



Premios Aspid 2023

de Comunicación y Publicidad
Iberoamericana de Salud y Farmacia
XVIII Edición



BRIEFING PREMIOS META AL MEJOR DESEMPEÑO

Puntos clave para evaluar en el premio especial META al desempeño de campaña integral

- Nombre del medicamento
- Sustancia activa
- Clase terapéutica
- Fracción
- Competencia directa

Nombre e indicación terapéutica:
Describir en una línea para qué
funciona el medicamento.



1. Problema / oportunidad

Exponer la oportunidad o problemática técnica, mercadológica o científica que el medicamento o servicio debía superar o qué nueva oportunidad debía aprovechar con la campaña integral, incluyendo un breve racional con datos reales de fuentes confiables en la industria farmacéutica. Hay que integrar la indicación terapéutica y su relación con su categoría o competencia.

2. Metas de la campaña integral

Exponer los objetivos que perseguía la campaña integral acordados entre cliente-agencia. Los objetivos de negocio/estratégicos deberán ser medibles e indicar una fuente confiable de información (por ejemplo: IMS, INTE, AUDITH PHARMA, ATV, NOBLOCH, estudios cuantitativos, estadísticas o métricas web, estudios cualitativos).

- a) Objetivos de negocio/estratégicos.
- b) Objetivos de comunicación.

3. Grupo(s) objetivo de la campaña integral

Hacer una breve descripción del grupo objetivo en Doctores y/o Pacientes. Mencionar a los grupos que se les emitió el mensaje (médicos, enfermeras, asesores, farmacéuticos, mayoristas, etc.).

Especificar si hubo alguna segmentación por especialidad médica, pacientes o punto de venta farmacéutico.

Especificar si hubo una necesidad/motivación clave que capitalizó la idea de la campaña integral (por ejemplo: comportamiento, creencias y/o sentimientos).