Lesson 7

PLACE

6EMHC2

Marketing in Healthcare

Peter Pažitný

Daniela Kandilaki

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

content

1. Place
2. Case study: DR. MAX
3. Case study: MEDIPOINT
4. Distribution channels
5. Intensity of distribution
6. Vertical marketing systems

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Group WORK

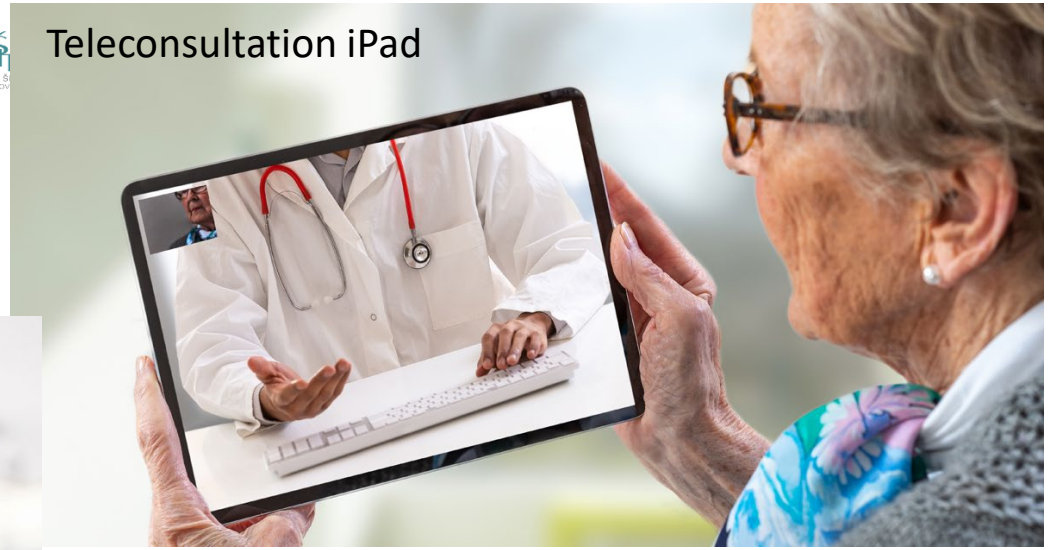
What is place?

Try to define by your own words.

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

PLACE

Teleconsultation iPad



GP office



Clinic in adm. building



Otoscope iPhone



Online pharmacy



CANADIAN MEDICAL

place

- Distribution includes all activities that ensure the availability of goods to target customers.
- Distribution channels are not limited to the distribution of physical products but also to services.
- Service providers address the question of how to make their services available to their customers.

Availability

- The main criterion for the distribution of health services is availability.
- An integral part of healthcare distribution is the place of healthcare facility
- Its culture, atmosphere, hygiene conditions, the overall environment of the healthcare facility.

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

PLACE

In COVID era this „P“ can dramatically influence consumer behavior

Place = accessibility of the service/product to the consumer

ISCARE

800 203 233

Klinické a výzkumné centrum pro střevní záněty (IBD)

Poskytovaná léčba | Vyšetřovací metody | Vzdělávací program | Náš tým | Poradna | Ceník

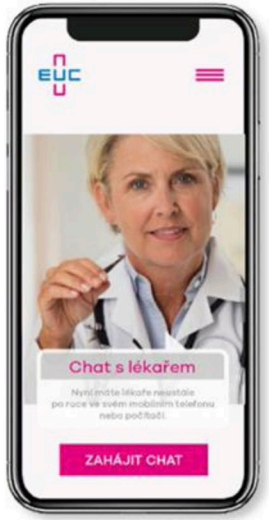
Virtuální klinika

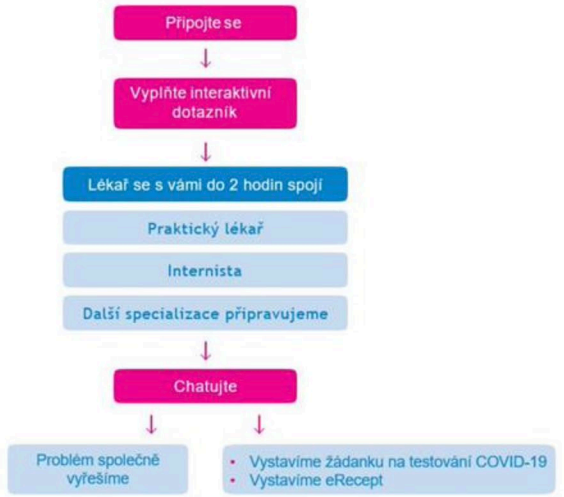
Pro IBD pacienty našeho Klinického a výzkumného centra pro střevní záněty jsme si připravili virtuální kliniku, která vám usnadní a urychlí přístup k informacím, k vašemu lékaři a pomůže při akutních situacích, kdy potřebujete rychlou radu.

Na jednom místě můžete požádat o:

- E-recept
- E-žádanku k doplňujícímu vyšetření
- Objednání k endoskopickému či sonografickému výkonu
- Objednání do ordinace ošetřujícího lékaře
- Zaslání výsledků pro praktického nebo odborného lékaře
- Požádat o radu lékaře
- Požádat o radu IBD sestry, stomické sestry, nutričního terapeuta
- Spojit se s lékařem prostřednictvím videokonference
- Akutní konzultace s lékařem

Virtuální klinika vystavuje elektronický recept do SMS či e-mailu, e-Neschopenku, e-Žádanku na testování přítomnosti nemoci COVID-19.






Lékárna
Dr.Max
Lékárna
-50 %
z doplatku
na léky
E-SHOP
Výdejní místo
pro E-SHOP Dr.Max
Volný prodej
Pomáhej
s humorem
Karta výhod
Dr.Max

2. Dr. Max

DR. MAX (BRATISLAVA)

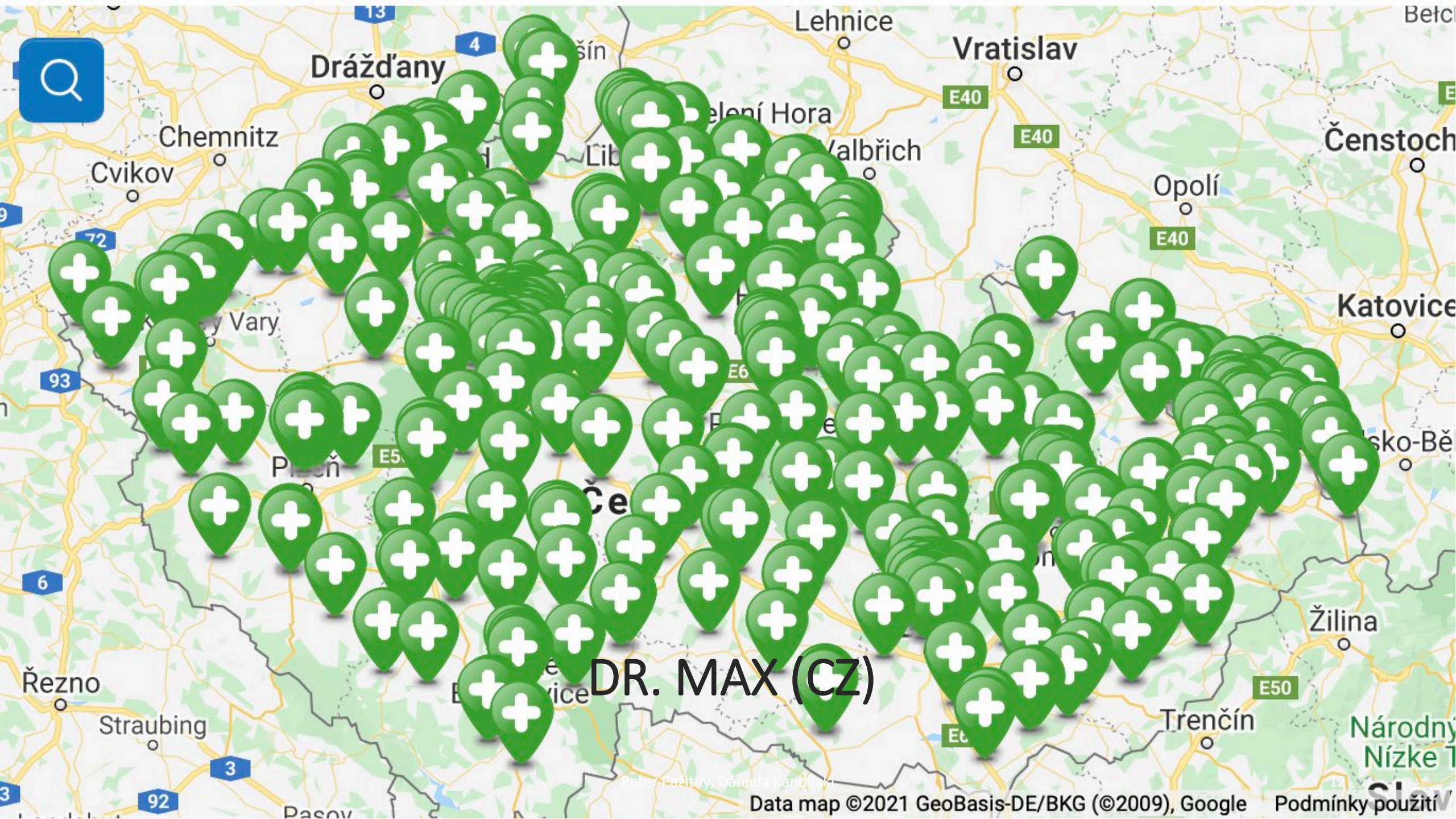


DR. MAX (PraGUE)



DR. MAX (SK)


Mapa
Satelitné
Bratislava
Viedeň
Budapešť
Košice
Žilina
Banská Bystrica
Prešov
Trnava
Nitra
Trenčín
Martin
Ružomberok
Poprad
Michalovce
Humenné
Banská Štiavnica
Rimavská Sobota
Lučenec
Zvolen
Nové Zámky
Komárno
Miškovec
Satu Mare
Debrecín
Oradea
Google

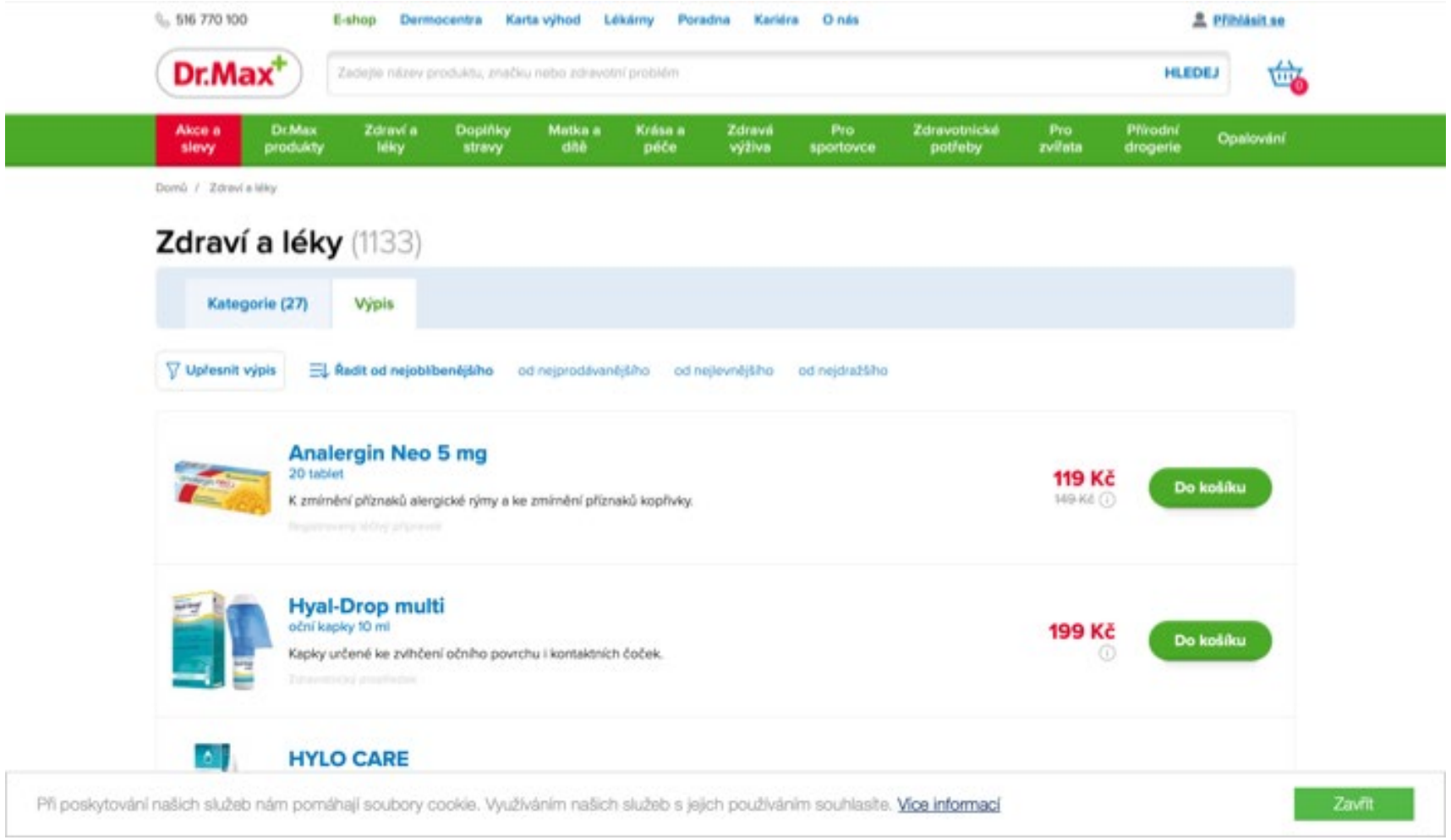

DR. MAX (CZ)
Lehnice
Vratislav
Drážďany
Chemnitz
Cvikov
Opolí
Katovice
Žilina
Řezno
Straubing
Trenčín
E40
E6
E50
Data map ©2021 GeoBasis-DE/BKG (©2009), Google
Podmínky použití

DR. MAX (PERSONAL SELL)

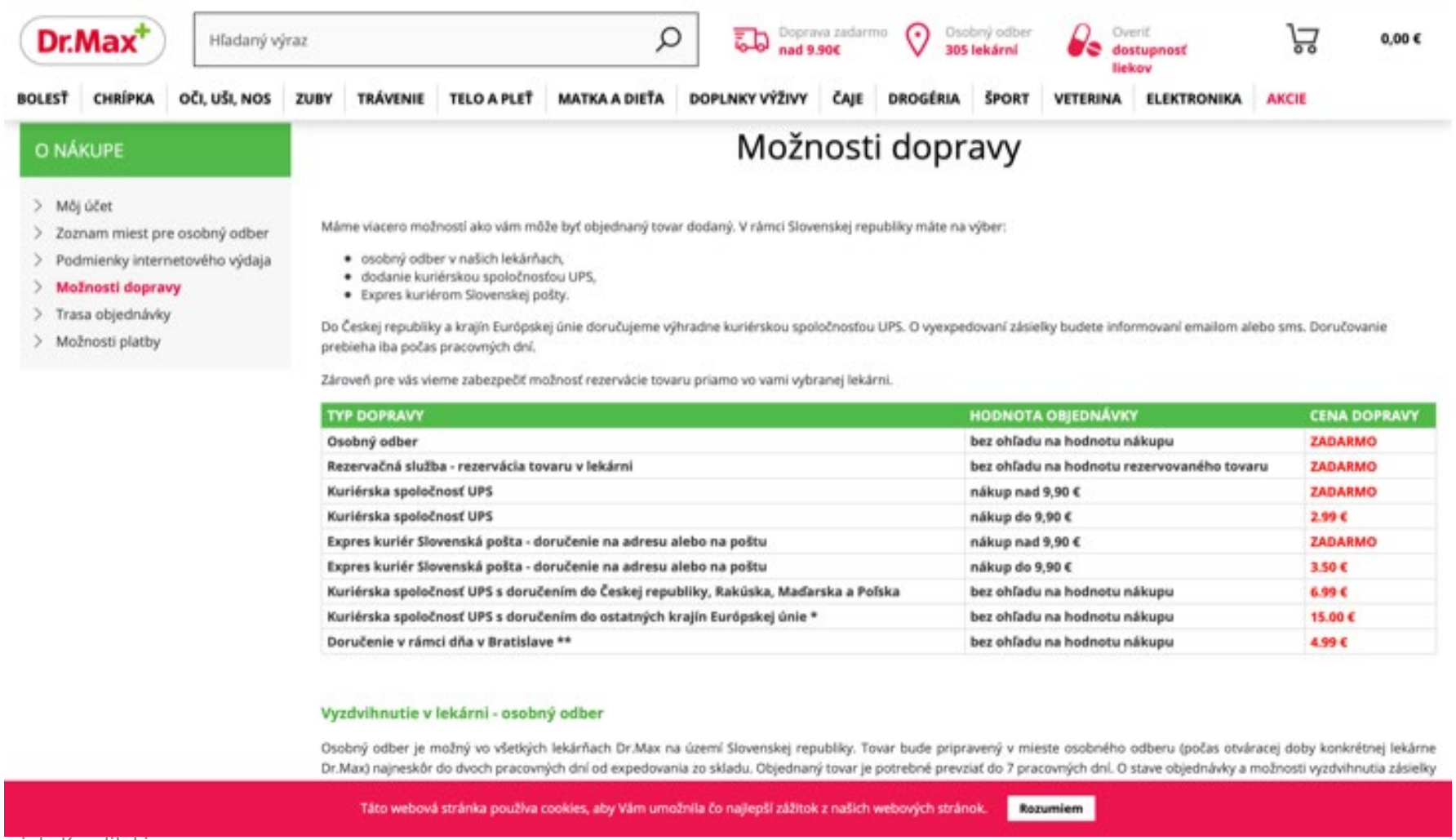


EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

DR. MAX (E-SHOP)



DR. MAX (HOME DELIVERY)



DR. MAX (DISPENSING automat)



DR. MAX

- Pharmacy personall sell with standard opening hours
- Pharmacy with prolonged opening hours
- Pharmacy 24/7
- Pharmacy e-shop
- Pharmacy e-shop with home delivery
- Pharmacy drug dispensing machine

medipoint®

Staňte se naším partnerem

MEDIPOINT

Přidejte se k nám

Lékarna na dosah ruky

Od roku 2015 umožňujeme různým podnikatelským subjektům nabídnout svým zákazníkům nákup vyhrazených léčivých přípravků mimo lékárenský trh.

Spousta zákazníků tuto službu zná ze zahraničí, kde je možnost nákupu některých vyhrazených léčiv mimo lékárny už standardem. Důvodů, proč je tato služba zákazníky tak vyhledávaná, je více. Jednak proto, že na spoustě našich partnerských míst je delší otevírací doba než mají tradiční lékárny, mnoho z nich je otevřeno nonstop a dále také proto, že stále existují místa, kde lékárna vůbec není. V obou případech tak naši partneři získávají kompletní službu a



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

MEDIPOINT



Vyhrazené léčivé přípravky k vnitřnímu užití. Čtěte pozorně příbalovou informaci.

Co jsou vyhrazené léčivé přípravky?

Vyhrazená léčiva jsou léky, které je možné zakoupit bez receptu a používat i bez odborné konzultace. Do této skupiny patří například léky na léčbu mírné bolesti, zažívacích a trávících problémů, čaje, desinfekční přípravky a spousta dalších. Jde většinou o produkty všeobecně známé a pro zákazníky tzv. přípravky „první volby“.

Provozovatelé čerpacích stanic

BENZINA, Shell, OMV, RoBiN OIL, GOLD

Retailové řetězce a prodejny s potravinami a spotřebním zbožím

dm, coop, GLOBUS, teta, pont to go

Ubytovací a lázeňská zařízení

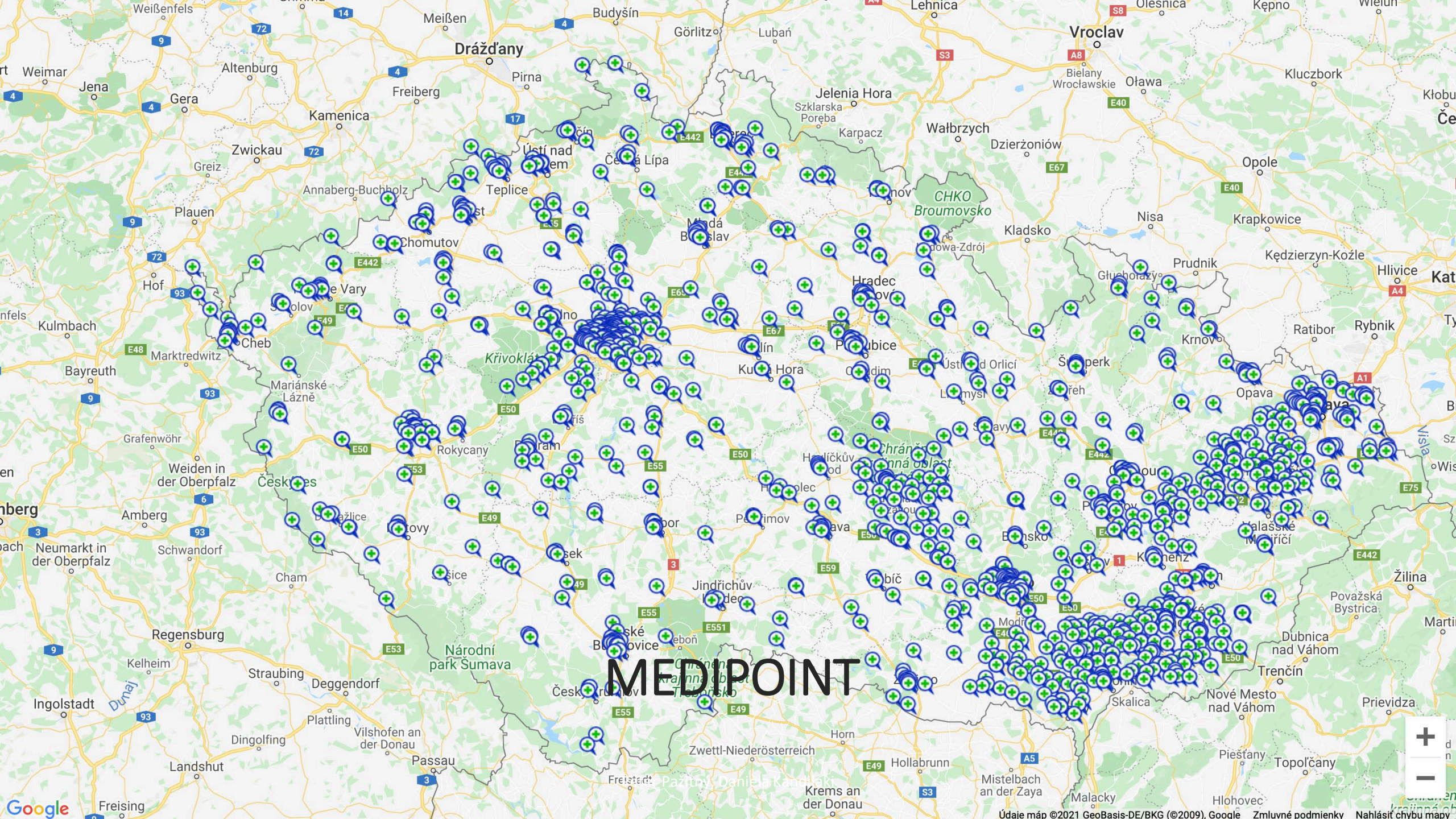
SANATORIA KLIMKOVICE, LÁZNĚ MŠENÉ, BOHEMIA LÁZNĚ KARLOVY VARY, Lázně Teplice nad Bečvou, REHABILITAČNÍ CENTRUM 1902 ČELADNÁ, HOTEL VÍR

Další partneři

UNI HOBBY, SUN OUTDOOR, Hobby chov, PACLÍK SVĚT NÁŘADÍ A ŽELEZÁŘSTVÍ ...

MEDIPOINT


medipoint
Nexcare
Ibalgin BABY
Ibalgin 200
PARALEN EXTRA
PARALEN 500
Panadol Novum
NUROFEN
NUROFEN 200 mg
Celaskon
TUMS PASTILKY
Carbo medicinalis
KINEDRYL
Espumisan
Hyal-Drop
Vising
SuperMag
baby Top Test
ImunoElixer
Zoviconceal
Akutol
INDULONA
Driclor
VINCENTKA PASTILKY
STĚRIMAR
QUIXX
Preventan Quattro
Preventan Akut
RapiClear
THC
Urinal Akut


MEDIPOINT
Google
Údaje máp ©2021 GeoBasis-DE/BKG (©2009), Google
Zmluvné podmienky
Nahlásiť chybu mapy

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Distribution channel

Short distribution channel

PHARMACY (traditional own products) → PATIENT

Long distribution channel

PHARMACEUTICAL COMPANY → SPECIALIZED WHOLESALER / IMPORTER

SPECIALIZED WHOLESALER / IMPORTER → PHARMACY (RX DRUGS) → PATIENT

SPECIALIZED WHOLESALER / IMPORTER → MEDIPOINT (Vyhrazené LP) → PATIENT

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

Alternative vertical marketing systems

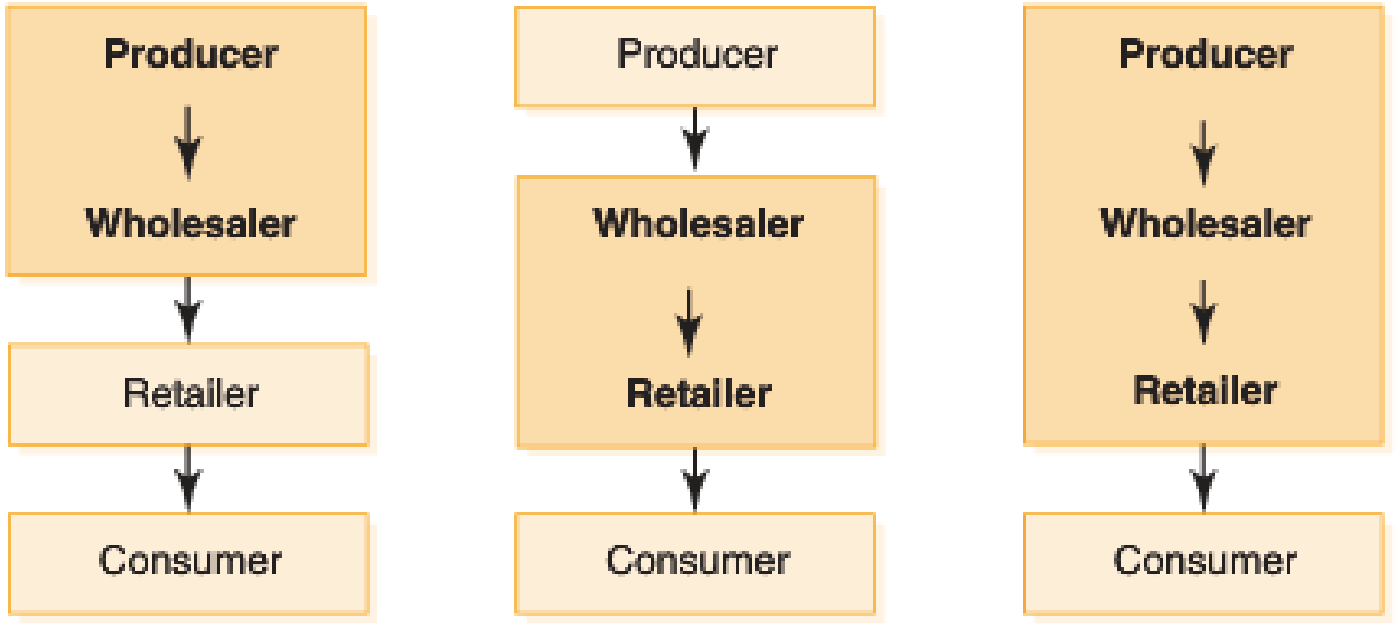
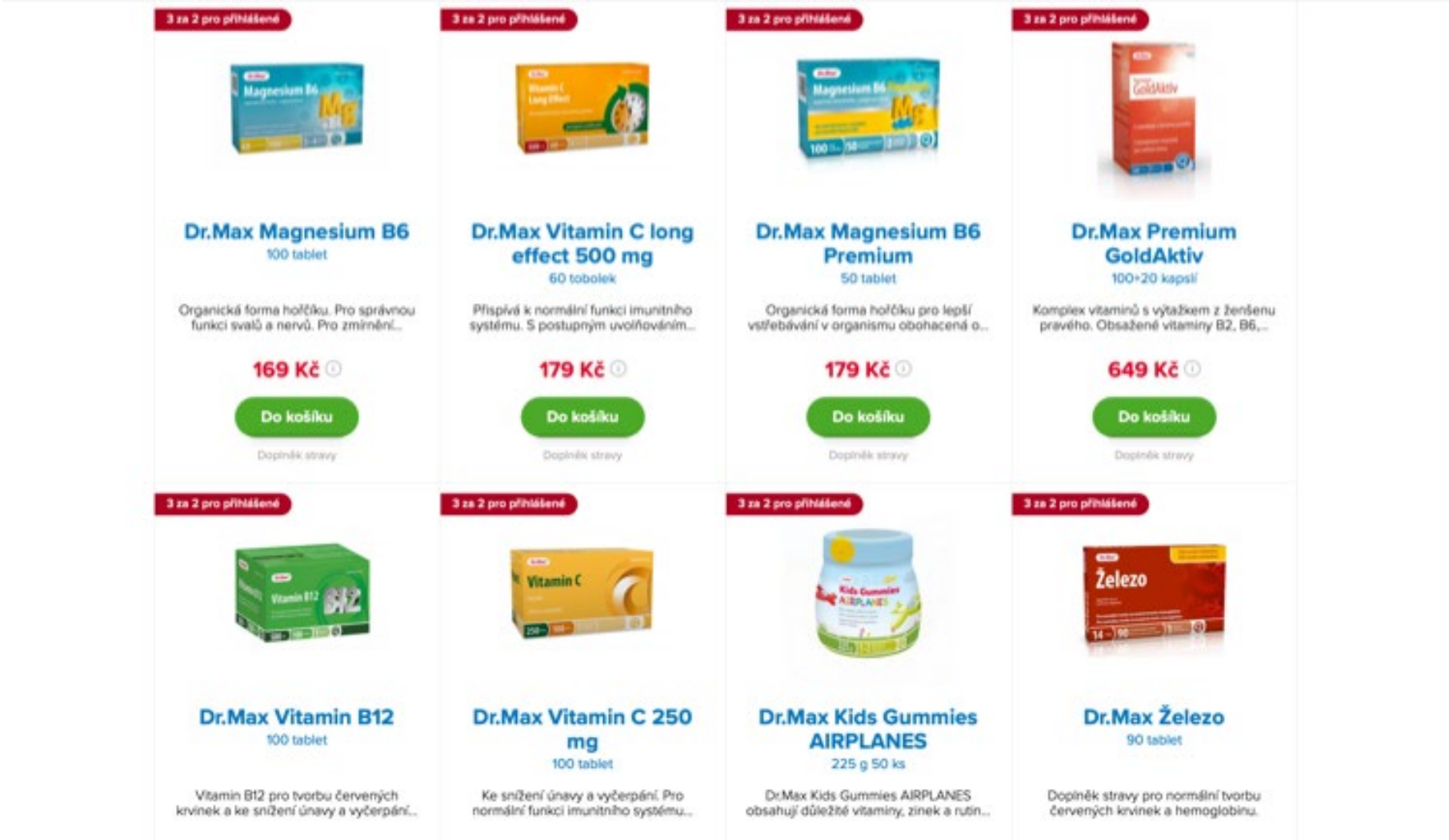


FIGURE 10-4 Alternative Vertical Marketing Systems

DR. MAX (own BRAND)



Intensity of distribution

- This channel intensity will then determine how available the product is to the ultimate consumer
- Intensive Distribution (RX drugs)
  - This strategy is typical of consumer goods manufacturers, when the product is available in a large number of outlets
- Exclusive Distribution (Expensive cosmetics)
  - The opposite of intensive distribution is exclusive distribution, whereby the product or service is offered in a highly restricted number or outlets
- Selective Distribution (Ecological products)
  - An intermediate intensity strategy that of selective distribution
  - This approach involves fewer retailers than the intensive approach and is particularly attractive to manufacturers of shopping goods

Vertical marketing systems

- Corporate Vertical Marketing Systems
  - Production + distribution under one roof
- Administered Vertical Marketing Systems
  - coordination among members with no ownership
- Contractual Vertical Marketing Systems
  - Cooperative –agreements between members who are on the same level
  - Franchising –deal that sells manufacturing and distribution of the service with “a cooking book”

DR. MAX VS. VAŠA LEKÁREŇ VS. BENU



1 owner chain



Virtual chain



Franchise

SUMMARY

- Distribution is how and where a product or service is made available to consumers
- Distribution includes all activities that ensure the availability of goods (services) to target customers.
- Distribution intensity: intensive, exclusive, selective
- The distribution channel is the focal point in formulating a healthcare marketing strategy
- A vertical marketing system can be defined as distribution channels in which intermediaries are integrated so that their functions are performed within the channel with the highest possible efficiency.
- Ideally, in a well-managed vertically managed system, conflicts and different goals should be eliminated to make the system work well.

Thanks for your attention