

Einsatz von Patientendaten und anderen IH-Services in den einzelnen Phasen des Produktlebenszyklus

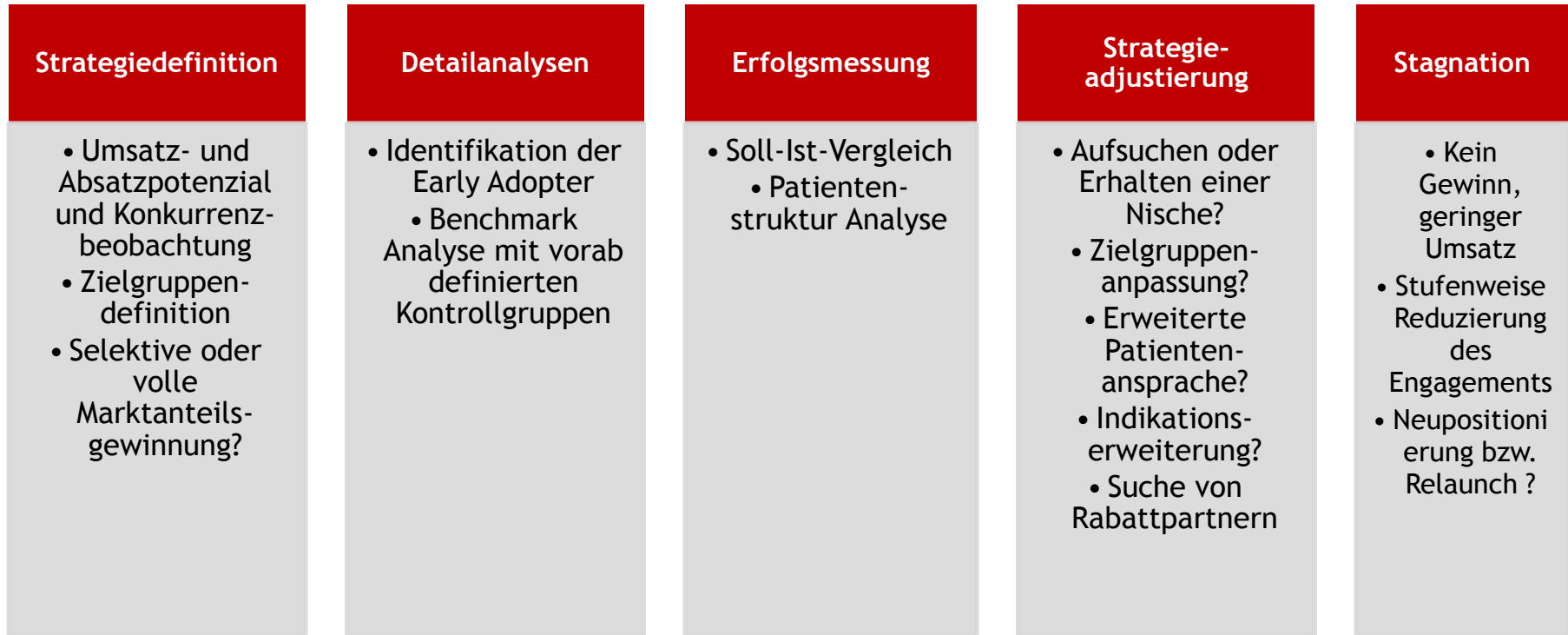
Rabea Ponzel

INSIGHT Health GmbH & Co. KG

12. INSIGHT Health-Kumentagung
am 09.06.2011 in Bad Homburg



Strategiebewertung: am richtigen Ort zur richtigen Zeit zur Verfügung stellen



Thema des Workshops:

Produktneueinführung aus dem
Osteoporosemarkt im 2. Halbjahr 2010
zum Einsatz in der modernen
Osteoporosetherapie





Marktumfeld GKV-Markt Jahr 2010

ATC4 (Indikationsgruppen gem. EphMRA)	J 2010 Verordnungen	J 2010 VO Umsatz (AVP)
OSTEOPOROSEMARKT	2.807.116	271.264.028 €
M05B3 Biphosphonate b. Osteoporose u. ä.	2.589.841	214.888.512 €
M05B9 Andere Knochen-Ca Regulatoren	114.737	30.769.218 €
G03J0 SERMS (Selektive Estrogenrezept. Mod.)	80.458	15.466.999 €
H04E0 Parathyroid Hormone und Analoga (PTH)	22.080	10.139.299 €
A11C Vit. A/D, rein und Komb. beider Vitamine	1.656.214	55.738.940 €

Quelle: IH Galaxy NVI März 2011 (99,8% abgerechnete GKV-Rezepte)



Marktdefinition und Besonderheiten



Traditionelle Therapie		Moderne Therapie	
Wirkstoff	Patentauslauf	Wirkstoff	Patentauslauf
Alendronsäure	2003_04	Ibandronsäure	2011_06
Alendron + Colecalciferol	2020_08	Ranelicsäure	2015_08
Risedronsäure	2010_12	Raloxifen (SERMS)	2013_08
Risedron + Calcium + Colecalciferol	2012_11	Parathyroidhormon (PTH)	2021_04
Etidronsäure	1993_07	Zoledronsäure	2012_07

Quelle: INSIGHT Health Patentdatenbank

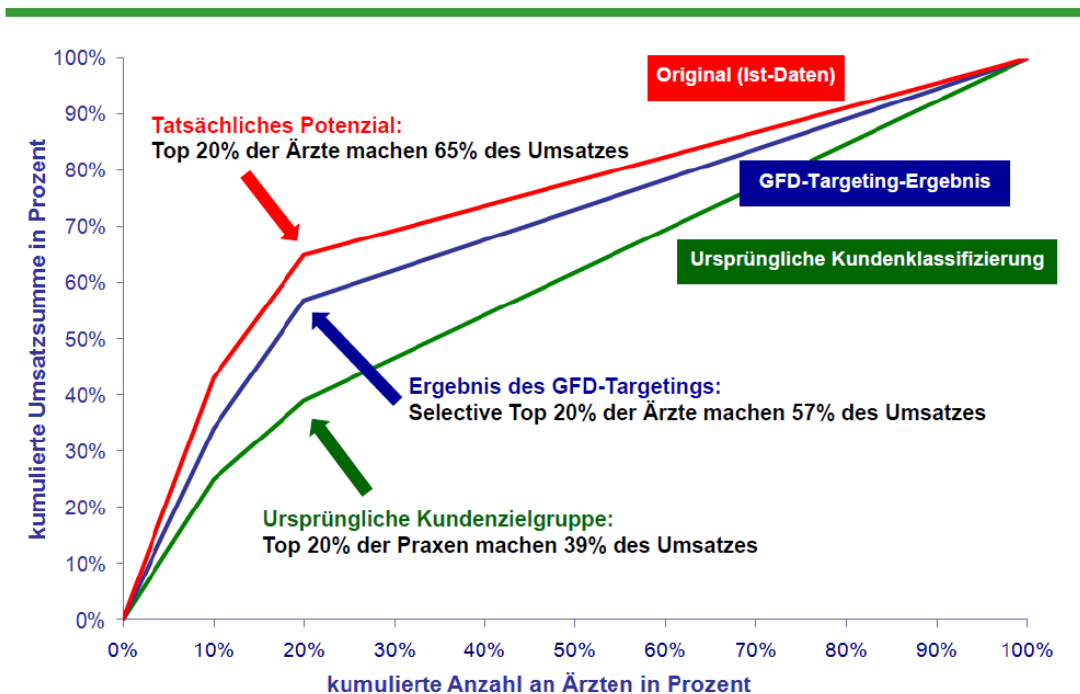


Zielgruppenanalyse Fachärzte



Strategieziele	Distributions	Engagement	Umsatzsteigerung	Wachstum
<ul style="list-style-type: none"> • Umsatz- und Absatzsteigerung • Kundenzufriedenheit • Kundenerwartungen • Kundenerwartungen • Kundenerwartungen • Kundenerwartungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente • Identifikation der Kundensegmente

Verordner-Targetings



Targeting Effectiveness gem. Kundenvorgabe knapp 40%, mit Hilfe des GfD Targeting bei über 80%

Der Inhalt dieser Seiten ist urheberrechtlich geschützt. Änderungen und Verbreitung der Informationen oder der Daten sind untersagt. Copyright © pharmafakti® - GfD 1998 – 2009. 16.02.2009 40

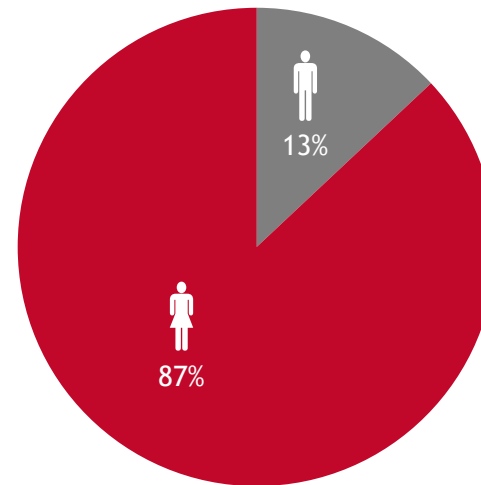
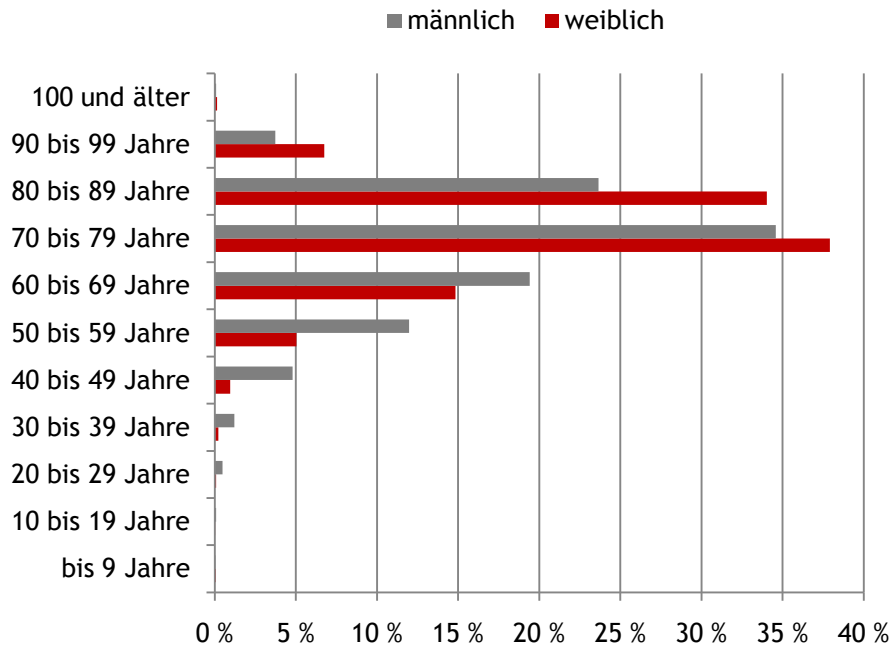
Quelle: GfD Gesellschaft für Datenverarbeitung mbH



Zielgruppenanalyse: Patienten

> Frauen älter 50 Jahre

Strategieziele	Identifikation	Segmentierung	Targeting	Integration
<ul style="list-style-type: none"> • Identifizieren der Abweichungen im Verhalten • Segmentierung • Zielgruppen • Lokalisieren der Patienten 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifizieren der Patienten • Segmentierung • Zielgruppen • Lokalisieren der Patienten 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifizieren der Patienten • Segmentierung • Zielgruppen • Lokalisieren der Patienten 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifizieren der Patienten • Segmentierung • Zielgruppen • Lokalisieren der Patienten 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifizieren der Patienten • Segmentierung • Zielgruppen • Lokalisieren der Patienten



Ø Alter Frauen
75,6 Jahre

Ø Alter Männer
70,1 Jahre

Quelle: INSIGHT Health Patienten Tracking (65% abgerechnete GKV-Rezepte)



Kontrollgruppe Ibandronsäure

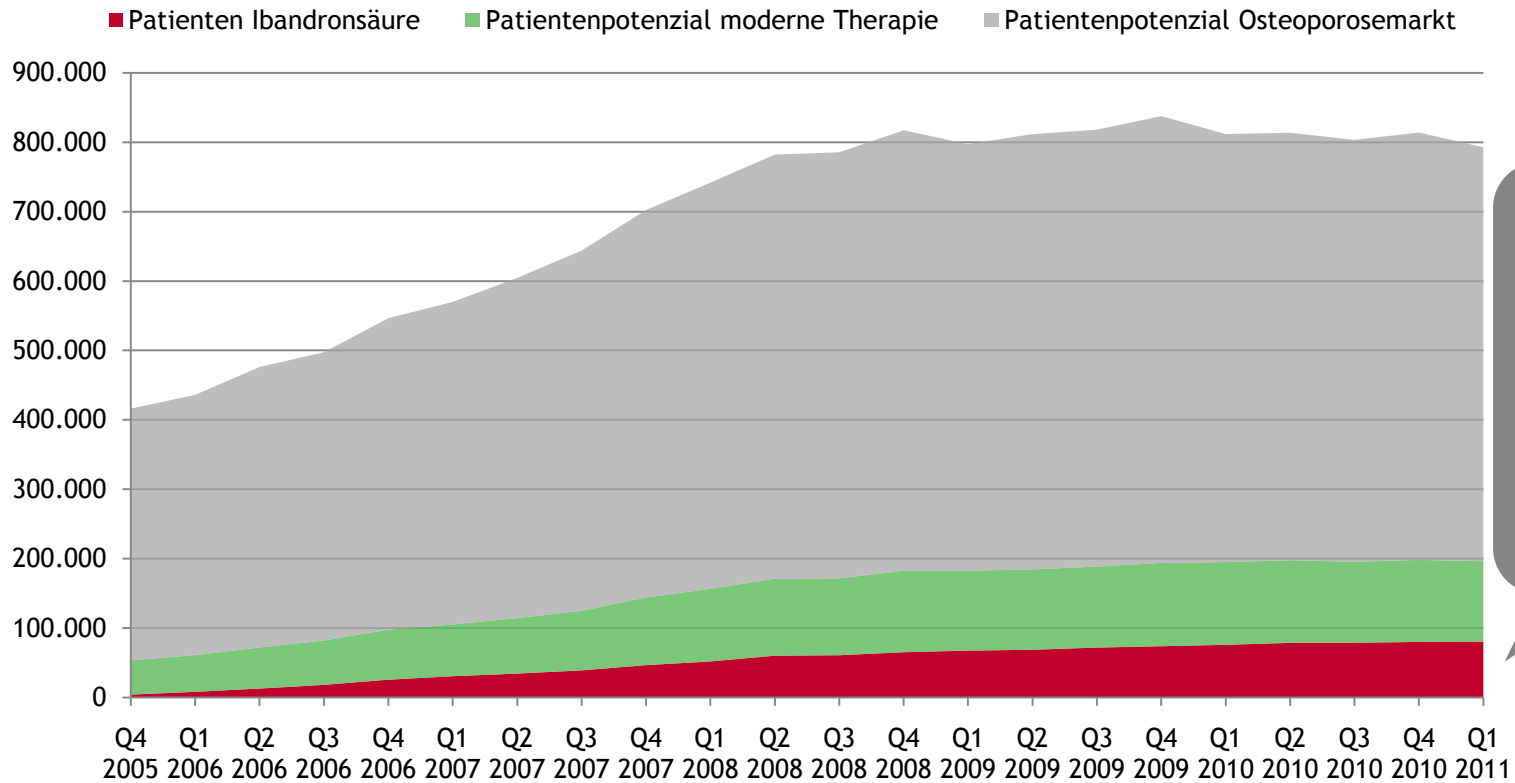


- Launch Oktober 2005
- Fertigspritze (alle 3 Monate) und Filmtabletten (1x monatlich)
- Patentschutz bis Juni 2011
- Umsatzpotenzial GKV-Markt Ø 25 Mio. € pro Jahr
- Benchmark für die Einführung des Produkt X

Quelle: IH Galaxy NVI März 2011 (99,8% abgerechnete GKV-Rezepte)



Patientenentwicklung Ibandronsäure seit Launch

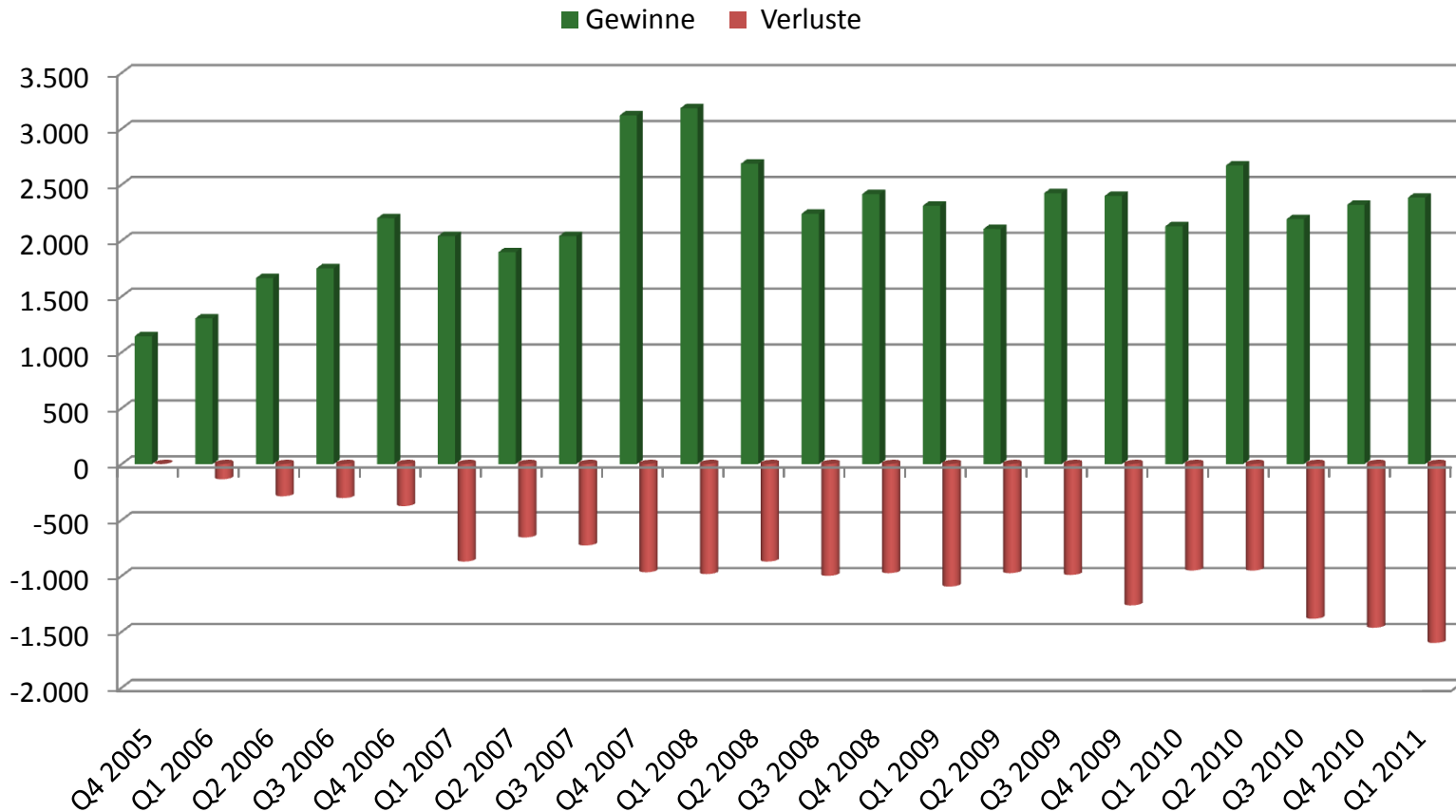


Ibandronsäure Marktanteil liegt bei stabilen 13% im Gesamtmarkt innerhalb der modernen Therapie >60% Marktanteil

Quelle: INSIGHT Health Patienten Tracking (10% abgerechnete GKV-Rezepte, Ergebnisse hochgerechnet auf GKV-Gesamtmarkt)



Ibandronsäure: switch balance



Quelle: INSIGHT Health Patienten Tracking (10% abgerechnete GKV-Rezepte, Ergebnisse hochgerechnet auf GKV-Gesamtmarkt)



Markteinführung „Produkt X“



im Juli 2010 als subkutane Injektion (2x jährlich)

Co-Marketing Produkt mit unterschiedlichen Zielgruppen

Neuartiger Therapieansatz mit monoklonalen Antikörpern

Wirkstoff führt zur Erhöhung der Knochenmineraldichte und gleichzeitiger Verminderung der Knochenresorption

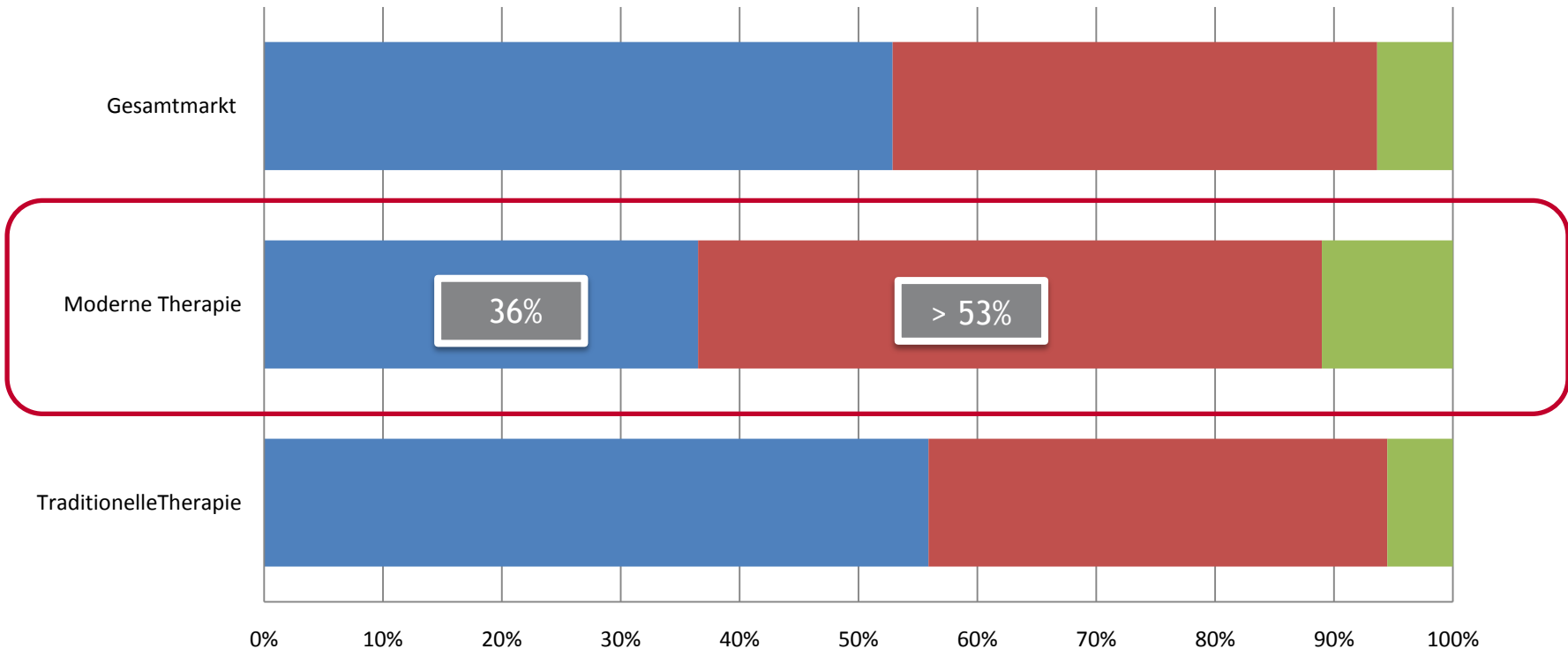




Zielgruppendefinition: Facharztgruppe

Neueinstellungen nach Fachrichtung

■ Hausarzt* ■ Facharzt* ■ Übrige



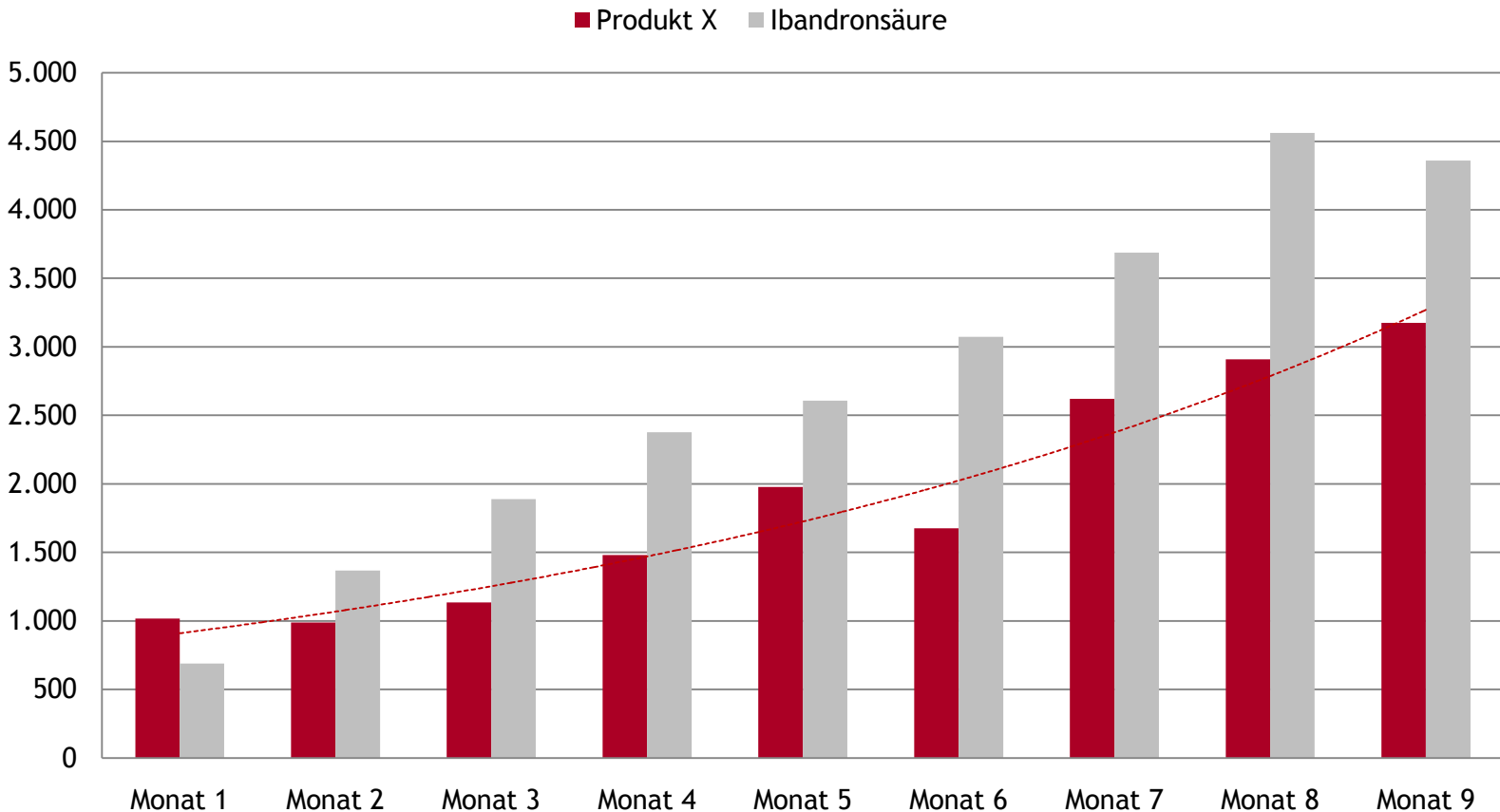
*Hausarzt = Allgemeinmediziner und hausärztlich tätige Internisten / *Facharzt = Orthopäde, Rheumatologe, Onkologe, Endokrinologe

Quelle: INSIGHT Health Patienten Tracking (65% abgerechnete GKV-Rezepte)





Patientenentwicklung „Produkt X“ im Vergleich



Quelle: INSIGHT Health Patienten Tracking (10% abgerechnete GKV-Rezepte, Ergebnisse hochgerechnet auf GKV-Gesamtmarkt)



Rabattverträge: Wer mit Wem?



Substanzen	Q 2011.1 VO rabattiert(%)	Kostenträger
RABATTIERT		
Alendronsäure	78,5%	flächendeckend
Ibandronsäure	0,2%	IKK Brandenburg /Berlin
Risedronsäure	28,3%	flächendeckend
Calciumcarbonat + Risedron + Colecalc.	15,5%	Barmer GEK
Zoledronsäure	28,9%	Barmer GEK, DAK, Knappschaft
Alendronsäure + Colecalciferol	7,1%	AOK Baden-Württemberg
Etidronsäure	53,2%	AOK, LKK, BKK
Raloxifen (SERMS)	1,3%	BKK Gesundheit, AOK NordWest

Quelle: IH Galaxy, NVI-Kostenträger (99,8% abgerechnete GKV-Rezepte)

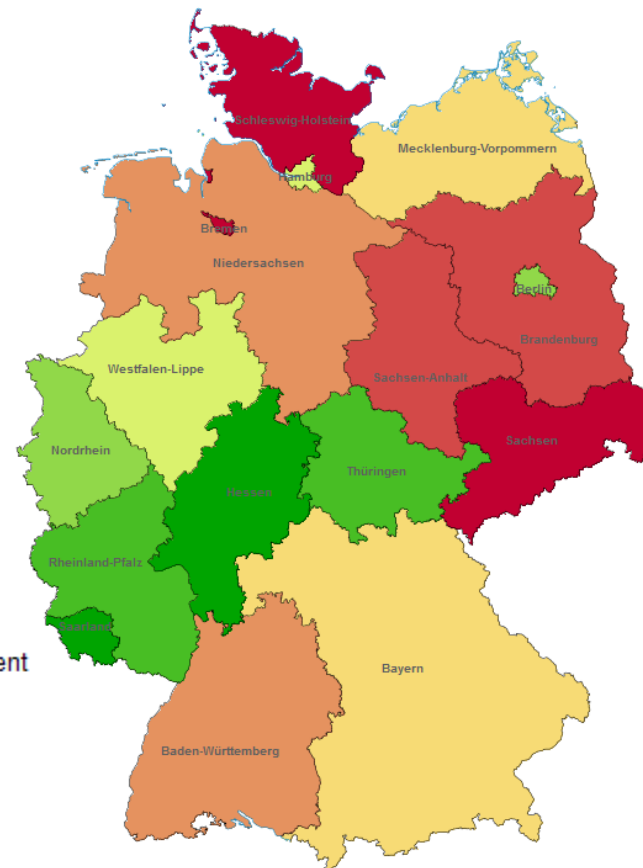
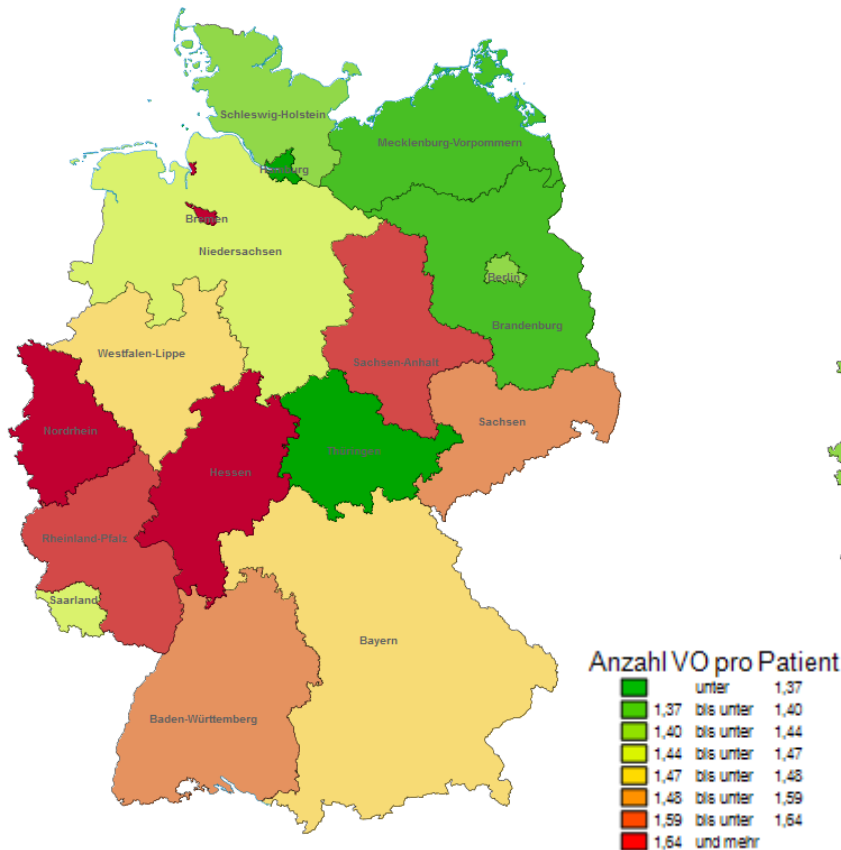


Verordnungen pro Patient und KV-Regionen

„Produkt X“

Ibandronsäure

<p>Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markt- und abnehmerorientierte Positionierung • Zielgruppen-identifikation • Identifikation möglicher Wettbewerber 	<p>Datensystem</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifikation der Datenquellen • Bewertung möglicher Risiken • Identifikation möglicher Datenlücken 	<p>Erfassung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vollständige Erfassung aller relevanten Daten 	<p>Strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufklärung der Zielgruppen • Identifikation möglicher Wettbewerber • Identifikation möglicher Datenlücken • Identifikation möglicher Wettbewerber 	<p>Regulation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifikation möglicher Wettbewerber • Identifikation möglicher Datenlücken • Identifikation möglicher Wettbewerber
---	---	--	---	--



Quelle: INSIGHT Health Patienten Tracking (65% abgerechnete GKV-Rezepte)



Strategiebewertung: IH Services zum richtigen Zeitpunkt

Strategiedefinition	Detailanalysen	Erfolgsmessung	Strategieadjustierung
<ul style="list-style-type: none"> • NVI / RVI • TARGETING • PATENT Datenbank • Patienten Tracking • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Patienten Tracking • Wochendaten • Außendienststeuerung: ODV • Marktentwicklung: NVI bzw. KV-Daten • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Regionale Patientenstrukturanalyse • ROI Analyse • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • TARGETING • NVI-Kostenträger • KV-Datenbank • Patienten Tracking • ...



Ihre Ansprechpartnerin:

Rabea Ponzel

- Tel.: 06126/95552
- E-Mail: RPonzel@insight-health.de

www.insight-health.de

