



## marketing con soportes de interés público y social

bernard krief

Acción basada en  
**DECÁLOGOS**  
y  
**TAKE ONE**

(Folletos para Pacientes y  
Profesionales de la Sanidad)



Se apoyan en los X Mandamientos,  
que se considera un número  
mágico y religioso



Un **DECÁLOGO** es un resumen de

## BUENAS PRÁCTICAS DEL PACIENTE, o BUENAS PRÁCTICAS DEL PROFESIONAL

(“Good Medical o Pharmaceutical Practices” y “Good Patients Practices”),

que aconseja en diez puntos lo que se debe de hacer frente a una determinada patología.

Su objetivo es apoyar la *argumentación de prescripción, dispensación y uso*

*de los productos farmacéuticos de*

**Laboratorios N.A.S.A.** en Menopausia.



Disponiendo de un LIBRO BLANCO o  
de un ESTUDIO DE BASE



el objetivo es trasladar a :

- Profesionales Sanitarios (Médicos, Farmacéuticos, Enfermería)
- Pacientes

las

CONCLUSIONES PRINCIPALES en forma de

**DECÁLOGO,**

normalmente incluido en un *díptico* o *tríptico*, en **TAKE ONE**

para CENTROS DE SALUD – HOSPITALES o FARMACIAS



## 2 planteamiento

Ejemplo:

desea realizar un **DECÁLOGO** sobre

partiendo del Estudio Libro Blanco, sobre

Laboratorios N.A.S.A.

MENOPAUSIA

LA MENOPAUSIA EN ESPAÑA Y SUS CCAA

CALIDAD DE VIDA DEL PACIENTE





Se celebra alternativamente, para crear el **DECÁLOGO**

#### A Un METAFORUM

de 60 a 100 VIPS, por ejemplo en el propio salón del Ministerio de Sanidad, y se vota un Decálogo con un sistema, a distancia de votación electrónico.



#### B Una MESA REDONDA

en mesa imperial, con un Comité Científico, más reducido, de 15 a 30 personas, que debatirán para llegar a un consenso sobre diez normas.



C Un reducido **COMITÉ DE EXPERTOS**, o una *personalidad destacada* analiza el Informe de Base y hace el **DECÁLOGO**.

D Una **SOCIEDAD CIENTÍFICA**, por el método que elija, elaborará las 10 conclusiones más importantes.



## Selección del TARGET y estructura de la acción

### 1º Profesionales, Médicos y Enfermería

En Centros de Salud y Hospitales

600 millones de visitas al año.

### 2º Farmacéuticos en las 21.000 Farmacias españolas

1.000 millones de visitas al año.

### 3º Colocación en lugares de concentración de público:

- espectáculos (cines, teatros, plazas de toros, etc.)
- distribución en hipermercados, grandes superficies, etc.,



### DEL DECÁLOGO

- ➔ **POSTER** (50 x 40 cm) adherencia en paredes
- ➔ **POSTER ADHESIVO** para vitrinas, puertas de cristal, etc., de Farmacias
- ➔ **VELEROS (ROLLERS)**
- ➔ **PANCARTAS DE MESA**, presidiendo actos.





FORMAS:

DÍPTICOS o TRÍPTICOS en TAKE ONE  
sueltos.

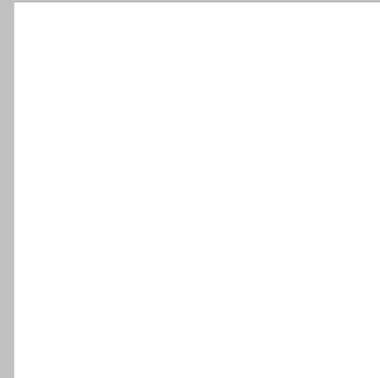
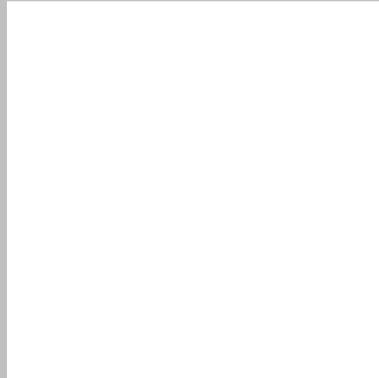
Independientemente, de los POSTERS,  
se pueden realizar



DÍPTICOS  
o  
TRÍPTICOS  
con el  
DECÁLOGO

y se pueden repartir a *pacientes o profesionales*, por:

- ✓ Colocación del TAKE ONE en mostradores de farmacia, o recepción de Centros de Salud y Hospitales.
- ✓ RED DE AGENTES DE SALUD
- ✓ RED DE VENTAS



**BERNARD KRIEF**  
Avda. Reina Victoria, 72 • 28003 MADRID • ESPAÑA  
Tfno.: + 34 91 554 16 00 • Fax.: +34 91 534 75 48  
e-mail.: [brabassa@bernardkrief.es](mailto:brabassa@bernardkrief.es) • [www.bernardkrief.es](http://www.bernardkrief.es)

