

# 声誉规则

## 引领医生处方决策

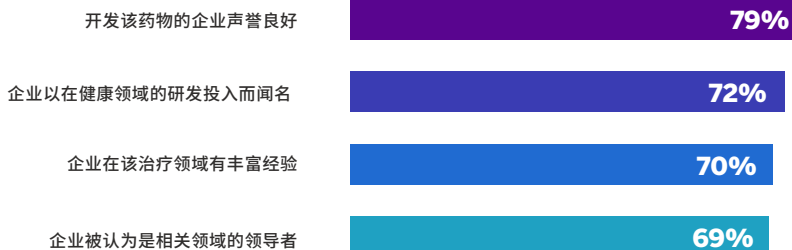
是什么影响今天的医生在为患者开具治疗方案时选择某种药物而不是另一种药物?答案似乎显而易见:疗效、安全性、价格。是的,这些都是很重要的因素,但医生还有更多考虑。最新研究表明,对于生物制药行业而言,公司在特定疾病领域的领导地位以及整体企业声誉,位列“最有可能影响医生处方决策”的因素榜首。

万卓环球在六个市场对540名医生进行的全球调研,验证并拓展了我们去年对更广泛医护人员群体的调查发现。该调研首次揭示了企业声誉与医生处方决策之间的直接联系:无论是在企业层面还是在特定疾病领域,声誉都是推动业务发展的关键因素。

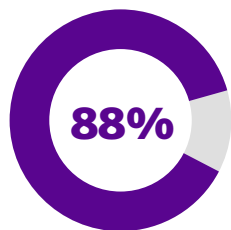
在中国,企业声誉对医生处方的决策影响尤为明显。

### 我同意以下内容对我选择开哪种药物有非常大或极其大的影响\*

\*在药品的安全性、疗效、价格和其他功能因素相似的情况下。

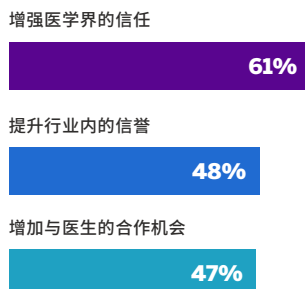


## 医生十分重视企业声誉



88%的中国受访医生表示企业声誉至少在一定程度上会影响他们对药品价值的看法

### 良好的企业声誉在影响处方决策之外的优势



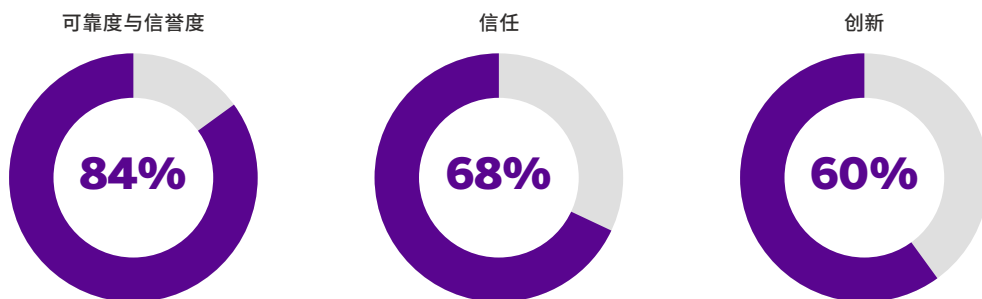
### 声誉需要通过不同层面建立

一般而言,生物制药公司应关注三个不同层面的声誉:企业、疾病领域和产品。那些打造超越品牌、深耕特定疾病领域的企业,正在利用这一资产,使他们能够超越具体药物,向医生讲述企业致力于某个治疗领域,更全面、更有价值的故事。这个故事可能会影响医生的处方决策。

# 是什么驱动医生对企业声誉的认知？

中国的受访医生告诉我们，可靠度与信誉度是最重要的因素，其次是信任、创新。

企业声誉最重要的因素是什么？



## 可靠度与信誉度

**84%** 的中国医生将“可靠度与信誉度”视为企业声誉的首要驱动因素，

其中 **78%** 的医生将其描述为“对产品质量和疗效的信心”。

企业应重点沟通基于实证的结果，以及质量控制和临床实验的透明度。

## 信任

在中国，**69%** 的受访医生表示，企业积极的临床试验结果和数据，有助于赢得医生的信任；

**54%** 的医生则认为，当公司表现出对患者和健康的长期承诺时，也同样有助于赢得医生的信任。

企业在传播中应强调药物开发的道德规范、安全记录和患者支持计划。

## 创新

在中国，**89%** 的受访医生认为，创新最重要的是通过以患者为中心的解决方案，来应对未满足的医疗需求；

**50%** 的医生则表示，成为研发创新领域的领导者是制药/生物技术公司提高其声誉的首要行动之一。

企业通过创新解决方案推动医疗保健发展的承诺将引起医生共鸣。

对于医生而言，制药/生物技术公司提高声誉的做法有：



# 生物制药品牌的声誉规则

企业声誉有时被误认为一种软资产，但它具有明确的底线影响。遵循我们的声誉规则可以影响医生的处方决策。

## 1. 提升声誉, 创新先行

强调从分子到药物的科研之旅, 以及患者的治疗之旅。把握这一过程中讲述创新故事的机会, 从药物发现、药物输送、临床试验、数据收集到患者教育和药物可及性, 特别是在医疗需求未得到充分满足的疾病领域。

# 89%

在中国, 的受访医生认为, 专注于尚未满足的医疗需求, 坚持以患者为中心, 是衡量创新的最重要标准。

# 61%

的医生表示, 研发投入是影响他们对制药/生物技术公司信任度的因素之一。

## 2. 将医生视为合作伙伴——而不仅仅是客户

谈论新疗法的科学进步固然意义重大, 但企业还需要在定价结构和准入计划方面保持透明度, 以赢得医生的支持。在沟通时, 应以患者福祉为先, 同时解释定价理由, 并提供与医生群体充分互动的准入计划, 以更好地为患者提供支持。

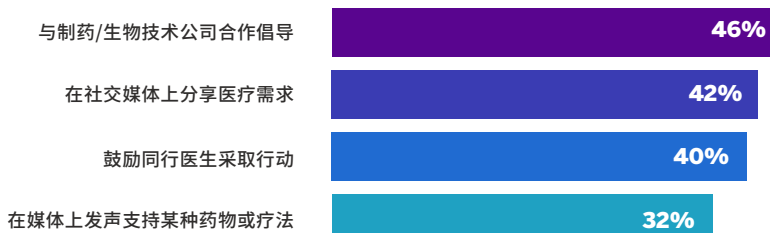
# 91%

的全球受访医生准备采取行动提高药品的可及性。

在中国, 这一比例达到了

# 98%

### 医生愿意采取以下行动提高药物可及性

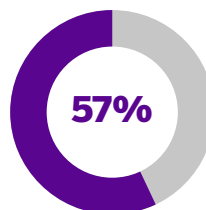


## 3. 利用数字趋势

社交媒体作为一个越来越重要的信息渠道, 应被纳入整体营销和传播组合中。

在中国, **91%** 的受访医生至少偶尔会出于专业目的使用社交媒体, 其中半数以上 (55%) 经常/一直使用社交媒体。

为了跟上医疗健康行业的发展, 年长的医生倾向于使用期刊和行业杂志, 而年轻的医生则将社交媒体纳入他们的知识组合。



社交媒体在中国的使用率尤其高, 57% 的受访医生使用社交媒体来了解信息。

## WE | Brands in *Motion*

企业在特定疾病领域的领导力和企业声誉会影响医生的处方决策。万卓环球可以评估贵公司在这领域的地位,并就如何实现目标提供战略性建议。

如需帮助,请访问

[talktowe@we-worldwide.com](mailto:talktowe@we-worldwide.com)



### 万卓环球的研究对象

万卓环球与Sapio Research合作,对全球540名医生(57%为专科医生,43%为全科医生)进行了调查,以深入了解影响处方习惯的因素。该数据涉及六个市场的受访医生:澳大利亚、中国、印度、德国、英国和美国。在中国,共有90名医生参与了调研。总体而言,假设结果为50%,则在95%的置信限度下,结果准确率为 $\pm 4.2\%$ 。