

# RALENTIR LA DECROISSANCE D'UN PRODUIT MATURE (TRAITEMENT DE L'ASTHME) DANS UN MARCHE TRES CONCURRENTIEL

## CONTEXTE

Dans un marché très concurrentiel mais en décroissance, la spécialité X (sur le marché depuis 1992) connaît une décroissance en volume qui s'accroît au fil des années  
→ L'objectif de la communication omnicanale est de ralentir la tendance de décroissance du produit



Mise en place d'un mix multicanal pour stabiliser la décroissance du produit

## CIBLE SÉLECTIONNÉE

Mix évolutif (sur 3 ans) incluant plusieurs cibles :



8 540 PdS ciblés dont : 7 679 MG / 713 PN / 148 ALL et PED



Critère de sélection : Appétence et interactivité au mix multicanal



Optimisation continue du ciblage : Exclusion des PdS non interactifs et inclusion de nouveaux PdS à partir de la base de données SSP

# RALENTIR LA DECROISSANCE D'UN PRODUIT MATURE (TRAITEMENT DE L'ASTHME) DANS UN MARCHÉ TRÈS CONCURRENTIEL

## PLAN OMNISCANAL

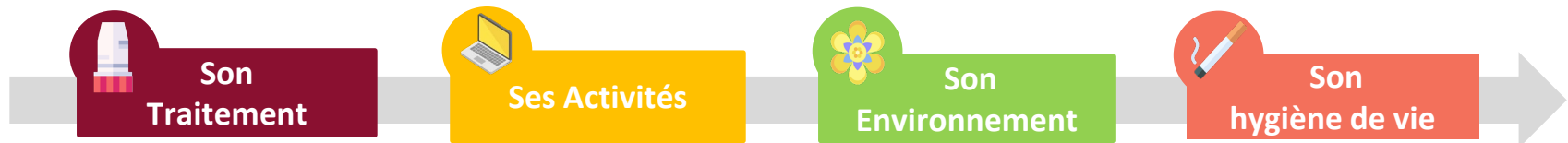
Mise en place d'une communication mixte (Emailing + Mailing) à travers 2 fils rouges

→ 2 fils rouges qui permettent d'aborder des thèmes « best-seller » autour du produit et de la pathologie :

- 2021 – 2022 : 4 cycles construits autour de 4 types d'asthme permettant de positionner Pulmicort dans des profils patients précis de son indication



- 2023 – 2024 : 4 cycles autour de l'accompagnement du patient asthmatique dans son quotidien



→ Une **communication mixte** avec le développement de contenus **promotionnels** développés par SSP, accompagnés de supports « **environnement** », pour les valoriser dans un plan omniscanal complet



# RALENTIR LA DECROISSANCE D'UN PRODUIT MATURE (TRAITEMENT DE L'ASTHME) DANS UN MARCHÉ TRÈS CONCURRENTIEL

## IMPACT DU MIX



Excellents résultats opérationnels : 79 % des PdS ont été interactifs et en moyenne 17 fois en 3 ans



Ralentissement de la décroissance : Décroissance en PdM stabilisée et un CA additionnel généré de 2,3 m€

### Résultats opérationnels

8 540  
PdS ciblés

152  
opérations  
réalisées

6 759  
PdS  
interactifs

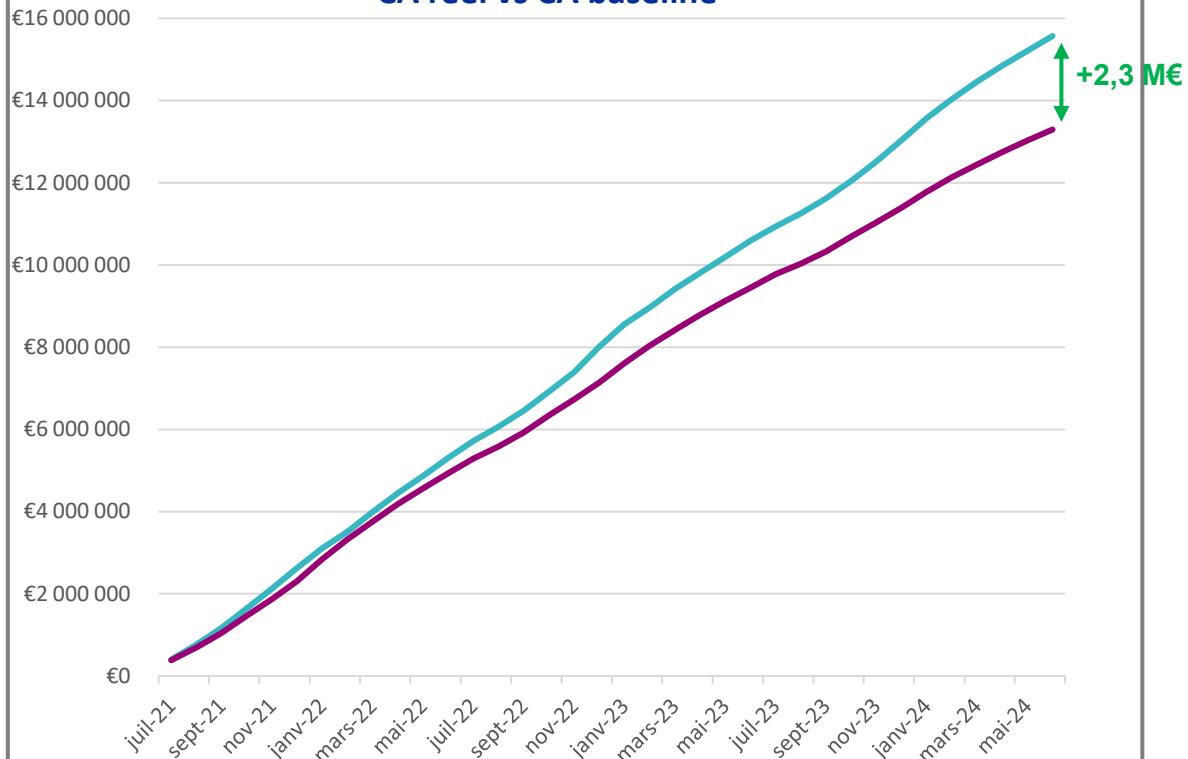
79 %  
de couverture

113 064  
interactions  
générées

16,7  
de fréquence

### Delta CA avec et sans promotion omnicanale

#### CA réel vs CA baseline





# Second Stage Pharma

4 rue Saint Augustin – 75002 PARIS

## Merci de votre attention !

