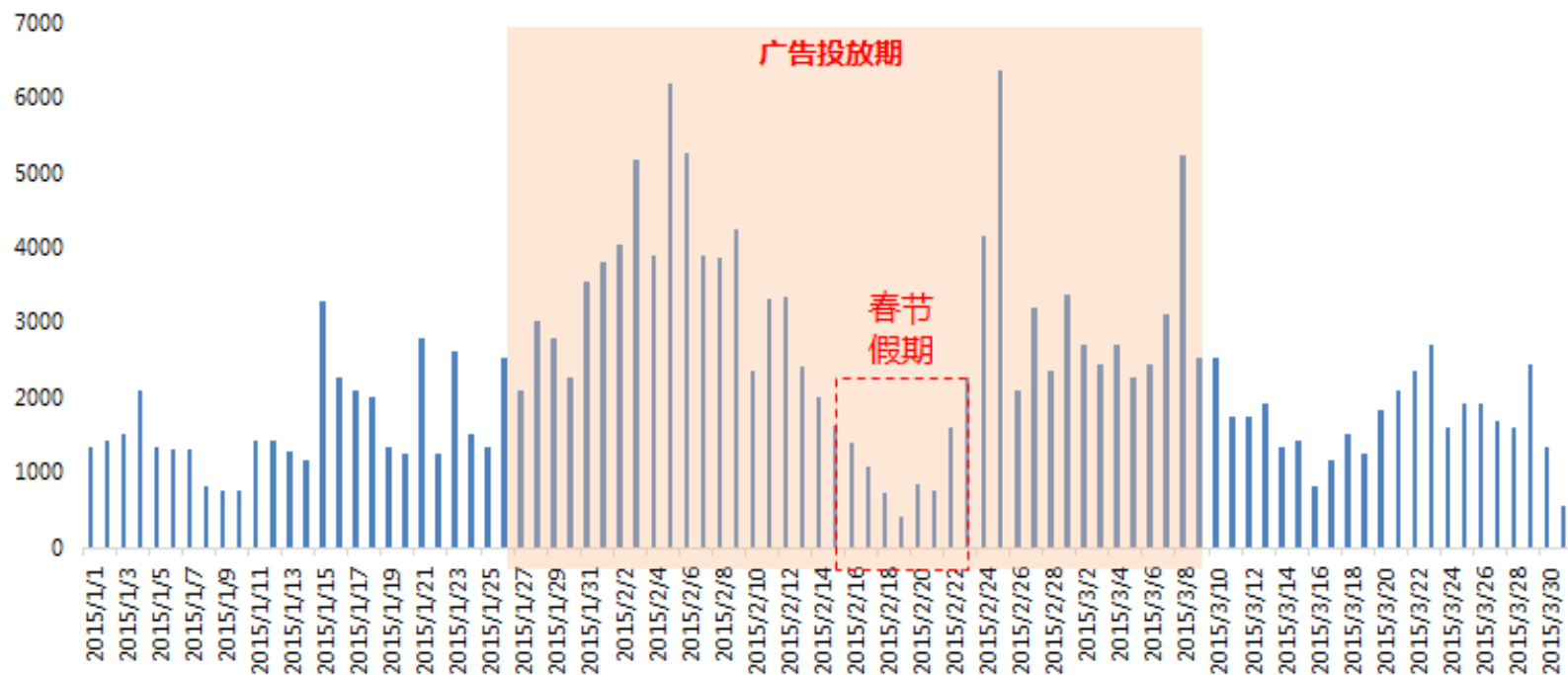
三、大数据下的营销优化评估

百度指数：及时反映消费者需求倾向性变化



电商司南：通过电商销售数据及时反映网民的购买倾向变化

百洛油屈臣氏落地页销售情况



药品电子监管码数据

20位电子监管码数据解读



8

代表药品

100021

代表企业信息、药品名称、规格、剂型、批准文号

015709021

监管码序列号

7447

加密码

通过扫描药品电子监管码，可以获得以下信息：

■ 企业信息

- 生产企业
- 经销商
- 终端

■ 药品信息

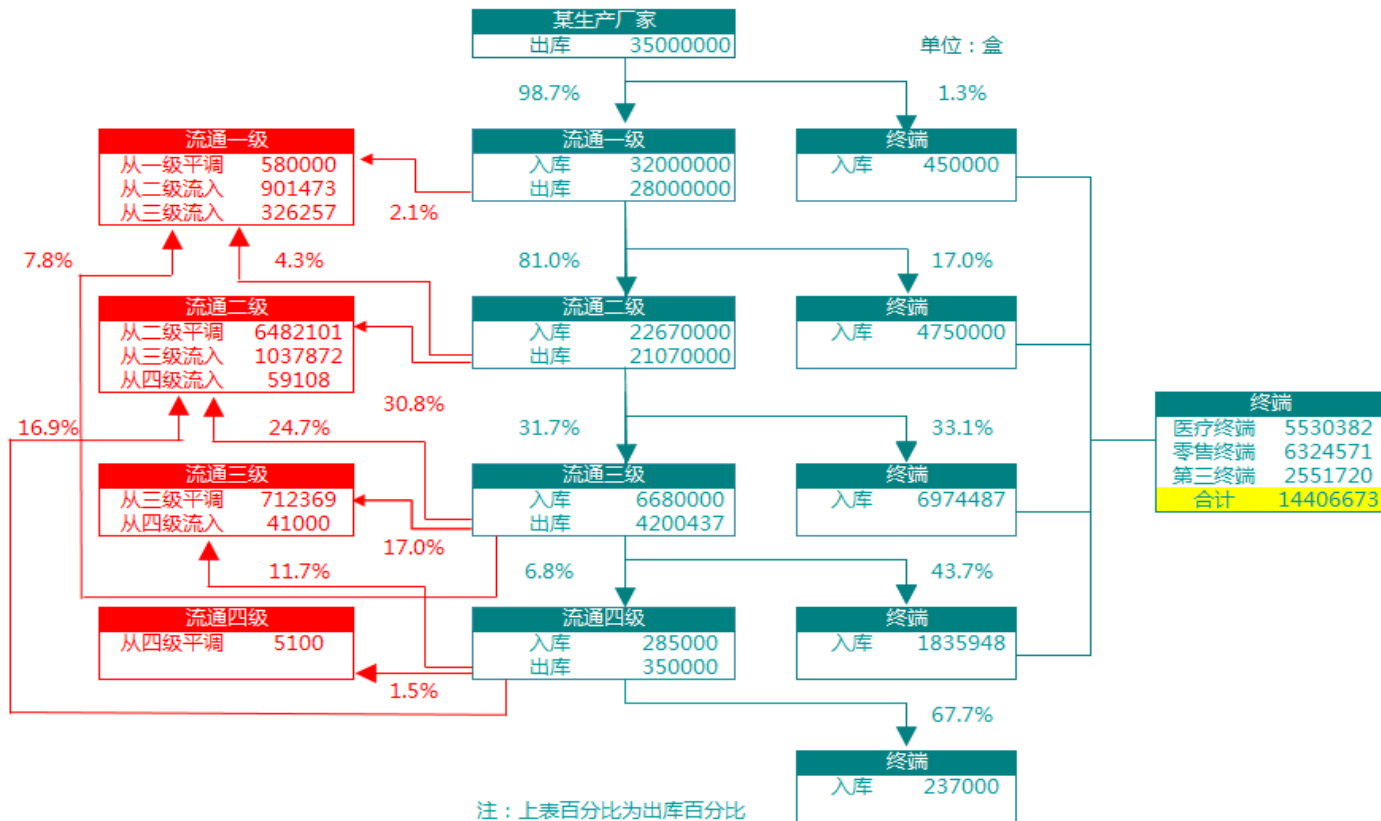
- 药品名称
- 规格
- 剂型
- 生产批号

■ 扫码附加信息

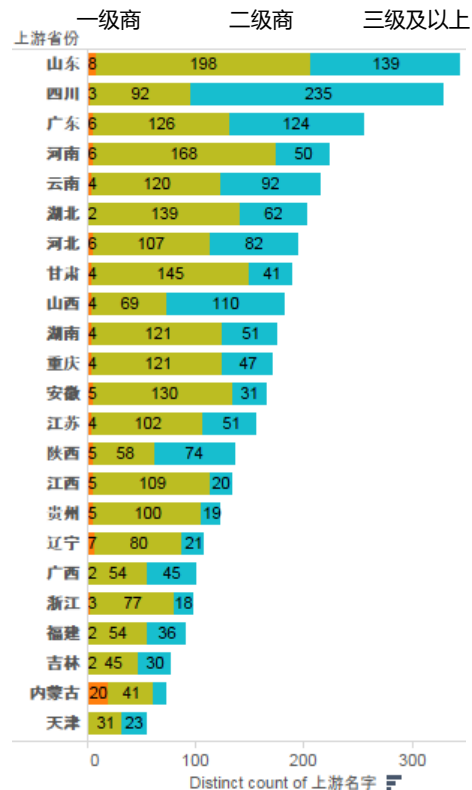
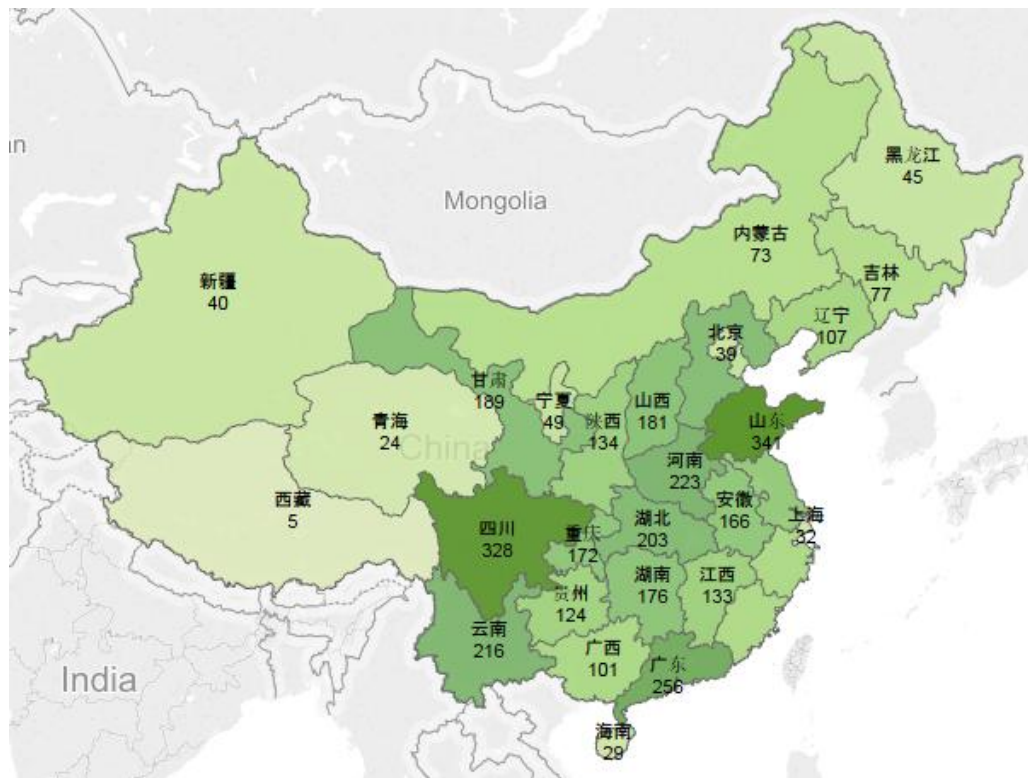
- 地理位置
- 扫码时间



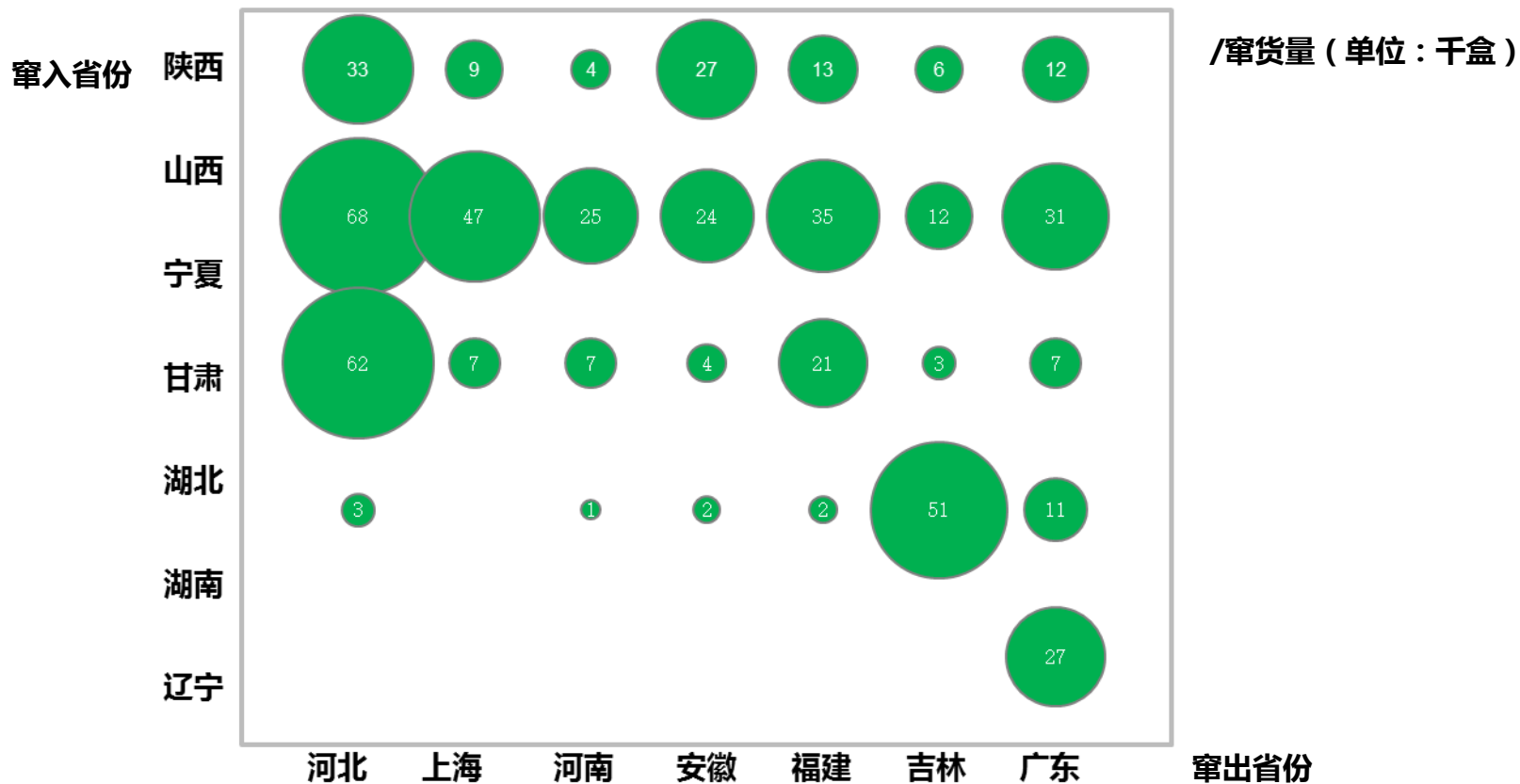
各级销售网络分销情况



商业渠道分布

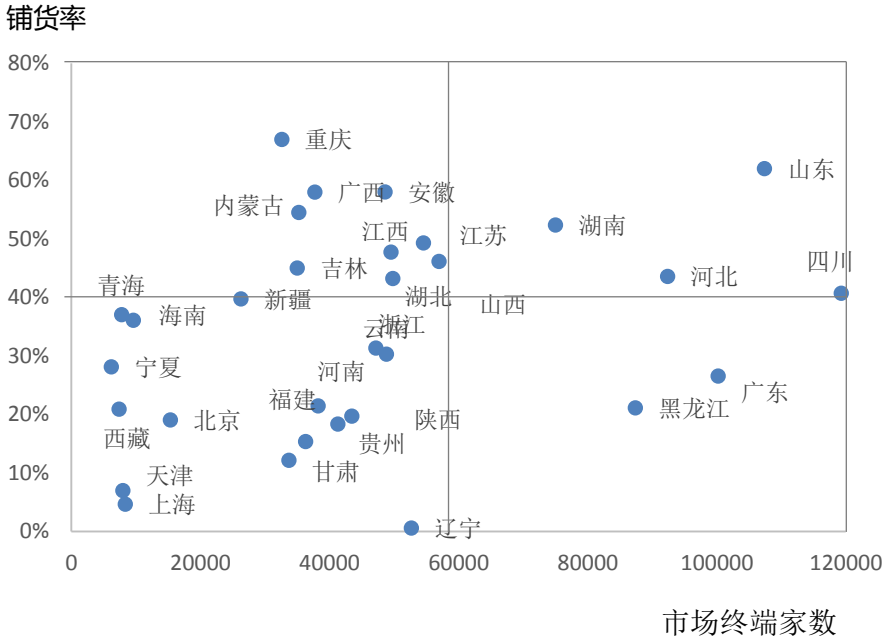
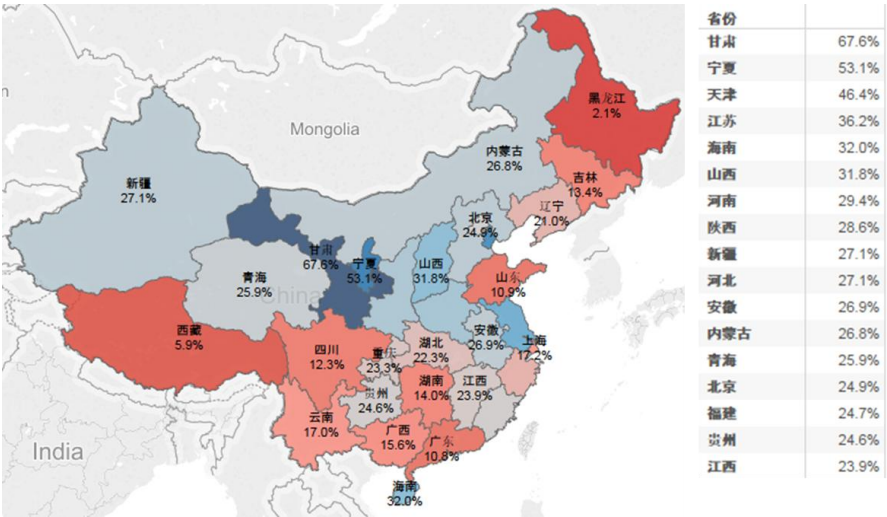


窜出窜入省份统计分析



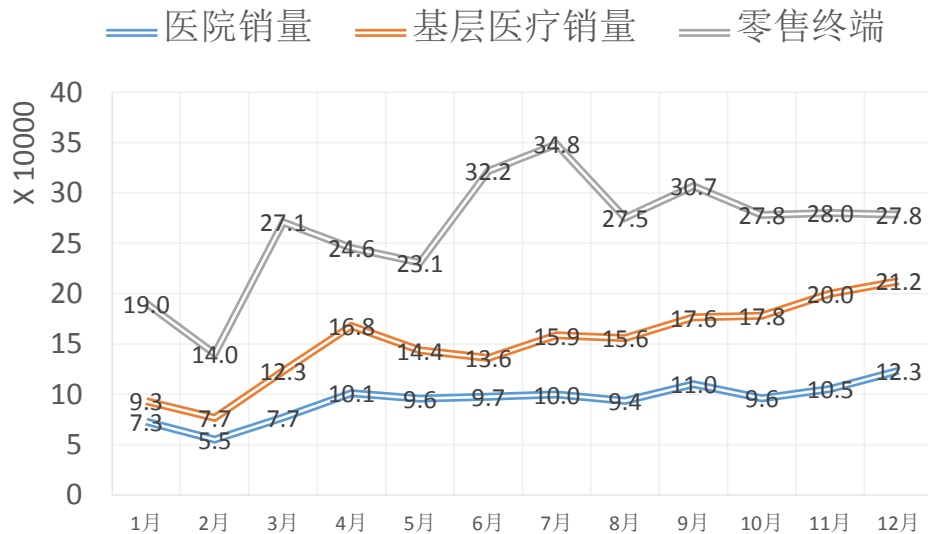
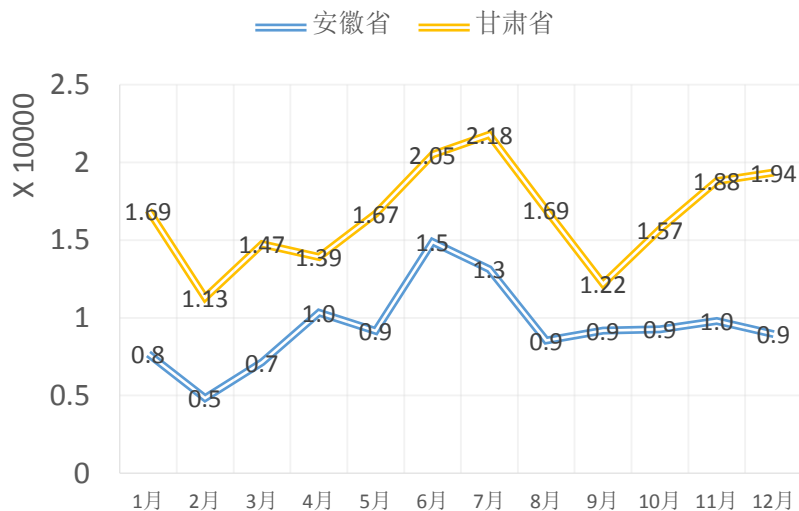
产品铺货率

从区域、终端类型（医院、第三终端、零售）等维度看产品铺货率



终端购进量变化

从区域、终端类型（医院、第三终端、零售）等维度看终端购进量各月变化状况



终端市场分布

分省看各城市市场状况

甘肃各城市	终端量	终端纯销量（盒）
陇南市	141,736	85,210
定西市	105,757	63,446
庆阳市	76,000	45,594
武威市	71,770	43,057
兰州市	64,537	38,717
平凉市	59,765	35,855
天水市	53,419	32,047
酒泉市	51,826	31,092
临夏回族自治州	47,149	28,286
白银市	41,803	25,079
张掖市	34,904	20,940
嘉峪关市	16,850	10,109
金昌市	15,026	9,014
甘南藏族自治州	8,538	5,122

分城市看各县级样板市场

县级样板	终端量	终端纯销量（盒）
武都区	32370	19830
成县	27565	16768
宕昌县	18690	11369
徽县	16973	10325
礼县	16771	10202
康县	11397	6933
文县	7683	4674
西和县	5623	3420
两当县	2778	1690

再细看每个县各类型样板终端

终端名	终端类型	终端纯销量（盒）
陇南市武都区第一人民医院	医疗终端	2640
陇南市武都第一人民医院	医疗终端	800
武都区中医院	医疗终端	560
武都中医院	医疗终端	260

终端名	终端类型	终端纯销量（盒）
蒲池卫生院	第三终端	845
鱼龙卫生院	第三终端	790
安化镇中心卫生院	第三终端	660
武都区马街卫生院	第三终端	560
五库卫生院	第三终端	559
马街卫生院马街	第三终端	550
陇南市武都区两水镇卫生院	第三终端	540
武都区三仓卫生院	第三终端	510
玉皇卫生院	第三终端	480
桔柑乡卫生院	第三终端	460

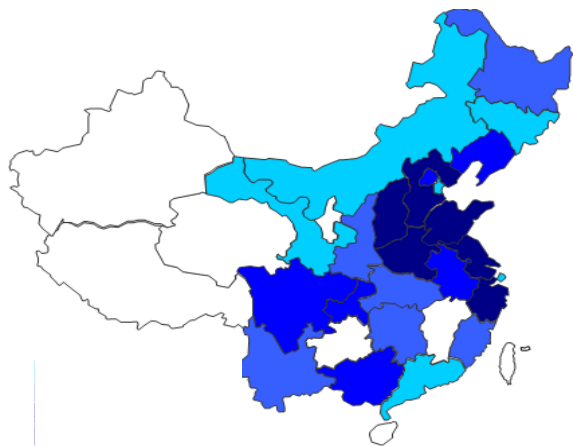
终端名	终端类型	终端纯销量（盒）
武都济民平价医药超市	零售终端	670
武都东方医药超市	零售终端	599
陇南秦龙医药有限责任公司秦龙药店	零售终端	393
武都御春堂医药超市	零售终端	338
陇南大众医药超市	零售终端	290
武都康众医药超市	零售终端	240
武都诚信大药房	零售终端	219
陇南御春堂大药房有限责任公司	零售终端	186
武都志康医药超市	零售终端	185
武都春天医药超市	零售终端	180



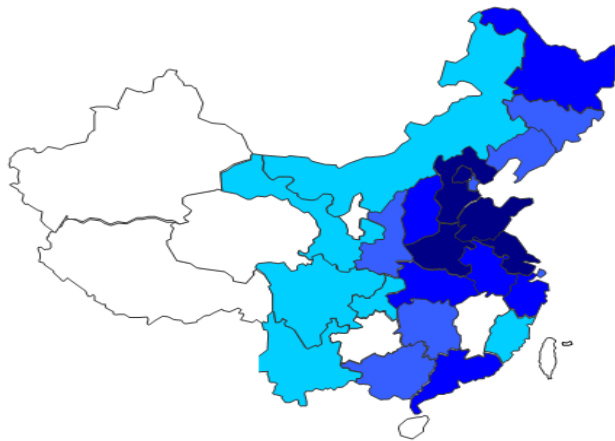
营销效果跟踪评估——广告投放效果

通过对比区域的广告影响力以及区域的销售增长率，评估广告对区域的销售拉动作用。

分地域广告曝光量



分地域销量增长率



终端联盟：终端扫码，APP支付



药店、诊所及卫生室负责人



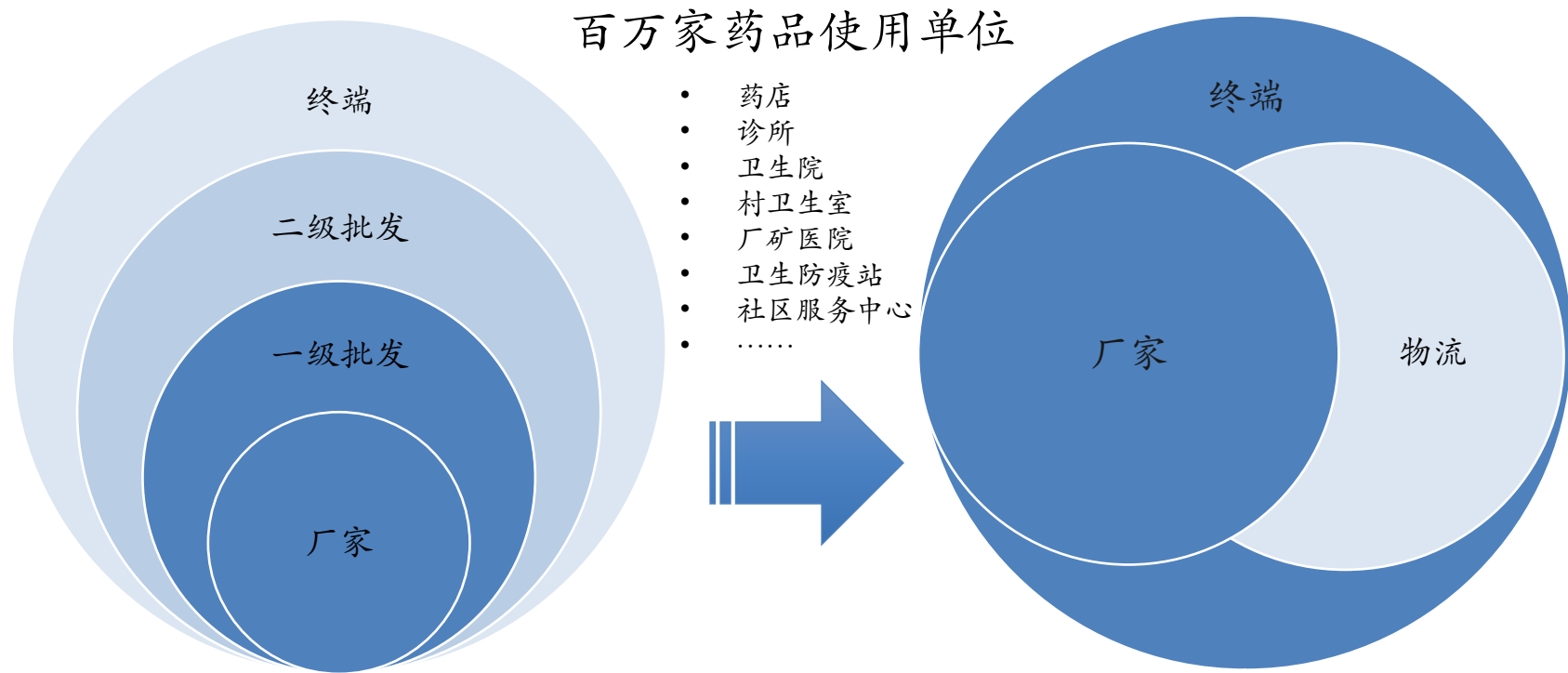
中国药品电子监管码



48小时内获取促销返利



促使厂家营销资源有效下移至终端



终端积极性提升、扫码次数不断增加

某产品扫码状况

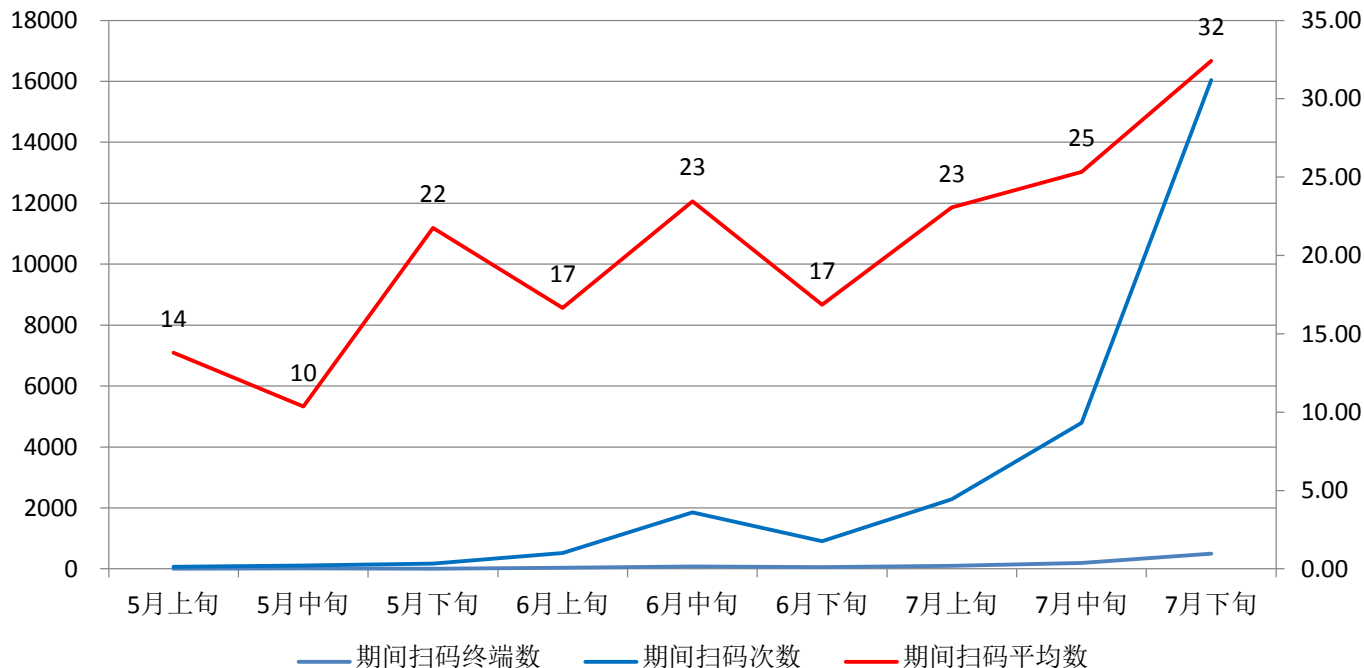
时间段	扫码金额	扫码次数
5月上旬	14.00	14
5月中旬	28.00	28
5月下旬	15.00	15
6月上旬	23.00	23
6月中旬	132.00	132
6月下旬	100.00	100
7月上旬	147.00	147
7月中旬	389.00	389
7月下旬	1360.00	1360

某产品扫码状况

时间段	扫码金额	扫码次数
5月上旬	10.00	10
5月中旬	21.00	21
5月下旬	21.00	21
6月上旬	72.00	72
6月中旬	122.00	122
6月下旬	88.00	88
7月上旬	90.00	90
7月中旬	167.00	167
7月下旬	925.00	925



扫码终端数和扫码次数均不断增长 说明终端促销已经明显拉动终端销量



备注：

- 1、期间：
每10天的时间段
- 2、期间扫码终端数：
某时间段内，实际扫码的终端数。它不一定等于拓展的终端数。
- 3、期间扫码次数：
在某时间段内所有实际扫码的终端的扫码次数之和。
- 4、期间扫码平均数：
 $\text{期间扫码次数} / \text{期间扫码终端数}$

时间段：2015年5月1日至2015年7月31日

数据来源：终端联盟



四、移动医疗 设备结合运用

挖掘移动医疗设备大数据背后的价值



血糖仪与糖尿病药



心电检测与相关药品



睡眠管理设备与相关药品

.....



医药（医疗）大数据的未来畅想

- 行业及大病种DMP
- 第三方及第一方DMP
- 码的打通与应用
- 患者个人多维度数据整合和连续监测
- 营销要素投入与产出的大数据监测与调整



谢 谢！

思享官方微博（新浪）：

思享广告 

李卫民微博（新浪）：李卫民医药广告人

李卫民邮箱：liweimin@ideashare.cn

