



2018

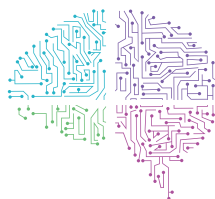
2019

ΑΡΙΣΤΕΙΑ

ΕΕΦΑΦ

14.02.2020

Μέγαρο Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών



12^ο

Συνέδριο
Φαρμακευτικού
Management

2020-2030:

Προάγοντας την **Υγεία** στην εποχή
του «ευφυούς» επιχειρείν



ΕΕΦΑΦ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ MANAGEMENT

Τι είναι τα Αριστεία Ε.Ε.Φα.Μ.

Τα Αριστεία Ε.Ε.Φα.Μ., αποτελούν θεσμό που εισήγαγε το 2001 η Ελληνική Εταιρεία Φαρμακευτικού Management (Ε.Ε.Φα.Μ.), ο οποίος αντανακλά και εκπροσωπεί τις υψηλές αξίες και αρχές της επαγγελματικής δράσης της φαρμακευτικής βιομηχανίας. Το Φαρμακευτικό Management διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διευκόλυνση της πρόσβασης των ασθενών στις θεραπείες, εξασφαλίζοντας την ορθή και ενδεδειγμένη χρήση των φαρμάκων.

Τα Αριστεία 2018-2019 εναρμονισμένα με τις πρόσφατες αλλαγές του τομέα της υγείας, αναγνωρίζουν και προωθούν την αριστεία, τις βέλτιστες πρακτικές και την καινοτομία.

Στόχος του θεσμού των Αριστείων Ε.Ε.Φα.Μ. είναι...

1. **Να αναγνωρίσει, να επιβραβεύσει και να ενθαρρύνει την υιοθέτηση αποτελεσματικών στρατηγικών επικοινωνίας, τόσο στην αγορά του φαρμάκου όσο και στα προϊόντα φροντίδας υγείας.**
2. **Να υπογραμμίσει την αξία της αποτελεσματικής στρατηγικής επικοινωνίας, η οποία συμβάλλει στη βελτίωση:**
 - ▶ των δεδομένων κλινικής πρακτικής,
 - ▶ της παρεχόμενης υγειονομικής περίθαλψης,
 - ▶ της πρόσβασης σε θεραπείες και υπηρεσίες υγείας,
 - ▶ της πρόσληψης, τήρησης και συμμόρφωσης της θεραπείας,
 - ▶ του συντονισμού και της παροχής των υπηρεσιών και τελικά μπορεί να οδηγήσει στη βελτιστοποίηση του θεραπευτικού αποτελέσματος.
3. **Να εντοπίσει και να αναγνωρίσει το ταλέντο (πίσω από επαγγελματικές πρακτικές) τόσο σε επίπεδο εταιρειών, όσο και σε επίπεδο στελεχών.**
4. **Να δημιουργήσει ένα περιβάλλον στο οποίο η επιτυχία εκτιμάται από τον κλάδο, συμβάλλοντας στη δημιουργική άμιλλα.**

Γιατί να συμμετάσχω στα Αριστεία;

Η αναγνώριση και η επιβράβευση της δουλειάς σας από τον θεσμό των Αριστείων Ε.Ε.Φα.Μ. θεωρείται σημαντικό επίτευγμα, αφού πέρα από την ενίσχυση του ηθικού, συμβάλλει στην επαγγελματική σας εξέλιξη και ανάπτυξη.

Κατηγορίες Αριστείων Ε.Ε.Φα.Μ. 2018-2019

- ▶ Καλύτερη Καμπάνια Νέου Προϊόντος
- ▶ Καλύτερη Καμπάνια Ύριμου Προϊόντος ή Ομάδας Προϊόντων
- ▶ Καλύτερη Καμπάνια Προϊόντων ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ.
- ▶ Καλύτερη Καμπάνια Προϊόντων Αυτό-φροντίδας
- ▶ Καλύτερη Καμπάνια Ψηφιακής Επικοινωνίας
- ▶ Καλύτερο Πρόγραμμα Υποστήριξης Ασθενών & Ευαισθητοποίησης Κοινού

Όροι Συμμετοχής

ΠΟΙΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ

Δικαίωμα συμμετοχής έχουν μόνον οι εταιρείες και τα φυσικά πρόσωπα που δραστηριοποιούνται στον τομέα του φαρμάκου και των προϊόντων υγείας.

- ▶ Κάθε συμμετοχή θα πρέπει να συνοδεύεται από τη συμπληρωμένη Δήλωση Συμμετοχής. Η Δήλωση Συμμετοχής υποβάλλεται online είτε μέσω της ιστοσελίδας της Ε.Ε.Φα.Μ., είτε μέσω της διακεκριμένης κατηγορίας του newsletter, ακολουθώντας τις διαθέσιμες, απλές οδηγίες.
- ▶ Δείγμα της Δήλωσης Συμμετοχής μπορείτε να βρείτε στις σελίδες 16-17.
- ▶ Κάθε εταιρεία έχει δικαίωμα συμμετοχής σε κάθε μία από τις έξι κατηγορίες Αριστείων ή και στις έξι κατηγορίες (δυνατότητα πολλαπλής συμμετοχής).
- ▶ **Η υποβολή της Δήλωσης Συμμετοχής μπορεί να προηγείται του πλήρους φακέλου συμμετοχής.**

ΠΛΗΡΗΣ ΦΑΚΕΛΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

- ▶ Κάθε υποψηφιότητα θα πρέπει να συνοδεύεται από τον πλήρη φάκελο συμμετοχής, ο οποίος κατατίθεται αποκλειστικά και μόνο ηλεκτρονικά, είτε μέσω της ιστοσελίδας της Ε.Ε.Φα.Μ., είτε μέσω της διακεκριμένης κατηγορίας του newsletter, είτε σε USB.
- ▶ Για τη διευκόλυνση της Κριτικής Επιτροπής, όλα τα υλικά θα αναγράφουν ευκρινώς το ονοματεπώνυμο του υποψηφίου, την εταιρεία που εκπροσωπεί και την κατηγορία των Αριστείων.
- ▶ Παρακαλώ βεβαιωθείτε ότι στον φάκελο συμμετοχής αναφέρετε τον κωδικό πρόσβασης για το υλικό που παραδίδετε, προκειμένου αυτό να είναι προσβάσιμο από την Κριτική Επιτροπή.

Σε περίπτωση που επιθυμείτε να αποστείλετε τα υλικά σας σε USB, αυτά θα πρέπει να παραδοθούν στη διεύθυνση:

Ελληνική Εταιρεία Φαρμακευτικού Management
Τζαβέλα 42B, 15451, Νέο Ψυχικό,
τηλ.: 210 6753159

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ

Κάθε συμμετοχή πρέπει να κατατίθεται χωριστά και να συνοδεύεται από:

- ▶ Ξεχωριστή φόρμα συμμετοχής.
- ▶ Κατάθεση πλήρη φακέλου συμμετοχής.
- ▶ Πληρωμή που καλύπτει πολλαπλές συμμετοχές της ίδιας εταιρείας.

ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ

Οι εκστρατείες πρέπει να έχουν διεξαχθεί μέσα στο χρονικό διάστημα από **1^η Ιουλίου 2017 έως και 30 Ιουνίου 2019**.

ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΜΕ ΚΩΔΙΚΑ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ

Συμμετοχές οι οποίες κρίνονται ως ανακόλουθες με τον Κώδικα Δεοντολογίας του ΣΦΕΕ, θα απορρίπτονται.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

- ▶ Οι δηλώσεις συμμετοχής καθώς και η καταθεση των φακέλων μπορούν να υποβάλλονται από τη Δευτέρα 8 Ιουλίου έως την Δευτέρα 30 Σεπτεμβρίου 2019 και ώρα 5μ.μ.
- ▶ Κόστος συμμετοχής: **€400 συν ΦΠΑ 24%**. Στην εντολή πληρωμής προς την Ε.Ε.Φα.Μ. θα πρέπει να αναγράφεται ο τίτλος: «Αριστεία Ε.Ε.Φα.Μ.». Το αποδεικτικό κατάθεσης θα πρέπει να κατατίθεται μαζί με τη δήλωση συμμετοχής. Τα τέλη συμμετοχής δεν επιστρέφονται.
- ▶ Δύναται να γίνει απόσυρση μίας συμμετοχής από τη διαγωνιστική διαδικασία, εφόσον κατατεθεί σχετικό γραπτό αίτημα από τη συμμετέχουσα εταιρεία προτού πραγματοποιηθεί αξιολόγηση της συμμετοχής από την Κριτική Επιτροπή.
- ▶ Για διευκρινίσεις ή/και επιπλέον πληροφορίες σχετικά με τη συμπλήρωση της δήλωσης συμμετοχής, μπορείτε να επικοινωνείτε με τη Γραμματεία των Αριστείων Ε.Ε.Φα.Μ.:
τηλ.: 210 6753159, e-mail: awards@eefam.gr.

Οι φιναλίστ ανά κατηγορία θα ανακοινωθούν στην ιστοσελίδα του συνεδρίου www.eefamcongress2020.gr καθώς και στην ιστοσελίδα της Ε.Ε.Φα.Μ. www.eefam.gr.

Όλοι οι συμμετέχοντες θα ειδοποιηθούν από τη γραμματεία των Αριστείων με email, για το αν έχουν προκριθεί στην τελική διαγωνιστική φάση.

Άπαντες οι συμμετέχοντες στα "Αριστεία Ε.Ε.Φα.Μ.", αποδέχονται ανεπιφύλακτα και απόλυτα την αξιολόγηση της Κριτικής Επιτροπής και του Κοινού, καθώς και τις αποφάσεις της Οργανωτικής Επιτροπής και δεν έχουν κανένα δικαίωμα αμφισβήτησής τους. Η ανεπιφύλακτη αποδοχή αυτών των όρων αποτελεί προϋπόθεση της συμμετοχής στα "Αριστεία Ε.Ε.Φα.Μ."

ΠΛΗΡΩΜΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

- ▶ Το κόστος συμμετοχής κάθε υποψηφιότητας πρέπει να καταβάλλεται στον τραπεζικό λογαριασμό του 12^{ου} Συνεδρίου Φαρμακευτικού Management:
ALPHA BANK Amfitheas Branch (294)
Account No.: 294-00-2320 000704
IBAN: GR 83 0140 2940 2940 0232 0000 704
Swift Code (BIC): CRBAGRAAXX
Δικαιούχος: E.T.S. Events & Travel Solutions A.E.
- ▶ Το αντίγραφο πληρωμής θα πρέπει να αποσταλεί στο email: awards@eefam.gr και να αναφέρει την ένδειξη: «Αριστεία» καθώς και την επωνυμία της εταιρείας.

Δομή Παρουσίασης

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ (ΕΩΣ 400 ΛΕΞΕΙΣ)

Μία σαφής και σύντομη περίληψη της υποψηφιότητάς σας

Στη περίπτωση πρόκρισης της υποψηφιότητάς σας στην τελική φάση του διαγωνισμού, μόνο τμήμα της περίληψης σας δύναται να δημοσιοποιηθεί, εξασφαλίζοντας εχεμύθεια των πληροφοριών ευαίσθητης φύσεως που έχετε συμπεριλάβει.

Η παρουσίαση του πλήρους φακέλου συμμετοχής δεν πρέπει να ξεπερνά σε έκταση τις 2.000 λέξεις.

ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Περιγράψτε την κατάσταση και τις συνθήκες του περιβάλλοντος πριν προβείτε στο σχεδιασμό της καμπάνιας.

- ▶ Σκιαγραφήστε τις πληροφορίες, τα ερευνητικά δεδομένα και τις αναλύσεις που σας οδήγησαν να αναγνωρίσετε τις συνιστώσες του προβλήματος, τα εμπόδια ή τις ευκαιρίες.
- ▶ Περιγράψτε τα στοιχεία που εντοπίσατε και σας βοήθησαν να σχεδιάσετε το πλάνο ή μία λύση.
- ▶ Παρέχετε συγκριτικά στοιχεία που θα επιδεικνύουν στην πράξη τις αλλαγές που επέφερε η καμπάνια σας.
- ▶ Περιγράψτε τυχόν προκλήσεις που είχατε να διαχειριστείτε και να ξεπεράσετε.

ΣΤΟΧΟΙ

Περιγράψτε την κατάσταση και τις συνθήκες του περιβάλλοντος πριν προβείτε στο σχεδιασμό της καμπάνιας.

- ▶ Περιγράψτε ξεκάθαρους, μετρήσιμους συγκεκριμένους στόχους – η Κριτική Επιτροπή σας προτείνει να συμπεριλάβετε μέχρι πέντε.
- ▶ Αξιολογήστε τα οφέλη της καμπάνιας, τόσο ως προς τους εταίρους όσο και ως προς τον ίδιο τον οργανισμό.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Περιγράψτε τη στρατηγική σας.

- ▶ Τι πλάνο / προσέγγιση υιοθετήσατε προκειμένου να επιτύχετε τους στόχους σας;
- ▶ Ποιοι συμμετείχαν στην ομάδα σχεδιασμού του πλάνου (εσωτερικοί και εξωτερικοί συνεργάτες);
- ▶ Προβήκατε σε εξωτερικές συνεργασίες; Αν ναι, με βάση ποιο σκεπτικό;
- ▶ Εντοπίζετε καινοτόμα στοιχεία στη στρατηγική που ακολουθήσατε;

ΤΑΚΤΙΚΕΣ

- ▶ Με ποιο τρόπο επιλέξατε να εφαρμόσετε τη στρατηγική σας, προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που θέσατε;
- ▶ Τι κανάλια και ποιές τακτικές χρησιμοποιήσατε εφαρμόζοντας τη στρατηγική σας;

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ

Περιγράψτε πώς φθάσατε στην επίτευξη αποτελεσμάτων σε σχέση με τους αρχικούς σας στόχους. Αξιολογήστε το πραγματικό όφελος που επέφερε η δουλειά σας στους εταίρους, στους ασθενείς και στον οργανισμό σας.

- ▶ Πώς προσδώσατε αξία / ενισχύσατε την πρόσβαση στη θεραπεία;
- ▶ Ποια είναι τα στοιχεία καινοτομίας της καμπάνιας;
- ▶ Πώς επιφέρατε βελτίωση στις εκβάσεις των ασθενών;

* Σε αυτό το σημείο μπορείτε να αναφερθείτε στα συγκριτικά στοιχεία που παρουσιάσατε νωρίτερα.

ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΕΤΑΙΡΩΝ ΚΑΙ ΠΕΛΑΤΩΝ

Παραθέστε τα στοιχεία που αποδεικνύουν την επίτευξη των αρχικών σας στόχων.

ΓΕΝΙΚΗ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ

Τι διδαχθήκατε από τον σχεδιασμό της καμπάνιας, το οποίο θεωρείτε ότι θα σας βοηθήσει μελλοντικά;

Κριτική Επιτροπή και Διαδικασία Αξιολόγησης

Η Κριτική Επιτροπή των Αριστείων αποτελείται από επιστήμονες με ευρεία γνώση και εξειδικευμένη εμπειρία στον τομέα του marketing της φαρμακοβιομηχανίας και των προϊόντων υγείας, στελέχη επιχειρήσεων καθώς και ακαδημαϊκούς εκπροσώπους.

Στην 5μελή Κριτική Επιτροπή συμμετέχουν:

Κώστας Αξαρλόγλου

Πρόεδρος

Πρύτανης, Καθηγητής Διεθνών Επιχειρηματικών Σχέσεων και Στρατηγικής,
ALBA Graduate Business School at the American College of Greece

Δημήτρης Ρίχτερ

MD, FESC, FAHA,
Διευθυντής Β' Καρδιολογικής Κλινικής Ευρωκλινικής Αθηνών,
Πρόεδρος Ελληνικής Εταιρείας Λιπιδιολογίας

Δημήτρης Μαύρος

Διευθύνων Σύμβουλος, MRB Hellas

Πέτρος Ζώτος

Φαρμακοποιός

Σοφία Νάσιου

Πρόεδρος Δ.Σ. Ε.Ε.Φα.Μ.



Κώστας Αξαρηλόγλου

Πρόεδρος

Πρύτανης, Καθηγητής Διεθνών Επιχειρηματικών Σχέσεων και Στρατηγικής,
ALBA Graduate Business School at the American College of Greece

Ο κ. Κώστας Αξαρηλόγλου είναι Πρύτανης και Καθηγητής Διεθνών Επιχειρηματικών Σχέσεων στο ALBA Graduate Business School. Ο κ. Αξαρηλόγλου έχει διδάξει στα Πανεπιστήμια University of Michigan, Duke University, Babson College, όπου ήταν ο κάτοχος της ερευνητικής έδρας Michael Gerrits και Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης. Έχει σπουδάσει Οικονομικές Επιστήμες στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και έχει πραγματοποιήσει μεταπτυχιακές σπουδές στο University of Michigan, Ann Arbor του οποίου είναι διδάκτορας από το 1995.

Τα ερευνητικά ενδιαφέροντα του κ. Αξαρηλόγλου εμπίπτουν στις περιοχές των Διεθνών Επιχειρηματικών Σχέσεων (Ξένες Άμεσες Επενδύσεις). Τα αποτελέσματα της έρευνάς του έχουν δημοσιευτεί σε έγκριτα επιστημονικά περιοδικά όπως το Management Science, το Journal of Business, το Journal of the European Economic Association, το Eastern Economic Journal και το Managerial and Decision Economics. Έχει αποσπάσει αρκετές ερευνητικές υποτροφίες και έχει παρουσιάσει τα αποτελέσματα της έρευνάς του σε πολλά διεθνή επιστημονικά συνέδρια.

Ο κ. Αξαρηλόγλου, που είναι αποδέκτης της υποτροφίας Fulbright, έχει εκτεταμένη διδακτική εμπειρία σε όλα τα επίπεδα της εκπαίδευσης στελεχών επιχειρήσεων και σε επιχειρήσεις όπως Carrefour, ΔΕΗ, Cosmote, Eurobank, GSK, Janssen Cilag, Interamerican, ING, Larco, Novo Nordisk, Philip Morris, Quest, Tasty, Titan, Vodafone, κλπ. Επίσης έχει τιμηθεί με βραβεία για την ποιότητα της διδασκαλίας του. Είναι μέλος σε Δ.Σ. μεγάλων ελληνικών επιχειρήσεων. Τέλος, είναι μέλος του American Economic Association.



Δημήτρης Ρίχτερ

MD, FESC, FAHA

Διευθυντής Β' Καρδιολογικής Κλινικής Ευρωκλινικής Αθηνών, Πρόεδρος Ελληνικής Εταιρείας Λιπιδιολογίας

Ο Δημήτρης Ρίχτερ τελείωσε την ειδικότητα του στην Καρδιολογία, στο Ιπποκράτειο Νοσοκομείο Αθηνών το 1999 και συνέχισε την εκπαίδευσή του στη Μεγ. Βρετανία με υποτροφία της Ευρωπαϊκής Καρδιολογικής Εταιρείας. Σήμερα είναι Διευθυντής της Β' Καρδιολογικής Κλινικής της Ευρωκλινικής Αθηνών. Ασχολήθηκε ερευνητικά με την επιδημιολογία και τους παράγοντες κινδύνου της στεφανιαίας νόσου στον Ελληνικό πληθυσμό, αναπτύσσοντας πλούσιο συγγραφικό και ερευνητικό έργο. Μέχρι σήμερα έχει δημοσιεύσει σε έγκριτα διεθνή καρδιολογικά περιοδικά άνω των 50 εργασιών, έχει παρουσιάσει περισσότερες από 300 ερευνητικές εργασίες του σε συνέδρια και έχει υπάρξει προσκεκλημένος ομιλητής σε περισσότερα από 1000 συνέδρια τα τελευταία έτη. Έχει γράψει 6 κεφάλαια σε βιβλία Καρδιολογίας, είναι κριτής εργασιών σε Ελληνικά και Διεθνή Συνέδρια και περιοδικά καθώς και υπεύθυνος σύνταξης του περιοδικού «Καρδιά και Αγγεία» του Ελληνικού Ιδρύματος Καρδιολογίας.

Έχει διατελέσει Πρόεδρος της Ομάδας Πρόληψης Στεφανιαίας Νόσου της Ελληνικής Καρδιολογικής Εταιρείας, και σήμερα είναι Πρόεδρος της Ελληνικής Εταιρείας Λιπιδιολογίας, μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του Ελληνικού Ιδρύματος Καρδιολογίας, καθώς και πολλών άλλων επιστημονικών επιτροπών. Έχει υπάρξει μέλος της επιτροπής εκπόνησης κατευθυντηρίων οδηγιών, τόσο στην Ελληνική όσο και στην Ευρωπαϊκή Καρδιολογική Εταιρεία. Όσον αφορά το κοινωνικό του έργο, έχει συμμετάσχει σε αποστολές της οργάνωσης «Γιατροί Χωρίς Σύνορα» στη Λιβερία και την Αρμενία, έχει εργαστεί ως Ιατρικός διευθυντής της ίδιας οργάνωσης στην Ελλάδα και έχει συμμετάσχει στο Δ.Σ. της για 4 έτη.



Δημήτρης Μαύρος

Διευθύνων Σύμβουλος,
MRB Hellas

Ο Δημήτρης Μαύρος είναι Πρόεδρος του Σ.Ε.Δ.Ε.Α. από το 2016, έχοντας διατελέσει Πρόεδρος από το 1997 μέχρι και το 2006, Πρόεδρος Δ.Ε. Τομέα Ηγεσίας Ε.Ε.Δ.Ε. από τον Ιούνιο 2010 μέχρι και τον Ιούνιο 2016 και από Ιούνιο 2016 μέχρι και σήμερα Ex Officio μέλος Δ.Σ.

Σπούδασε στο Πανεπιστήμιο Πατρών, στη Φυσικομαθηματική Σχολή του Τμήματος Φυσικής (Πτυχίο Φυσικής) και στο Πανεπιστήμιο Αθηνών, στη Φυσικομαθηματική Σχολή του Τμήματος Ηλεκτρονικής. Διαθέτει μεταπτυχιακό τίτλο σε Συστήματα Αυτόματου Ελέγχου, με εξειδίκευση σε θέματα Στατιστικής.

Από το 1986 έως σήμερα εργάζεται στην MRB HELLAS Α.Ε. Στη διάρκεια της συνεργασίας του με την MRB HELLAS έχει χειριστεί μεγάλους Έλληνες και Πολυεθνικούς πελάτες, Μ.Μ.Ε. και Οργανισμούς του Δημοσίου. Παράλληλα έχει συμμετάσχει ως επίσημος εισηγητής σε συνέδρια του Ε.Ι.Μ., της Ε.Δ.Ε.Ε., της Ε.Ε.Δ.Ε., του ΕΙΕΠ, της Λέσχης Επιχειρηματικότητας του Ινστιτούτου Επικοινωνίας, του ECR και άλλων επίσημων φορέων της χώρας.

Καταξιωμένο στέλεχος στον επαγγελματικό χώρο της έρευνας αγοράς, με συστάσεις όχι μόνο εντός της ελληνικής αγοράς αλλά και σε περιφερειακό και σε διεθνές επίπεδο. Ειδικά όσον αφορά στο τελευταίο, αξίζει να αναφερθεί η τιμητική διάκριση που του έγινε, συμμετέχοντας στην εξαιρετικής σημαντικότητας εξαμελή επιτροπή (Αγγλία 1 εκπρόσωπος, Γαλλία 2, ΗΠΑ 1, Ελλάδα 1, Γερμανία 1) της E.SO.MA.R. (European Society of Market Research) με στόχο την ανανέωση / αναθεώρηση των Διεθνών Κωδίκων Δεοντολογίας στον τομέα των Κοινωνικών και Πολιτικών Ερευνών.



Πέτρος Ζώτος

Φαρμακοποιός

Ο Πέτρος Ζώτος είναι πτυχιούχος φαρμακοποιός, απόφοιτος του τμήματος Φαρμακευτικής Αθηνών. Αρίστευσε επίσης στο πρόγραμμα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών «Διοίκηση Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα για Φαρμακοποιούς».

Από το 2009 συνδιαχειρίζεται 4 φαρμακεία εντός Αττικής με μεγάλη εμπειρία διαχείρισης τόσο ασθενών όσο και καταναλωτών οι οποίοι αναζητούν προϊόντα OTC και αυτοφροντίδας. Τα φαρμακεία του διαφοροποιούνται στην εξυπηρέτηση των ασθενών/καταναλωτών, καθώς εφαρμόζονται πρακτικές marketing η οποίες είναι προσανατολισμένες στην καλύτερη εξυπηρέτηση και συμβουλή των πελατών του. Είναι επίσης συνιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος του ηλεκτρονικού φαρμακείου e-pharm.gr το οποίο λειτουργεί με επιτυχία από το 2011, εφαρμόζοντας πολλές digital καμπάνιες για σχεδόν όλα τα Brands που πωλούνται από το ηλεκτρονικό του φαρμακείο. Τέλος, συμμετέχει ως ομιλητής σε επιστημονικά συνέδρια του κλάδου.



Σοφία Νάσιου

Πρόεδρος Δ.Σ. Ε.Ε.Φα.Μ.

Η Σοφία Νάσιου είναι εμπορικό στέλεχος με εμπειρία στη βιομηχανία φαρμάκου, προϊόντων Υγείας και καταναλωτικών προϊόντων, έχοντας δουλέψει για 20 χρόνια σε πολυεθνικούς οργανισμούς (AstraZeneca & GlaxoSmithKline), σε μία μεγάλη ελληνική εταιρεία τροφίμων (ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε.) και στη διεθνή εταιρεία ανάπτυξης, παραγωγής και εμπορίας γενοσήμων θεραπειών Medochemie. Έχει ασχοληθεί με θέματα σχεδιασμού Πολιτικής Υγείας και Πρόσβασης, για λογαριασμό του Ελληνικού Κοινοβουλίου και του Υπουργείου Υγείας. Ειδικεύεται στα Commercial Operations, Marketing Communications, Business Unit, Business Development, Public Policy, Government Affairs, Market Access και τη διαχείριση τμημάτων Πωλήσεων & Μάρκετινγκ.

Ξεκίνησε την πορεία της στην εταιρεία ΓΙΩΤΗΣ δουλεύοντας στο Τμήμα Εξαγωγών για 8 χρόνια, όπου διαχειρίστηκε πάνω από 25 αγορές σε Ευρώπη, Αμερική, Ασία και Μέση Ανατολή για ένα σημαντικό αριθμό προϊόντων σε ποικίλες κατηγορίες. Το 2006 πηγαίνει στην GlaxoSmithKline αναλαμβάνοντας τη διαχείριση τριών αγορών εκτός Ελλάδος, Κύπρο-Μάλτα-Γιβραλτάρ. Εκεί ανέλαβε τη διαχείριση περισσότερων από 30 προϊόντων (OTC, Oral Health Care, Nutritional Drinks) λειτουργώντας σε τρία διαφορετικά κανάλια: στο Φαρμακείο, στο λιανεμπόριο (Mass Market) και στην Out-of-Home αγορά. Μετά από 5 χρόνια κάνει την αλλαγή στην AstraZeneca, περνώντας στα συνταγογραφούμενα φάρμακα, αναλαμβάνοντας τη διαχείριση της αγοράς της Κύπρου για όλες τις θεραπευτικές κατηγορίες προϊόντων της εταιρείας, το 3rd party business της εταιρείας στην Ελλάδα, τη διαχείριση των νοσοκομείων (ανάπτυξη διαγωνισμών, διαχείρισης off-patent portfolio, πρόσβαση νέων προϊόντων στο νοσοκομειακό περιβάλλον), business development projects όπου εργάστηκε μέχρι το 2014. Στη συνέχεια λειτούργησε ως Consultant σε Life Science & FMCG, ενώ το 2016 ενεπλάκη σε θέματα σχεδιασμού Πολιτικής Υγείας, διαχειριζόμενη θέματα συνολικά του κλάδου της Υγείας.

Από το Μάρτιο 2017 έχει τη θέση Global Marketing Manager στη Medochemie, έχοντας αναλάβει τη κεντρική διεύθυνση Marketing & Business Development της εταιρείας. Είναι απόφοιτος του Τμήματος Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης του Γεωργικού Πανεπιστημίου Αθηνών και έχει μεταπτυχιακό στα Εφαρμοσμένα Οικονομικά και Χρηματοοικονομικά με έμφαση στις Στρατηγικές Αποφάσεις από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Μιλάει αγγλικά, ιταλικά και ισπανικά.

Η διαδικασία αξιολόγησης

ΠΡΟΚΡΙΜΑΤΙΚΗ ΦΑΣΗ

Στάδιο 1

- ▶ Οι πλήρεις φακέλοι όλων των συμμετεχόντων δίδονται για αξιολόγηση στην Κριτική Επιτροπή.
- ▶ Η Κριτική Επιτροπή εξετάζει το υλικό και κάνει μία πρώτη ατομική αξιολόγηση κάθε υποψηφιότητας.

Στην προκριματική φάση κρίνει και βαθμολογεί μόνο η Κριτική Επιτροπή.

- ▶ Οι υποψηφιότητες βαθμολογούνται με ακέραιους αριθμούς σε κλίμακα 0-10.
- ▶ Μετά το τέλος της διαδικασίας αξιολόγησης, οι βαθμολογίες καταχωρούνται σε ειδικά διαμορφωμένες φόρμες βαθμολογίας και κάθε μέλος της Κριτικής Επιτροπής παραδίδει υπογεγραμμένη τη βαθμολογία του στο μέλος που εκπροσωπεί την Οργανωτική Επιτροπή.
- ▶ Στη συνέχεια προστίθενται οι βαθμοί που συγκέντρωσε κάθε υποψηφιότητα αφαιρώντας την υψηλότερη και χαμηλότερη βαθμολογία. Το άθροισμα που προκύπτει διαιρείται δια του αριθμού των «ψηφισάντων - 2». Το πηλίκο αυτής της διαίρεσης αποτελεί την τελική βαθμολογία κάθε υποψηφιότητας, με βάση την οποία προκρίνεται ή όχι στην τελική φάση του διαγωνισμού.
- ▶ Στην τελική φάση προκρίνονται οι δύο υποψηφιότητες από κάθε κατηγορία, που θα συγκεντρώσουν την υψηλότερη βαθμολογία. Σε περίπτωση ισοβαθμίας, προκρίνεται η υποψηφιότητα που έχει συγκεντρώσει τους τρεις υψηλότερους βαθμούς και σε περίπτωση νέας ισοβαθμίας, τους τέσσερις υψηλότερους βαθμούς.

Στάδιο 2

- ▶ Οι παρουσιάσεις όλων των υποψηφιοτήτων στην Κριτική Επιτροπή πραγματοποιούνται εντός Νοεμβρίου και Δεκεμβρίου 2019.
- ▶ Μετά την ολοκλήρωση των παρουσιάσεων, τα μέλη της Κριτικής Επιτροπής ανακοινώνουν την τελική τους βαθμολογία.
- ▶ Με βάση τη συνολική βαθμολογία που συγκεντρώνει κάθε υποψηφιότητα, προκύπτουν τα τελικά αποτελέσματα. Οι δύο πρώτοι κάθε κατηγορίας, προκρίνονται στην τελική φάση του διαγωνισμού.

Η βαθμολογία της Κριτικής Επιτροπής αντιπροσωπεύει το 60% της τελικής βαθμολογίας.

ΤΕΛΙΚΗ ΦΑΣΗ

Στάδιο 3

- ▶ Την τρίτη ημέρα του Συνεδρίου, γίνεται παρουσίαση των δώδεκα υποψηφιοτήτων που προκρίθηκαν (δύο από κάθε κατηγορία), στο συνεδριακό κοινό.
- ▶ Η συνολική παρουσίαση δεν πρέπει να υπερβαίνει τα δέκα λεπτά. Μετά την πάροδο των δέκα λεπτών, ηχητική ειδοποίηση θα προειδοποιεί τους διαγωνιζόμενους για την πάροδο του χρόνου, ενώ ένα λεπτό αργότερα το μικρόφωνο θα κλείνει. Δεν υπάρχει περιορισμός αναφορικά με τον αριθμό των διαφανειών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην παρουσίαση.
- ▶ Στην τελική φάση, το συνεδριακό κοινό με τη διαδικασία της τηλεψηφοφορίας, ψηφίζει μεταξύ των φιναλίστ ανά κατηγορία.

Η βαθμολογία του κοινού αντιπροσωπεύει το 40% της τελικής βαθμολογίας.

Όλες οι υποψηφιότητες, τόσο αυτές που θα προκριθούν στην τελική φάση όσο και οι υπόλοιπες, θα αναρτηθούν προς συζήτηση σε μορφή poster, σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο του Συνεδρίου.

Στην τελική φάση κρίνει και βαθμολογεί μόνο το Συνεδριακό Κοινό.

- ▶ Δικαίωμα βαθμολογίας έχουν μόνον οι εγγεγραμμένοι σύνεδροι.
- ▶ Κάθε σύνεδρος μπορεί να βαθμολογήσει μία μόνον φορά κάθε υποψηφιότητα.
- ▶ Στη συνέχεια, προστίθενται οι βαθμοί που συγκέντρωσε κάθε υποψηφιότητα αφαιρώντας το 10% της υψηλότερης και το 10% της χαμηλότερης βαθμολογίας. Το άθροισμα που προκύπτει, διαιρείται δια του αριθμού των «ψηφισάντων -20%». Το πηλίκο αυτής της διαίρεσης αποτελεί την τελική Βαθμολογία Κοινού κάθε υποψηφιότητας.

Η τελική βαθμολογία κάθε υποψηφιότητας προκύπτει από το άθροισμα της βαθμολογίας του συνεδριακού κοινού, με συντελεστή βαρύτητας 40% και τη βαθμολογία που έχει συγκεντρώσει από την Κριτική Επιτροπή στην προκριματική φάση, με συντελεστή βαρύτητας 60%. Με βάση την υψηλότερη συγκριτικά βαθμολογία, αναδεικνύεται το Πρώτο και Δεύτερο βραβείο της κάθε κατηγορίας. Σε περίπτωση ισοβαθμίας, λαμβάνεται υπόψη η σχετική βαθμολογία της Κριτικής Επιτροπής. Εάν προκύψει νέα ισοβαθμία, υπολογίζονται οι 20 μεγαλύτεροι βαθμοί, που συγκέντρωσαν οι υποψηφιότητες. Σε περίπτωση επανάληψης της ισοβαθμίας, υπολογίζονται οι 30, 40, 50 κ.ο.κ. μεγαλύτεροι βαθμοί.

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Η τελική βαθμολογία και για τις 6 κατηγορίες θα ανακοινωθεί την ημέρα της παρουσίασης στο συνεδριακό κοινό, οπότε και θα γίνει και η απονομή των βραβείων στους νικητές. Η αναλυτική βαθμολογία της Κριτικής Επιτροπής και της ψηφοφορίας του συνεδριακού κοινού των 12 επίλεκτων εκστρατειών θα βρίσκεται στη διάθεση των υποψηφίων στα γραφεία της Ε.Ε.Φα.Μ.

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

- ▶ Η Κριτική Επιτροπή βρίσκεται σε απαρτία εφ' όσον είναι παρόν ή βαθμολογεί το 100% των μελών της.
- ▶ Οι βαθμολογίες υποβάλλονται ηλεκτρονικά.
- ▶ Μέλη της Κριτικής Επιτροπής που συνδέονται με συγγένεια πρώτου βαθμού ή εργάζονται στον ίδιο οργανισμό με συμμετέχοντες από τις υποψήφιες καμπάνιες, δεν την βαθμολογούν.

- ▶ Τα μέλη της Κριτικής Επιτροπής κρίνουν την κάθε υποψηφιότητα λαμβάνοντας υπόψη τους την αυθόρμητη, προσωπική, υποκειμενική εκτίμησή τους με βάση τα κριτήρια αξιολόγησης.
- ▶ Η επεξεργασία της βαθμολογίας της Κριτικής Επιτροπής γίνεται από την Ε.Ε.Φα.Μ.
- ▶ Τα μέλη της Κριτικής Επιτροπής είναι υπεύθυνα και για την ουσιαστική και τυπική νομιμότητα και καταλληλότητα των υποψηφιοτήτων. Ελέγχουν τα στοιχεία κάθε υποψηφιότητας, σύμφωνα με τον παρόντα κανονισμό και ακυρώνουν όποια κρίνουν ως αντικανονική.
- ▶ Κατά τη διαδικασία της αξιολόγησης τα μέλη της Κριτικής Επιτροπής δεν επιτρέπεται να σχολιάζουν μεγαλόφωνα ή να διαδίδουν κρίσεις για τις υποψηφιότητες, εκτός από την περίπτωση εντοπισμού αντικανονικότητας κάποιας υποψηφιότητας.

▶ Κριτήρια αξιολόγησης

Η Κριτική Επιτροπή θα αξιολογήσει τις συμμετοχές, με βάση τα παρακάτω κριτήρια και αντίστοιχους συντελεστές βαρύτητας:

| Κριτήριο | Συντελεστής βαρύτητας |
|---|-----------------------|
| Δημιουργικότητα / Καινοτομία / Ποικιλία μέσων | 50% |
| Αποτελεσματικότητα Καμπάνιας | 20% |
| Μέθοδοι Αξιολόγησης Καμπάνιας | 20% |
| Πληρότητα και συνολική εικόνα παρουσίασης | 10% |

Σε κάθε κατηγορία παραθέτουμε και ένα πλαίσιο ενδιαφέροντος προκειμένου να χρησιμοποιηθεί ως οδηγός για να χτίσετε τις υποψηφιότητές σας.

Βραβεία

- ▶ Σε κάθε μία από τις έξι κατηγορίες απονέμονται δύο Αριστεία.
- ▶ Το πρώτο βραβείο κάθε κατηγορίας συνοδεύεται από χρηματικό έπαθλο €2.000 (δύο χιλιάδων ευρώ) και το δεύτερο €1.000 (χιλίων ευρώ).
- ▶ Τα βραβεία απονέμονται στους υπεύθυνους της βραβευμένης εκστρατείας. Οι συμμετέχοντες έχουν ακέραιη την ευθύνη της ακρίβειας των στοιχείων της εκστρατείας, καθώς και αυτών που θα αναγράφονται στα βραβεία και τα διπλώματα με βάση σχετική υπεύθυνη δήλωσή τους.

Καλύτερη Καμπάνια Νέου Προϊόντος

Η κατηγορία αφορά επικοινωνιακή καμπάνια που υποστηρίζει την εισαγωγή νέου προϊόντος ή νέου συνδυασμού προϊόντων στην αγορά των συνταγογραφούμενων φαρμάκων.

Στα Αριστεία μπορούν να συμμετάσχουν εκστρατείες νέων προϊόντων που έχουν διεξαχθεί από την **1^η Ιουλίου 2017 έως και την 30^η Ιουνίου 2019.**

Καλύτερη Καμπάνια Ύριμου Προϊόντος ή Ομάδας Προϊόντων

Η κατηγορία αφορά:

- ▶ Την διαχείριση ομάδας προϊόντων που αντιμετώπισαν αποτελεσματικά προκλήσεις και ευκαιρίες στην αγορά.
- ▶ Την επιτυχημένη αλλαγή εικόνας ενός ή περισσότερων ώριμων προϊόντων (προϊόντα που κυκλοφορούν περισσότερα από 4 χρόνια στην αγορά).
- ▶ Την επέκταση γραμμής και νέες ενδείξεις.

Στα Αριστεία μπορούν να συμμετάσχουν εκστρατείες νέων προϊόντων που έχουν διεξαχθεί από την **1^η Ιουλίου 2017 έως και την 30^η Ιουνίου 2019.**

Καλύτερη Καμπάνια Προϊόντων ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ.

Η κατηγορία επικεντρώνεται στην ανάδειξη εκστρατειών προϊόντων που ανήκουν στα Μη Υποχρεωτικώς Συνταγογραφούμενα Φάρμακα (ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ.).

Στα Αριστεία μπορούν να συμμετάσχουν εκστρατείες νέων προϊόντων που έχουν διεξαχθεί από την **1^η Ιουλίου 2017 έως και την 30^η Ιουνίου 2019.**

Καλύτερη Καμπάνια Προϊόντων Αυτο-φροντίδας

Η κατηγορία επικεντρώνεται σε ευρείας χρήσεως προϊόντα υγείας και αυτό-φροντίδας (συμπληρώματα διατροφής, φαρμακευτικά προϊόντα στοματικής υγιεινής, δερμοκαλλυντικά, ομοιοπαθητικά, ιατροτεχνολογικά προϊόντα).

Στα Αριστεία μπορούν να συμμετάσχουν εκστρατείες νέων προϊόντων που έχουν διεξαχθεί από την **1^η Ιουλίου 2017 έως και την 30^η Ιουνίου 2019.**

Καλύτερη Καμπάνια Ψηφιακής Επικοινωνίας

Η κατηγορία αφορά επικοινωνιακή καμπάνια που αξιοποιεί τα ψηφιακά κανάλια επικοινωνίας. Αυτά μπορεί να αφορούν:

- ▶ Δράσεις στα κοινωνικά δίκτυα.
- ▶ Διαδικτυακοί τόποι, εφαρμογές κ.λπ.

Στα Αριστεία μπορούν να συμμετάσχουν εκστρατείες νέων προϊόντων που έχουν διεξαχθεί από την **1^η Ιουλίου 2017 έως και την 30^η Ιουνίου 2019**.

Καλύτερο Πρόγραμμα Υποστήριξης Ασθενών & Ευαισθητοποίησης Κοινού

Η κατηγορία αναγνωρίζει πρωτοβουλίες και ενέργειες που στοχεύουν:

- ▶ στην υποστήριξη ασθενών και
- ▶ στην ευαισθητοποίηση του κοινού για την πρόληψη, διάγνωση και θεραπεία ασθενειών

Στα Αριστεία μπορούν να συμμετάσχουν εκστρατείες νέων προϊόντων που έχουν διεξαχθεί από την **1^η Ιουλίου 2017 έως και την 30^η Ιουνίου 2019**.

Θυμηθείτε:

- ▶ Χρησιμοποιήστε τη φόρμα Δήλωσης Συμμετοχής.
- ▶ Συμπεριλάβετε σαφή σήμανση σε όλα τα παραδοτέα υλικά προς διευκόλυνση της Κριτικής Επιτροπής.
- ▶ Βεβαιωθείτε πως οι εκστρατείες έχουν διεξαχθεί μέσα στο προβλεπόμενο χρονικό διάστημα (από την **1^η Ιουλίου 2017 έως και την 30^η Ιουνίου 2019**).

Σημαντικές Ημερομηνίες:

- ▶ Καταληκτική ημερομηνία για Δηλώσεις Συμμετοχής: **Δευτέρα 30 Σεπτεμβρίου 2019 και ώρα 5:00 μ.μ.**
- ▶ Παρουσιάσεις υποψηφιοτήτων στο πάνελ των κριτών: **Νοέμβριος - Δεκέμβριος 2019**
- ▶ Παρουσιάσεις φιναλίστ ανά κατηγορία Αριστείων: **Παρασκευή 14 Φεβρουαρίου 2020, Μέγαρο Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών.**

▶ Δήλωση συμμετοχής

Η Δήλωση Συμμετοχής υποβάλλεται online είτε μέσω της ιστοσελίδας της Ε.Ε.Φα.Μ., είτε μέσω της διακεκριμένης κατηγορίας του newsletter, ακολουθώντας τις διαθέσιμες, απλές οδηγίες, έως 30 Σεπτεμβρίου 2019 και ώρα 5.00 μ.μ.

Σημείωση: Παρακαλούμε να χρησιμοποιήσετε ξεχωριστή Δήλωση Συμμετοχής για κάθε κατηγορία στην οποία επιθυμείτε να λάβετε μέρος.

Ο πλήρης φάκελος συμμετοχής θα πρέπει να αποσταλεί ηλεκτρονικά, είτε μέσω της ιστοσελίδας της Ε.Ε.Φα.Μ., είτε μέσω της διακεκριμένης κατηγορίας του newsletter, είτε σε USB (με συνημμένο αντίγραφο της Δήλωσης Συμμετοχής) στην κάτωθι διεύθυνση.

Ελληνική Εταιρεία Φαρμακευτικού Management
Τζαβέλα 42B, 15451, Νέο Ψυχικό,
τηλ.: 210 6753159

ΜΕΡΟΣ 1 – ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Παρακαλώ σημειώσατε την κατηγορία στην οποία συμμετέχετε με το σύμβολο ✓

| Αριστεία Ε.Ε.Φα.Μ. 2018 - 2019 | Σημειώσατε ✓ |
|--|--------------|
| Καλύτερη Καμπάνια Νέου Προϊόντος | |
| Καλύτερη Καμπάνια Ύριμου Προϊόντος ή Ομάδας Προϊόντων | |
| Καλύτερη Καμπάνια Προϊόντων ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ. | |
| Καλύτερη Καμπάνια Προϊόντων Αυτό-φροντίδας | |
| Καλύτερη Καμπάνια Ψηφιακής Επικοινωνίας | |
| Καλύτερο Πρόγραμμα Υποστήριξης Ασθενών & Ευαισθητοποίησης Κοινού | |

ΜΕΡΟΣ 2 – ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Επωνυμία Εταιρείας:

Διεύθυνση:

Ταχυδρομικός Κώδικας:

Όνοματεπώνυμο υπευθύνου(ων) εκστρατείας:

Τίτλος:

Τηλέφωνο:

Κινητό:

Email:

Τίτλος Καμπάνιας:

Εμπορική ονομασία προϊόντος:

Θεραπευτική κατηγορία:

Σε περίπτωση βράβευσης, υποδείξτε τον παραλήπτη του Αριστείου

Όνοματεπώνυμο:

Τίτλος:

Τηλέφωνο:

Κινητό:

Email:

ΜΕΡΟΣ 3 – ΤΕΛΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Τέλος Συμμετοχής: €400 πλέον 24% Φ.Π.Α. = €496.00

Το τέλος κάθε υποψηφιότητας πρέπει να καταβάλλεται στον τραπεζικό λογαριασμό του 12^{ου} Συνεδρίου Φαρμακευτικού Management:

ALPHA BANK Amfitheas Branch (294)

Account No.: 294-00-2320 000704

IBAN: GR 83 0140 2940 2940 0232 0000 704

Swift Code (BIC): CRBAGRAAXX

Δικαιούχος: E.T.S. Events & Travel Solutions A.E.

Το αντίγραφο πληρωμής θα αποστέλλεται με email στο awards@eefam.gr σημειώνοντας την ένδειξη: «Αριστεία Ε.Ε.Φα.Μ.» και αναφέροντας την επωνυμία της εταιρείας.

Πληρωμή που καλύπτει πολλαπλές συμμετοχές της ίδιας εταιρείας είναι αποδεκτή.

Ταυτότητα Καμπάνιας

Τίτλος
Καμπάνιας

Εμπορική ονομασία
προϊόντος ή
χαρτοφυλακίου
προϊόντων

Θεραπευτική
κατηγορία

Διάστημα από την
έναρξη των ενεργειών
της καμπάνιας που
υποβάλλετε έως
τη λήξη τους

Περιγράψτε μας
το περιβάλλον
της αγοράς και
του ανταγωνισμού
(100 λέξεις)

Παραθέσατε τους
στόχους (SMART)
της εκστρατείας
και τα αποτελέσματα
(50 λέξεις)

Προσδιορίστε μας
το κοινό-στόχο
(20 λέξεις)

Παρουσιάστε μας
τη στρατηγική σας
(120 λέξεις)

Αναλύστε μας
τα μέσα, μεθόδους
και τεχνικές που
χρησιμοποιήσατε
(110 λέξεις)



14.02.2020

Μέγαρο Πιεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών



ΟΡΓΑΝΩΣΗ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ MANAGEMENT
Τζαβέλα 42B, Νέο Ψυχικό, 154 51
Τηλ.: 210 6753159, Φαξ: 210 6753150
e-mail: info@eefam.gr, www.eefam.gr

