

42º Prêmio Lupa de Ouro 2018

REGULAMENTO

PERFORMANCE DE MARKETING – PRODUTOS NON-RETAIL

1. - ELEGIBILIDADE

Para participar dessa categoria, devem ser inscritas campanhas de Marketing e Promoção Multi-públicos (médicos, profissionais de saúde, pacientes, pagadores, entre outros) para produtos com vendas e distribuição predominantemente (>70%) através de canais institucionais (governo, hospitais, clínicas, PMBs, HMOs, empresas e similares, excluindo farmácias) que tenham sido implementadas e resultados medidos até junho de 2018.

2. - INSCRIÇÕES

- As inscrições para o Prêmio Lupa de Ouro começam no dia **23/05/2018** e terminam no dia **29/06/2018**.
- Neste período, todos os participantes deverão preencher a ficha de inscrição disponível no hot site do prêmio – www.lupadeouro.com.br - de acordo com as instruções contidas neste documento; Automaticamente será enviado um e-mail de confirmação com os dados da inscrição.

IMPORTANTE:

É necessário incluir na ficha de inscrição:

Apresentação da campanha (Power point) com no máximo 20 slides em um dos formatos (*.pdf, *.pps, *.ppsx, *.ppt, *.pptx).

Obs.: o 1º Slide deve ter um resumo da campanha de marketing.

Logo do Laboratório (em alta resolução; extensão jpg / png) tamanho máximo 2 MB.

OBSERVAÇÃO: Se houver problemas para enviar os arquivos, gentileza entrar em contato para (11) 3897-9779.

42º Prêmio Lupa de Ouro 2018

3. – PRÉ-SELEÇÃO DOS FINALISTAS

Para que esta categoria seja formada deverá haver no mínimo 5 produtos inscritos,

- Os produtos inscritos terão seu material (apresentação do projeto enviada no momento da inscrição) avaliado por Profissionais da indústria com ampla experiência nas áreas de Marketing, Inteligência de Mercado, Produtividade e Efetividade e Comercial em negócios Non-Retail, terão prioridade os participantes do conselho consultivo do Grupemef (**excluindo-se executivos pertencentes às empresas inscritas**).
- Estes produtos serão avaliados com base nos seguintes quesitos de avaliação:
Planejamento, execução e resultados.
- A apresentação a ser enviada poderá conter até no **máximo 20 slides** cobrindo os seguintes tópicos: **Planejamento, execução e resultados**. Pela especificidade destes mercados apresentamos abaixo uma sugestão de conteúdo para este material a ser enviado:
 - ✓ **Projetos para Profissionais de Saúde:** campanhas de marketing e promoção médica para os diversos tipos de profissionais de saúde ligados a prescrição e/ou manejo do produto em questão, tais médicos prescritores, Key Opinion Leaders (Líderes de Opinião Chave), enfermeiros(as), paramédicos, assistentes sociais, etc.
 - ✓ **Projetos de Acesso ao Mercado:** Atividades ou projetos (por exemplo, Farmacoeconômicos) voltados a pagadores (Ministério ou Secretarias de Saúde, Planos de Saúde, etc) e elaborados de políticas de saúde para demonstrar os impactos sociais e/ou econômicos da doença e que justifiquem a viabilidade financeiro e/ou econômica da inclusão em formulários ou protocolos privados e/ou públicos do produto em questão. Contribuição para aumento do acesso de pacientes ao tratamento.
 - ✓ **Projetos para Pacientes:** Atividades ou projetos ligados à conscientização da população sobre doenças e/ou programas de suporte a pacientes que minimizem o impacto da enfermidade ou facilitem adoção do tratamento recomendado.
 - ✓ **Outros Stakeholders (opcional):** Projetos ou estudos elaborados para atingir outros públicos não listados acima; Integração das campanhas multi-públicos.

Performance Quantitativa:

- Auditorias usuais de mercado farmacêutico institucional, como DataSUS, Non Retail Channel (IMS) ou similares.
- Pesquisas primárias ou ad-hoc próprias ou consorciadas.

42º Prêmio Lupa de Ouro 2018

- Dados internos, como vendas internas, número de pacientes captadas pela Força de Vendas ou outros colaboradores.
- Serão escolhidos 3 produtos finalistas que farão uma apresentação presencial ao Júri.

4. - AVALIAÇÃO DOS FINALISTAS

- Os três finalistas apresentarão o seu projeto a um júri formado por três executivos da indústria farmacêutica.
- O júri de avaliação será composto exclusivamente por Profissionais da indústria com ampla experiência nas áreas de Marketing, Inteligência de Mercado, Produtividade e Efetividade e Comercial em negócios Non-Retail. Terão prioridade os participantes do conselho consultivo do Grupemef (**excluindo-se executivos pertencentes às empresas finalistas**).

- Os finalistas serão julgados com base nos seguintes quesitos de avaliação:
Planejamento, execução e resultados.

O júri dará uma nota de 0 a 10 para cada um dos critérios acima.

O responsável pela campanha terá **20 minutos** para fazer sua apresentação oral ao júri, cobrindo os seguintes tópicos: **Planejamento, execução e resultados**. Pela especificidade destes mercados apresentamos abaixo uma sugestão de conteúdo para estas apresentações:

- ✓ **Projetos para Profissionais de Saúde:** Campanhas de marketing e promoção médica para os diversos tipos de profissionais de saúde ligados a prescrição e/ou manejo do produto em questão, tais médicos prescritores, Key Opinion Leaders (Líderes de Opinião Chave), enfermeiros(as), paramédicos, assistentes sociais, etc.
- ✓ **Projetos de Acesso ao Mercado:** Atividades ou projetos (por exemplo, Farmacoeconômicos) voltados a pagadores (Ministério ou Secretarias de Saúde, Planos de Saúde, etc) e elaborados de políticas de saúde para demonstrar os impactos sociais e/ou econômicos da doença e que justifiquem a viabilidade financeiro e/ou econômica da inclusão em formulários ou protocolos privados e/ou públicos do produto em questão; Contribuição para aumento do acesso de pacientes ao tratamento.
- ✓ **Projetos para Pacientes:** Atividades ou projetos ligados à conscientização da população sobre doenças e/ou programas de suporte a pacientes que minimizem o impacto da enfermidade ou facilitem adoção do tratamento recomendado.
- ✓ **Outros Stakeholders (opcional):** Projetos ou estudos elaborados para atingir outros públicos não listados acima; Integração das campanhas multi-públicos.

42º Prêmio Lupa de Ouro 2018

Performance Quantitativa:

- ✓ Auditorias usuais de mercado farmacêutico institucional, como DataSUS, Non Retail Channel (IMS) ou similares.
 - ✓ Pesquisas primárias ou ad-hoc próprias ou consorciadas
 - ✓ Dados internos, como vendas internas, número de pacientes captadas pela Força de Vendas ou outros colaboradores.
-
- Caberá ao coordenador das atividades comunicar ao apresentador o tempo restante e interromper, se necessário, ao final do tempo determinado.

Após a apresentação, os participantes do júri poderão fazer perguntas ao apresentador, sendo no máximo 3 (três) perguntas (sempre ligadas à apresentação) respeitando o tempo máximo de **10 minutos**.

O vencedor será o projeto melhor avaliado pelo júri.