

1

O NOVO CONCEITO DE TABLET E O MERCADO

Após o início com foco no consumidor pessoa física, os tablets passaram a ter um foco no mercado B2B. Em apenas dois anos de existência, desse novo conceito, diversas empresas de vários segmentos já implementaram tablets. Na indústria farmacêutica esse número cresce todos os dias.

+30*

Dos maiores laboratórios farmacêuticos do país estão utilizando tablets em sua força de venda.

HTML5 ≠ PDF

A tecnologia HTML5 permite a exibição do conteúdo de forma dinâmica e interativa.

Marketing 1 to 1

Com o conceito CLM, é possível implementar uma estratégia de segmentação levando em consideração ordem, a grade e a tática promocional.

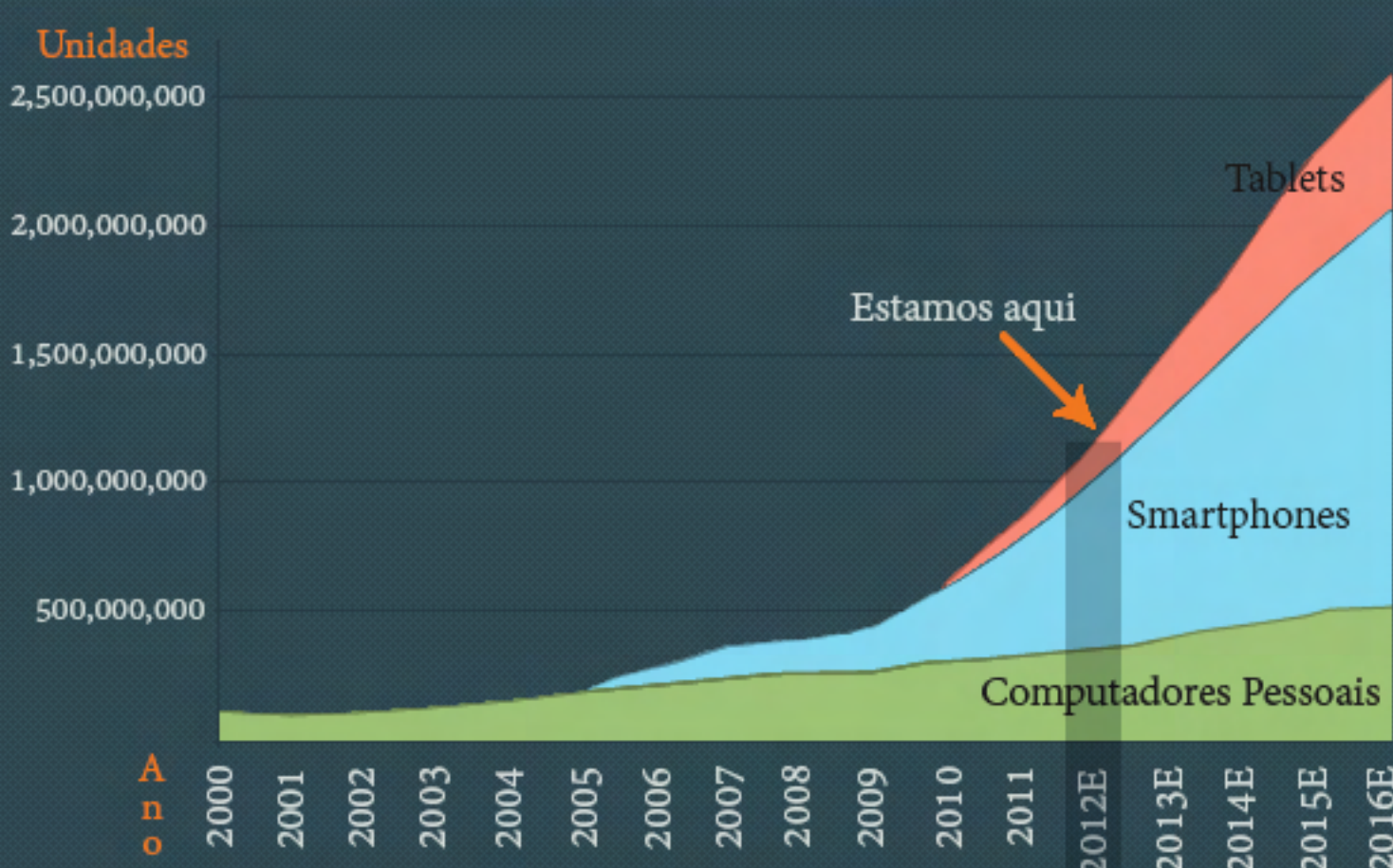
2

REVOLUÇÃO MOBILE

A tecnologia mobile apresentou ao mercado avanços tecnológicos significativos (aumento da área de cobertura e maior segurança no tráfego de dados). Começando a conquistar a atenção das empresas.

(* Levando em consideração o ranking dos maiores laboratórios por faturamento do IMS Health)

Evolução dos dispositivos



Fonte: Gartner, IDC, Strategy Analytics, BI Intelligence estimates

3

RELACIONAMENTO

Busca de novas formas de se relacionar com o cliente e promover uma experiência única e inovadora. Aumentar o tempo de exposição da marca e o share of mind do produto.

4

SUSTENTABILIDADE

Preocupação com o meio ambiente e as alternativas que podem contribuir para salvar o planeta. Adoção de processos e sistemas que reduzam os impactos ambientais.

MÉDICOS GOSTAM DE TABLET**

Manhattan Research descobriu que os médicos eram 35% mais propensos a pedir amostras se o representante farmacêutico usa o tablet na promoção médica.



VOCÊ ESTÁ PREPARADO?

As plataformas abertas permitirão ações publicitárias mobile muito mais acessíveis e simples, além de customizadas para cada cliente.

(** Fonte: <http://www.mmm-online.com/ipads-sway-docs-but-study-shows-dm-still-rules/article/254783/>)

SALESfarma

SOFISTICADO É SER SIMPLES

O QUE É SALES FARMA?

Uma plataforma de gestão do relacionamento CRM totalmente focada nas particularidades da indústria farmacêutica, permitindo uma visão 360° dos clientes.

5

FUNCIONALIDADES

100% OFFLINE
INTEGRADO COM PROPAGANDA DIGITAL
GEOPOSICIONAMENTO
INTERFACE SIMPLES E INTUITIVA
DESIGN ÁGIL E MODERNO

6

7

POR QUE 100% OFFLINE?

Por questões de área de sombra na cobertura das operadoras, ser offline é essencial para o negócio. Dessa forma, o representante tem acesso a informação toda hora e de qualquer lugar.

PLATAFORMAS DISPONÍVEIS



CLOSED LOOP MARKETING

Pela integração com a propaganda digital, é possível desenvolver estratégias individualizadas por médico ou grupo promocional: Marketing 1 to 1.

8



INTELIGÊNCIA PRODUTIVIDADE E INOVAÇÃO

VISITA MÉDICA COM APENAS DOIS CLIQUES

É possível lançar uma visita dentro do sistema de forma rápida e simples. Ele foi desenvolvido de acordo com técnicas de usabilidade com foco no usuário.

9

Panorama Pré-Sales Farma

DIFÍCIL DE ACESSAR
FALTA DE ORGANIZAÇÃO
POUCA PRODUTIVIDADE



10

Panorama Pós-Sales Farma

SIMPLES E EFICIENTE
RÁPIDO E INTUITIVO
OTIMIZAÇÃO DAS VISITAS

