

Digitalna transformacija u farmaceutskoj industriji – jesmo li uspjeli? Primjer web portala

Digital Transformation in the Pharma Industry – Did we Succeed? A Web Portal Case Study

IVANA KLINAR^{1,2}, ZRINKA KOSTELIĆ¹, ANA BARIČIĆ¹, ANITA RADIĆ¹, MATEJ HERCEG¹

¹PLIVA Hrvatska d.o.o., Zagreb; ²Medicinski fakultet, Hrvatsko katoličko sveučilište, Zagreb

SAŽETAK ____Pandemija virusa SARS-CoV-2 i infekcija COVID-19 uzrokovala je velike promjene u farmaceutskom marketingu, a najveći je utjecaj imala na način interakcije između medicinskih predstavnika i liječnika, ljekarnika te drugih zdravstvenih radnika. Farmaceutske kompanije ubrzano su mijenjale svoje strategije kako bi i dalje mogle pružati važne informacije zdravstvenim radnicima. Poznato je da je cjeloživotno učenje imperativ zdravstvenim radnicima, a u vrijeme pandemije postoji i veća potreba za praćenjem najnovijih podataka. Posjećenost internetskog portala PLIVAMED.net u promatranom razdoblju od 2018. do 2021. bila je velika te je zabilježeno više od 5 500 000 pročitanih stranica. Broj posjeta tijekom pandemijskih godina povećan je slanjem većeg broja *newslettera*. Najposjećeniji sadržaj PLIVAMED.net portala bili su mrežni (*online*) tečajevi za liječnike i ljekarnike, a zamjetnu posjećenost ostvarile su i snimljene videoprezentacije te mnogi mrežni seminari (*webinari*) i panel rasprave. Najčitaniji članak s više od 6000 pregleda bio je „COVID-19 i citokinska oluja“ koji je objavljen u Medicusu, na PLIVAMED.net portalu i na bazi Hrčku. Svakodnevnim objavom novog sadržaja o pandemiji na portalu te ostalih aktualnih i kvalitetnih tema iz Medicusa, PLIVA je nastavila svoju edukativnu ulogu na portalu u vrijeme kad je potreba za edukacijom bila povećana, a mogućnosti za održavanje edukacije na uobičajeni način značajno ograničene. Uspjeli smo zadržati postojeće korisnike PLIVAMED.net portala i povećati broj sudionika naših mrežnih tečajeva. Tijekom pandemije zajedništvo različitih odjela komercijalnog poslovanja dolazi do izražaja, kao i partnerski odnos sa svim našim internim i vanjskim stručnim suradnicima koji su se uključili u kreiranje i kontrolu sadržaja, održavanje mrežnih seminara, panel rasprava i virtualnih radionica te u izradu i promociju mrežnih tečajeva.

KLJUČNE RIJEČI: COVID-19, pandemija, farmaceutski marketing, promocija, digitalni marketing, online tečajevi (mrežni tečajevi), edukacija, zdravstveni radnici

SUMMARY ____The SARS-CoV-2 pandemic and COVID-19 brought about major changes in pharma marketing, but its greatest impact was the interface between medical representatives and doctors, pharmacists, and other health workers. Pharma companies have been rapidly developing strategies to continue providing pertinent information to healthcare professionals. We know that lifelong learning is imperative for healthcare workers, and the pandemic increased the need to be up to date on the latest insights. In the observed period from 2018 to 2021, there was an increased number of visits to the PLIVAMED.net website, and more than 5,500,000 web page views. The viewer count during the pandemic years rose also due to the dissemination of a larger number of newsletters. Online courses for physicians and pharmacists came in first place as most visited content, while recorded video presentations, webinars and panel discussions also achieved noticeable attendance. The most read article with more than 6,000 views was “The COVID-19 Cytokine Storm” published in Medicus, on the PLIVAMED.net portal and in database Hrčak. With daily content on the pandemic and other current and prime topics published in Medicus, PLIVA continued its educational role at a time of increased need for information, because its procurement was significantly limited. We managed to retain our existing pool of PLIVAMED.net portal users and increased the number of participants in our online courses. During the pandemic, the unity of different commercial business departments came to the fore, as well as a partnership relationship with all our internal and external professional associates involved in content creation and management, webinars, panel discussions, virtual workshops, and design and promotion of online courses.

KEY WORDS: COVID-19, pandemic, pharma marketing, promotion, digital marketing, online courses, education, healthcare workers



Uvod

Pandemija COVID-19 znatno je utjecala na sve dijelove zdravstvenog sustava uključujući i farmaceutsku industriju, a zabilježen je i porast potražnje za određenim lijekovima. Cilj farmaceutske industrije bio je povećati potrebne proizvodne kapacitete, osigurati proizvodnju u

punom opsegu u izvanrednim okolnostima uz poštivanje svih propisanih mjera zaštite zaposlenika, pravovremeno distribuirati sve lijekove te pratiti dostupne zalihe na nacionalnoj razini (1). Zbog smanjenja kontakta sa zdravstvenim radnicima te ograničavanja pojedinih dijagnostičkih postupaka pretpostavljalo se da će doći

do smanjenog otkrivanja novooboljelih te do smanjenja redovnog praćenja oboljelih od kroničnih bolesti.

Liječnici u primarnoj, sekundarnoj i tercijarnoj zdravstvenoj zaštiti značajno su promijenili način rada i dio komunikacije s bolesnicima rješavali su telefonom ili e-poštom. Specijalističke ordinacije u bolnicama smanjile su svoj opseg rada te se ujedno smanjio i broj ukupno propisanih lijekova na liječnički recept (2). Na ovaj su problem ukazali i pregledni radovi objavljeni na PLIVamed.net portalu koji su pisali o reorganizaciji zdravstvene službe te restrospektivno istraživanje provedeno u Hrvatskoj o smanjenju broja hospitalizacija kroničnih bolesnika (3 – 6). Smanjenje broja hospitaliziranih bolesnika pripisao se brojnim čimbenicima, poput karantene i zatvaranja, reorganizacije bolničkih operacija, racionalizacije medicinske radne snage i nespemnosti bolesnika da u uvjetima pandemije potraže bolničku skrb (6).

Pandemija virusa SARS-CoV-2 i infekcija COVID-19 uzrokovala je velike promjene u farmaceutskom marketingu, a najveći je utjecaj imala na interakciju između medicinskih predstavnika i liječnika te drugih zdravstvenih radnika (7). Medicinski predstavnici uobičajeno obilaze liječnike i ljekarnike kako bi prenijeli važne informacije i novosti iz farmaceutske industrije te informacije o novim lijekovima, novim indikacijama i edukativnim skupovima. U vrijeme pandemije gotovo su u potpunosti nestale interakcije sa zdravstvenim radnicima u neposrednom kontaktu, a zdravstvena je praksa usmjerila svakodnevne napore u borbu protiv pandemije. Farmaceutske kompanije ubrzano su mijenjale svoje strategije kako bi i dalje mogle pružati važne informacije zdravstvenim radnicima bez obzira na objektivne prepreke i na veliki pritisak na cjelokupni zdravstveni sustav uzrokovan pandemijom (7).

Digitalna transformacija kao odgovor farmaceutske industrije na poslovanje u vrijeme pandemije COVID-19

U vrijeme pandemije pojačana je virtualna komunikacija

sa zdravstvenom zajednicom i to putem e-pošte, mrežnih oglasa i personaliziranih e-poruka. Neke su se kompanije vratile i tradicionalnim metodama kao što su televizijsko oglašavanje koje je u Hrvatskoj dozvoljeno samo za lijekove u ručnoj prodaji s ciljem dosega što šire publike. Zabilježen je i veliki broj virtualnih sastanaka i prezentacija, međutim, puno njih nije ostvarilo zadovoljavajuću posjećenost, a poslovanja farmaceutskih kompanija u virtualnom okruženju bila su ispod očekivanja (7).

Kako je iskorišten potencijal digitalnih kanala unutar PLIVE? Jesmo li iskoristili ubrzani razvoj digitalnih kanala i unaprijedili virtualnu komunikaciju sa zdravstvenim radnicima u vrijeme pandemije? Jesmo li im pružili dovoljno edukativnog sadržaja i motivirali ih na sudjelovanje u mrežnim seminarima (*webinarima*) i mrežnim (*online*) tečajevima? Jesmo li ih privukli na edukaciju svakodnevnom objavom aktualnih vijesti i članaka na PLIVamed.net internetskom portalu i u časopisu Medicus koji je sastavni dio portala? Poznato je da je cjeloživotno učenje imperativ zdravstvenim radnicima, a u vrijeme pandemije postoji i povećana potreba za praćenjem najnovijih stručnih informacija. Jesmo li u tome uspjeli?

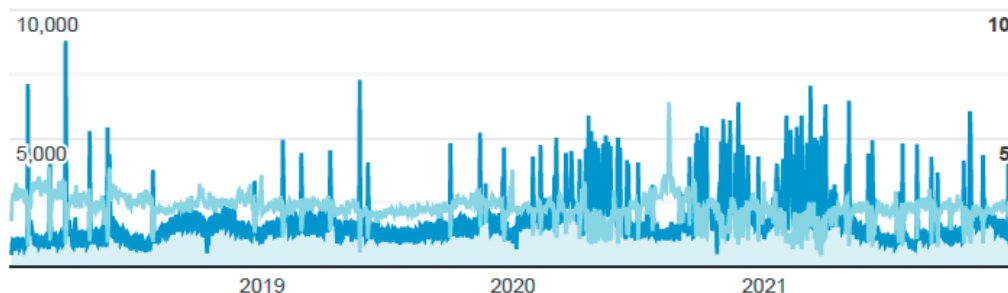
Iskoristili smo sve postojeće digitalne alate koje smo razvijali tijekom niza godina i prilagodili se novonastaloj situaciji te prihvatili i neke nove virtualne platforme namijenjene zdravstvenim radnicima (8 – 10). Medicus ove godine slavi 90 godina postojanja, a PLIVamed.net postoji od 2001. godine. Časopis Medicus dio je PLIVamed.net portala koji je vodeći internetski portal za zdravstvene radnike u Hrvatskoj. PLIVamed.net portal bio je dobro etabliran i prije pojave pandemije koronavirusa jer je donosio stručne informacije i razne novosti iz medicine na dnevnoj bazi te tijekom dugog niza godina održavao mrežne (*online*) edukacije za liječnike i za ljekarnike.

Analizirali smo posjećenost PLIVamed.net portala prije pandemije 2018. i 2019. te dvije godine pandemije 2020. i 2021. kako bi se dobio uvid u čitanost portala i to korištenjem

SLIKA 1. Analiza posjećenosti PLIVamed.net portala od 2018. do 2021.

Visits

● Sessions ● Pages / Session



Izvor: Google Analytics

Unique Visitors

1,483,129

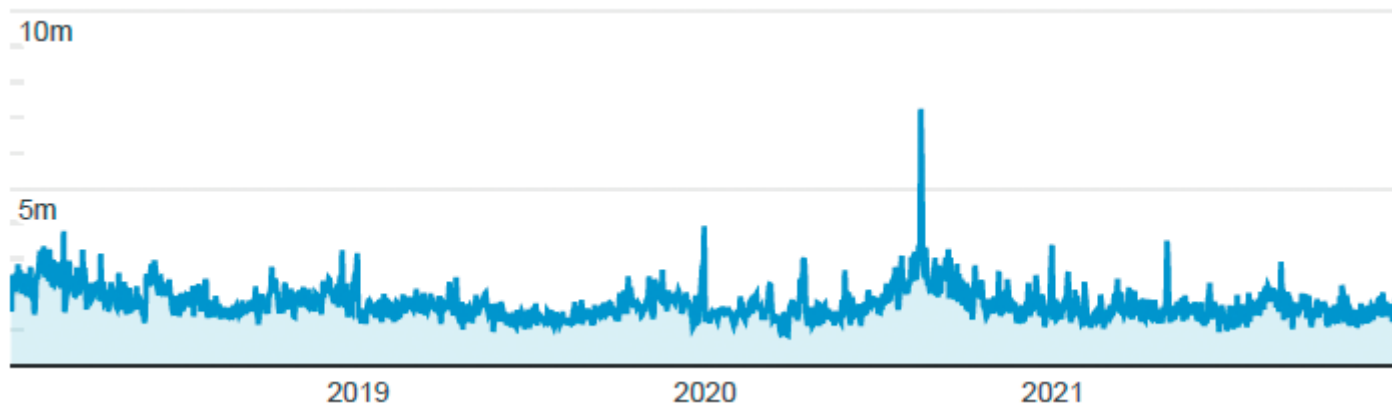
% of Total: 100.00% (1,483,129)

Pageviews

5,595,785

% of Total: 100.00% (5,595,785)

SLIKA 2. Prosječno vrijeme trajanja posjeta na PLIVAmед.net portalu u razdoblju od 2018. do 2021.



Izvor: Google Analytics

alata *Google Analytics* i platforme Hrčak za časopis *Medicus*. Ujedno su analizirani i *online* tečajevi za liječnike i ljekarnike u istom razdoblju.

Koliko se čitao sadržaj PLIVAmед.net portala i Medicusa?

Posjećenost internetskog PLIVAmед.net portala u promatranom razdoblju od 2018. do 2021. bila je velika te je zabilježeno više od 5 500 000 pročitanih stranica (slika 1.). Broj posjeta tijekom pandemijskih godina povećan je slanjem većeg broja *newslettera* koji uz promotivni dio nude i edukaciju proširenim sadržajem. Naši su posjetitelji na portalu provodili prosječno oko 3 minute (slika 2.).

Posjetitelji PLIVAmед.net portala većinom su iz Hrvatske (73 %) i iz susjednih zemalja u kojima stanovnici razumiju

hrvatski jezik (slika 3.).

Najposjećeniji sadržaji portala su *online* tečajevi za liječnike i ljekarnike (slika 4.). U vrijeme pandemije snimane su videoprezentacije i održavani *webinari* od kojih su neki u cijelosti objavljeni u videogaleriji (slika 5.). Čitatelji portala su informacije o *webinarima* mogli pronaći u vijestima na PLIVAmед.net portalu i u našim *newsletterima*. *Webinari* su obuhvatili teme pandemije COVID-19, ali i druge kronične bolesti, od anemije, osteoporoze, kardiovaskularnih bolesti do priziva savjesti.

Sadržaj vezan uz pandemiju COVID-19 svakodnevno je obnavljan vijestima i člancima, a najčitaniji članci prikazani su na slici 6. Najčitaniji članak s više od 6000 pregleda bio je „COVID-19 i citokinska oluja“ koji je objavljen u *Medicusu*, stručno-znanstvenom časopisu indeksiranom u Scopusu.

SLIKA 3. Zemlje iz kojih dolaze posjetitelji na PLIVAmед.net portalu

Country	Sessions
Croatia	1,911,170
Bosnia & Herzegovina	344,529
Serbia	175,564
United Kingdom	34,499
North Macedonia	34,086
Germany	31,802
United States	24,707
Montenegro	21,512
Slovenia	15,233
Austria	12,187

Izvor: Google Analytics

SLIKA 4. Najposjećeniji sadržaj na PLIVAmед.net portalu od 2018. do 2021.

	5,595,785 % of Total: 100.00% (5,595,785)
1. Online tečajevi - PLIVAmед.net	843,430 (15.07%)
2. PLIVAmед.net	811,750 (14.51%)
3. Naslovnica - PLIVAmед.net	375,365 (6.71%)
4. Lijekovi - PLIVAmед.net	360,696 (6.45%)
5. Rezultati pretraživanja - PLIVAmед.net	122,014 (2.18%)
6. Poremećaji raspoloženja - klasifikacija, diferencijalna dijagnoza i liječenje - PLIVAmед.net	83,026 (1.48%)
7. Farmacija - PLIVAmед.net	62,910 (1.12%)
8. Obiteljska/Opća medicina - PLIVAmед.net	51,512 (0.92%)
9. Medicus - PLIVAmед.net	49,440 (0.88%)
10. Stručni skupovi - PLIVAmед.net	41,708 (0.75%)
11. Članci - PLIVAmед.net	36,349 (0.65%)
12. Ostalo - PLIVAmед.net	31,349 (0.56%)
13. Sudeckova bolest - PLIVAmед.net	21,415 (0.38%)
14. Plimycol iz PLIVE od sada bez liječničkog recepta - PLIVAmед.net	20,398 (0.36%)
15. Prikazi bolesnika - PLIVAmед.net	19,886 (0.36%)

Izvor: Google Analytics

SLIKA 5. Objava informacija o održavanju *webinara*

1. Webinar: ABECEDA anemije od A do Željeza - PLIVAmEd.net
2. Webinar: Prasugrel četvrtkom - PLIVAmEd.net
3. Webinar: 5. simpozij povodom Svjetskog dana moždanog udara, 27. i 28. 10. - PLIVAmEd.net
4. Webinar: Cijepljenje protiv COVID-19 - PLIVAmEd.net
5. 3. webinar HDIB: COVID-19 u djece i multisistemski hiperinflamacijski sindrom - PLIVAmEd.net
6. HFD: Snimka webinara "Što danas znamo o cjepivu protiv COVID-19" - PLIVAmEd.net
7. PLIVIN webinar: Osteoporoza online, 13. 4. u 18 sati - PLIVAmEd.net
8. Webinar: Liječenje kronične boli – izazovi u pandemiji, 24. 3. u 18 sati - PLIVAmEd.net
9. Webinar: Vrhunski hrvatski stručnjaci o cijepljenju protiv COVID-19 - PLIVAmEd.net
10. Snimka webinara: Cijepljenje protiv COVID-19 – spoznaje i iskustva - PLIVAmEd.net
11. HLK: više od 10.000 zdravstvenih radnika na webinaru o post-covid sindromu - PLIVAmEd.net
12. Webinar o spoznajama i iskustvima cijepljenja protiv COVID-19 - PLIVAmEd.net
13. Webinar: Prehrana i tjelesna aktivnost - PLIVAmEd.net
14. Webinar: Kardiovaskularni učinci lijekova iz skupine agonista GLP-1 receptora - PLIVAmEd.net
15. Webinar: KV učinci lijekova iz skupine agonista GLP-1 receptora danas u 14 sati - PLIVAmEd.net
16. Webinar: Priziv savjesti: jučer, danas, sutra, 14. 5 u 18 sati - PLIVAmEd.net
17. HLK webinar: Cijepljenje protiv COVID-19 – nedoumice i najnovije spoznaje - PLIVAmEd.net
18. Webinar HDIB: Što znamo o liječenju COVID-19 danas? - PLIVAmEd.net
19. Održan Webinar: Priziv savjesti: jučer, danas, sutra - PLIVAmEd.net
20. Webinar: Moždani udar u starijih osoba - PLIVAmEd.net

Izvor: Google Analytics

Cijeli sadržaj Medicusa objavljen je na PLIVAmEd.net portalu i na platformi Hrčak. Stručno-znanstvena baza Hrčak bilježi čitanost svih članaka objavljenih u različitim časopisima koji su posvećeni infekciji COVID-19 i pandemiji, a navedeni članak iz Medicusa „COVID-19 i citokinska oluja“ pregledan je u toj bazi više od 10 500 puta (slika 7.). I preostali članci iz Medicusa na temu COVID-19 imali su veliku čitanost u nezavisnoj bazi hrvatskih znanstvenih i stručnih časopisa Hrčak (11).

Tijekom pandemijskih godina povećana je frekvencija objave *online* tečajeva za liječnike i ljekarnike. U odnosu na predpandemijske godine broj *online* tečajeva i broj polaznika bio je gotovo udvostručen, ukupno 55 u 2020. i 2021. (tablica 1., graf 1.).

U *online* tečajevima za liječnike i ljekarnike obrađene su teme iz različitih područja medicine, a veliki dio odnosio se i na sadržaje iz Medicusa („Tjelesna aktivnost kao lijek“, „Hepatologija danas – odabrane teme“) i COVID-19 (graf 2.). Tečajevi posvećeni pandemiji COVID-19 brže su se

SLIKA 6. Najčitaniji članci na portalu o infekciji COVID-19

	175,694 % of Total: 5.95% (2,953,626)
1. COVID-19 i citokinska oluja - PLIVAmEd.net	6,217 (3.54%)
2. COVID-19: osobe najzaraznije prije pojave simptoma - PLIVAmEd.net	5,497 (3.13%)
3. COVID-19: SZO preporučuje kortikosteroide za tešku infekciju - PLIVAmEd.net	4,847 (2.76%)
4. Klinika za infektivne bolesti: Osnovne upute za liječenje COVID-19 - PLIVAmEd.net	4,324 (2.46%)
5. Prikaz i usporedba dvaju bolesnika oboljelih od COVID-19 - PLIVAmEd.net	4,281 (2.44%)
6. COVID-19: inkubacija duža od 14 dana? - PLIVAmEd.net	4,195 (2.39%)
7. COVID-19: perzistentni simptomi, umor, dispneja, bolovi u zglobovima i prsima - PLIVAmEd.net	3,196 (1.82%)
8. Upalne reumatske bolesti u ordinaciji obiteljske medicine i pandemija COVID-19 - PLIVAmEd.net	2,866 (1.63%)
9. COVID-19 i aritmije - PLIVAmEd.net	2,492 (1.42%)
10. COVID-19: gubitak mirisa i okusa česti simptomi infekcije - PLIVAmEd.net	2,483 (1.41%)
11. Srčane komplikacije infekcijom COVID-19 – miokarditis - PLIVAmEd.net	2,332 (1.33%)
12. Anafilaksa pri primjeni COVID-19 cjepiva: tko je izložen riziku? - PLIVAmEd.net	2,263 (1.29%)
13. EMA: COVID-19 i uporaba klorokina i hidroksiklorokina - PLIVAmEd.net	2,191 (1.25%)
14. COVID-19 i mehanička ventilacija - PLIVAmEd.net	2,168 (1.23%)
15. COVID-19 i miastenija gravis - PLIVAmEd.net	2,078 (1.18%)
16. Upalne reumatske bolesti u pandemiji COVID-19 - PLIVAmEd.net	2,036 (1.16%)
17. COVID-19: Protutijela i trombotička trombotocopenija nakon cijepljenja - PLIVAmEd.net	1,910 (1.09%)
18. Zašto mjeriti troponin u bolesnika s COVID-19 infekcijom? - PLIVAmEd.net	1,867 (1.06%)
19. COVID-19 i vitamin D - postoji li poveznica? - PLIVAmEd.net	1,758 (1.00%)
20. Post COVID-19 sindrom - PLIVAmEd.net	1,614 (0.92%)
21. COVID-19: u 80% asimptomatska infekcija - PLIVAmEd.net	1,562 (0.89%)
22. Liječenje COVID-19 - PLIVAmEd.net	1,557 (0.89%)
23. COVID-19: tromboza nakon cijepljenja može se spriječiti hitnom intervencijom - PLIVAmEd.net	1,539 (0.88%)
24. COVID-19 i liječenje hipertenzije ACE inhibitorima - PLIVAmEd.net	1,529 (0.87%)
25. COVID-19: Ivermektin i blagi oblici bolesti - PLIVAmEd.net	1,469 (0.84%)

Izvor: Google Analytics

izmjenjivali i svojim sadržajem upućivali su na kronične bolesnike, komorbiditete, mogućnosti zbrinjavanja tih bolesnika, kao i na specifičnosti organizacije zdravstvene skrbi u vrijeme pandemije koronavirusa.

Tijekom 2021. nešto je smanjen broj *online* tečajeva (25), a teme su uz kronične bolesti bile i teme posvećene post-COVID sindromu te mogućnostima rehabilitacije bolesnika nakon preboljele infekcije COVID-19 (graf 3.).

Rasprava

Tijekom pandemijskih godina 2020. i 2021. iskoristili smo dobro uhodani postojeći internetski portal PLIVAmEd.net na kojem je nastavljen razvoj dugoročnih dobrih odnosa sa zdravstvenim radnicima započet još 2001. (9). Svakodnevnim objavom novog sadržaja o pandemiji te ostalih aktualnih i stručnih tema iz Medicusa uspjeli smo na PLIVAmEd.net portalu dijeliti medicinske informacije i educirati zdravstvene radnike u vrijeme kada je potreba za edukacijom bila povećana, a mogućnosti za održavanje

SLIKA 7. Radovi objavljeni na platformi Hrčak iz časopisa *Medicus* „COVID-19“

Istaknuti radovi koji se bave temom COVID-19

1. **COVID-19 i citokinska oluja**, *Medicus* Vol. 29, No. 2 COVID-19, 2020
Pregledni rad, datum izdavanja: 2020-09-30, preuzimanja: 10542
2. **COVID-19 i pneumonija**, *Medicus* Vol. 29, No. 2 COVID-19, 2020
Pregledni rad, datum izdavanja: 2020-09-30, preuzimanja: 8727
3. **Makroekonomija krize COVID-19 i kako pristupiti njenom rješavanju**, *EFZG working paper series* Vol. , No. 03, 2020
Ostalo, datum izdavanja: 2020-04-11, preuzimanja: 5752
4. **COVID-19 i hitna stanja u urologiji**, *Medicus* Vol. 29, No. 2 COVID-19, 2020
Pregledni rad, datum izdavanja: 2020-09-30, preuzimanja: 4087
5. **Ultrazvuk pluća kod bolesnika s COVID-19**, *Medicus* Vol. 29, No. 2 COVID-19, 2020
Pregledni rad, datum izdavanja: 2020-09-30, preuzimanja: 4064
6. **COVID-19 u jedinicama intenzivnog liječenja**, *Medicus* Vol. 29, No. 2 COVID-19, 2020
Pregledni rad, datum izdavanja: 2020-09-30, preuzimanja: 3898

Prilagođeno prema ref. 11.

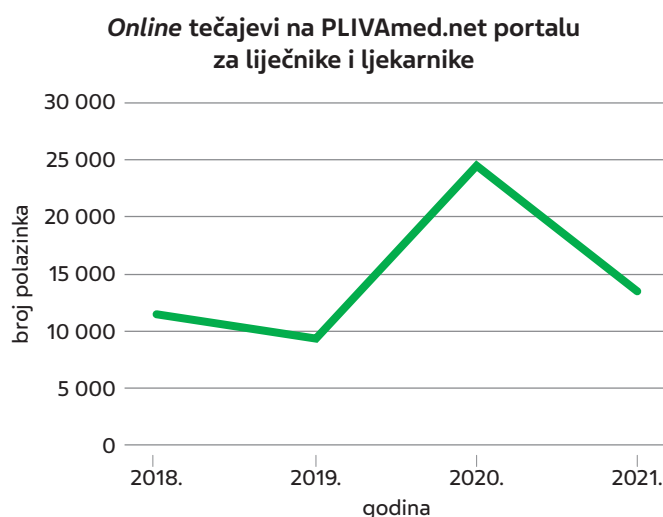
edukacija na uobičajeni način znatno ograničene. Zadržali smo postojeće korisnike portala i povećali broj sudionika naših *online* tečajeva. Tijekom pandemije zajedništvo komercijalnog poslovanja dolazi do izražaja, kao i partnerski odnos sa svim našim internim i vanjskim stručnim suradnicima koji su se uključili u kreiranje i kontrolu sadržaja, održavanje *webinara*, panel rasprava i virtualnih radionica te u izradu i promociju *online* tečajeva.

Edukativni sadržaji koje je PLIVA komunicirala putem digitalnih kanala bili su sukladni željama zdravstvenih radnika iskazanima u istraživanju o tome kakve su im stručne informacije potrebne od farmaceutskih kompanija. Ispitanici su u provedenim istraživanjima najčešće navodili *webinare* i *webcastove*, rasprave na osobnim sastancima, *online* časopise, web stranice i *offline* časopise. Afinitet prema *webinarima* bio je posebno povezan s prisutnom infekcijom COVID-19 (7).

Norma prodajnih i marketinških aktivnosti tijekom pandemije bili su digitalni komunikacijski kanali koji su se intenzivnije razvijali, a virtualne interakcije postale su ključne za poslovanje. Korištenje različitih komunikacijskih

TABLICA 1. *Online* tečajevi na PLIVAMED.net portalu

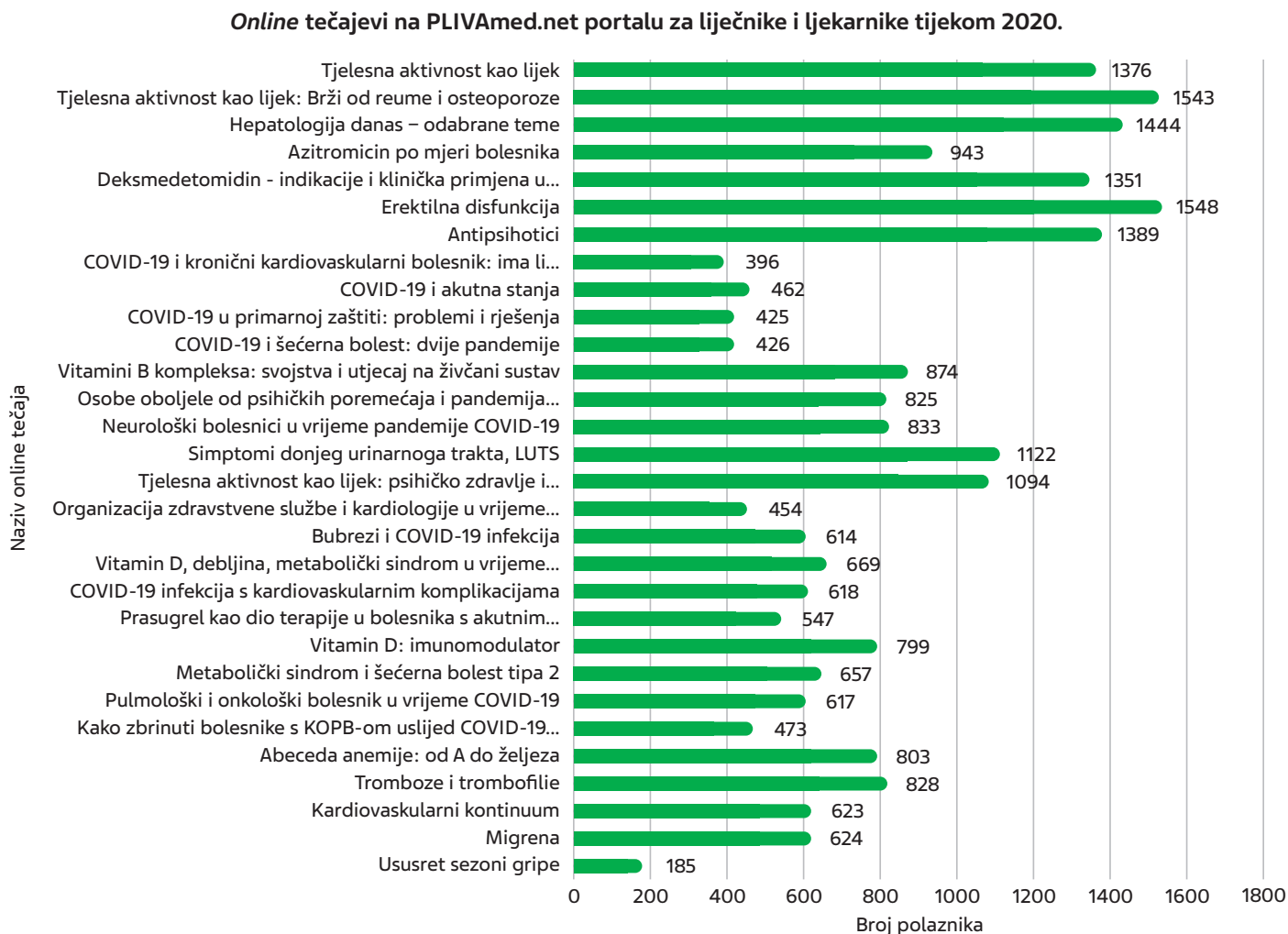
GODINA	BROJ ONLINE TEČAJEVA	BROJ POLAZNIKA
2018.	16	11 320
2019.	14	9 515
2020.	30	24 562
2021.	25	13 832
Ukupno	85	59 229

GRAF 1. Broj polaznika *online* tečajeva od 2018. do 2021

kanala kao što su e-pošta, mrežni oglasi i personalizirane e-poruke poraslo je tijekom pandemije COVID-19. Međutim, korištena je i tradicionalna metoda kao što je slanje pisama i časopisa poštom što smo i mi iskoristili u svojim promotivnim aktivnostima za nove proizvode. Ključnim se pokazao razvoj digitalnih vještina medicinskih predstavnika u farmaceutskoj industriji s ciljem što učinkovitijega korištenja dostupnih virtualnih alata. Na taj su način internetske prezentacije bile atraktivnije i interaktivnije što je bilo od osobite važnosti za učenje tijekom pandemije SARS-CoV-2 virusa (7, 12).

Međutim, s vremenom zdravstveni su radnici razvili zasićenost virtualnim sastancima i predavanja što je dovelo do određenog zamora (8). Vjerujemo da će digitalna komunikacija i određeni broj sadržaja i dalje biti moguć ovim kanalima, ali da će to biti samo jedan dio poslovanja farmaceutskih kompanija. I dalje će najvažniji aspekt poslovanja biti neposredni kontakti medicinskih predstavnika sa zdravstvenim radnicima (13).

Svjesni smo činjenice da brojne kronične bolesti nisu nestale u vrijeme pandemije, a to je jasno dokazano u

GRAF 2. *Online* tečajevi na PLIVAMED.net portalu tijekom 2020.

analizama provedenim u Hrvatskoj (4 – 6). S pravom smo si postavljali pitanje očekuje li se epidemija i pandemija pojedinih kroničnih bolesti. Kao odgovor na ova pitanja pokrenuli smo nove tematske brojeve Medicusa u kojima smo obradili teme migrene, KOPB-a i astme, moždanog udara i osteoporoze, a u planu su i druge kronične bolesti od kojih ćemo obraditi bolesnike sa psihotičnim poremećajem i njihove komorbiditete te šećernu bolest tipa 2. Posebna pažnja posvećena je i poboljšanju komunikacijskih vještina i adherenciji što se obrađuje kroz *online* tečajeve u sklopu cjeloživotnog učenja liječnika i ljekarnika (10).

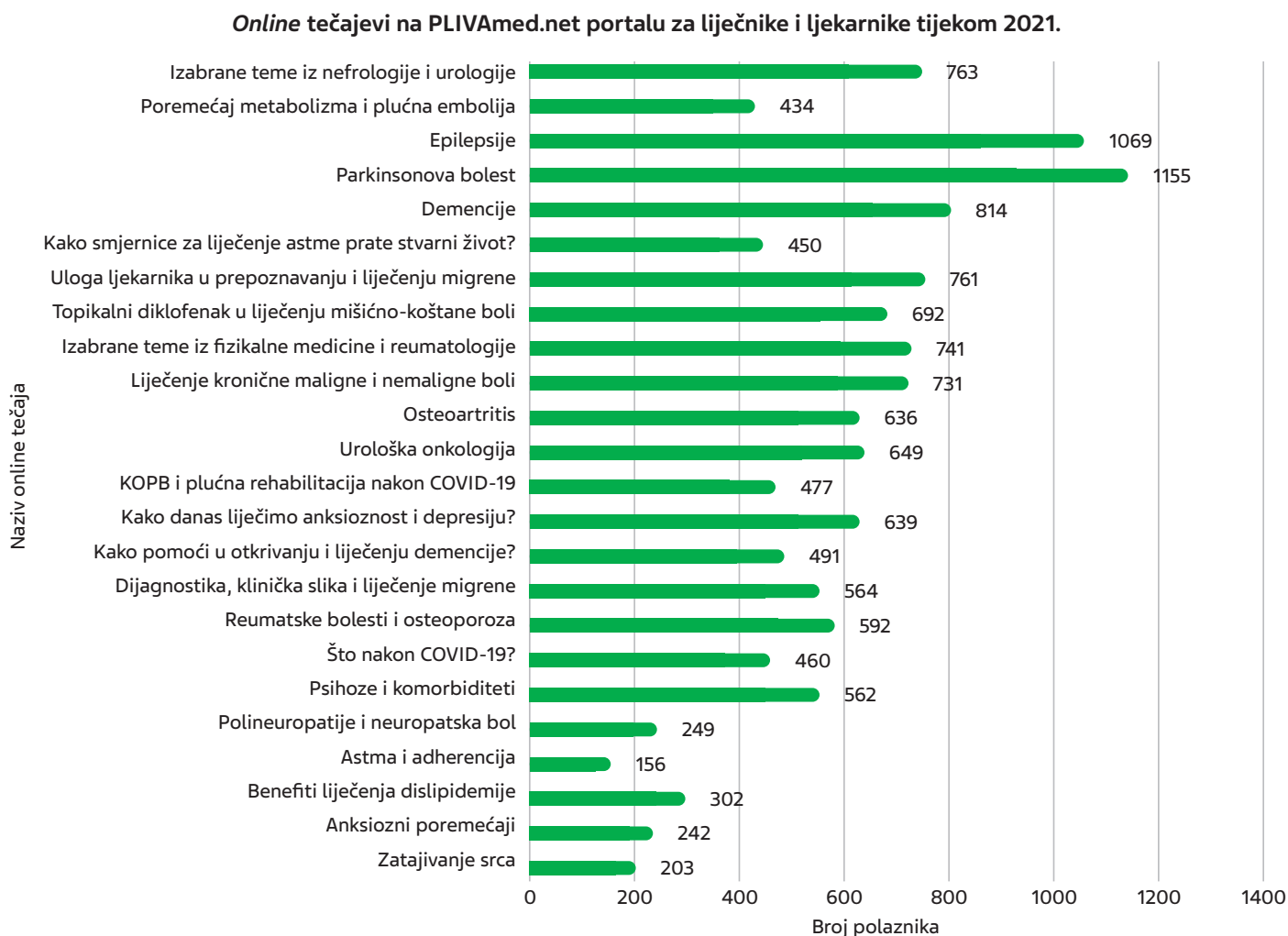
U marketingu je važno stvoriti dugoročne dobre odnose i integralne marketinške komunikacije, a marketing u vrijeme negativnih gospodarskih kretanja i kriza prilika je za zblizavanje s korisnicima (14). Isto se odnosi i na farmaceutski marketing. Komunikacijom putem PLIVAMED.net portala iskoristili smo mogućnosti širokog informiranja, oglašavanja i podsjećanja na naš proizvodni program. Vjerujemo da smo na taj način uspjeli održati dobre odnose sa svim zdravstvenim radnicima i da smo zahvaljujući tome

potaknuli osobnu komunikaciju u ovim postpandemijskim godinama.

Posebnu vrijednost našem portalu donose *online* tečajevi za liječnike i ljekarnike što je vidljivo u velikom broju polaznika tečaja tijekom pandemijskog razdoblja. Polaznici tečaja osobno su uključeni u stjecanje znanja i obnovu svoje licence, a ocjenjivanjem i komentiranjem pojedinih tečajeva pružaju nam informacije o svojem zadovoljstvu (10), što može biti polazna točka za kontinuirani razvoj i poboljšanje sadržaja samog portala. Izravnim marketingom mogli smo izmjeriti i broj jedinstvenih posjetitelja, broj klikova, vrijeme provedeno na stranici kao i sadržaj koji su pregledavali zdravstveni radnici, što sve zajedno spada u osnove marketinga (14).

Pravovremenim informiranjem putem e-pošte koje je bilo usklađeno s ostalim aktivnostima, osobito održavanjem *webinara* i panel rasprava, uspjeli smo zainteresirati veliki broj zdravstvenih radnika. Na pojedinim *webinarima* imali smo i više od 1000 sudionika. Odnose sa zdravstvenim radnicima održavali smo i publiciranim sadržajem što je

GRAF 3. Online tečajevi na PLIVAmед.net portalu tijekom 2021



omogućilo izgradnju dobrih i kvalitetnih odnosa s različitim profilima zdravstvenih radnika, koristan publicitet i dobar ugled (15). Manje virtualne radionice i ciljanu komunikaciju unutar jedne regije postigli smo povremenim kontaktiranjem zdravstvenih radnika uz prethodnu suglasnost po principima Opće uredbe o zaštiti osobnih podataka (GDPR) (16).

U budućnosti bit će važno odrediti vrstu kanala za pojedinoga zdravstvenog radnika, a digitalne i osobne interakcije vjerojatno će biti individualizirane. Segmentacija i ciljana komunikacija te interakcija sa zdravstvenim radnicima prema njihovim potrebama i navikama bit će ključna za uspješnu kombinaciju i implementaciju različitih digitalnih komunikacijskih kanala u budućnosti.

Potrebno bi bilo detaljnije analizirati i podatke o ostvarenoj prodaji kako bismo mogli dobiti uvid jesmo li uspješno upravljali pandemijom COVID-19 i iskoristili neke od ponuđenih prilika tijekom velike globalne krize u razvoju digitalnog marketinga u našoj kompaniji.

Bilo bi zanimljivo istražiti i postoji li među zdravstvenim

radnicima određeni stupanj „virtualnog zamora“ jer se u vrijeme pandemije i nakon nje na tržištu pojavio velik broj kompanija koje ili izravno ili neizravno putem određenih komercijalnih platformi nude *online* prezentacije, tečajeve te virtualne i hibridne sastanke koje možemo naći na internetskim stranicama Hrvatske liječničke komore i Hrvatske ljekarničke komore. Trenutno se na stranicama Hrvatske liječničke komore nudi 89 navedenih *online* tečajeva i seminara (17). Bilo bi potrebno istražiti i zadovoljstvo liječnika i ljekarnika te ostalih zdravstvenih radnika publiciranim sadržajem i održanim *online* tečajevima.

PLIVAmед.net portal će i dalje pružati podršku za cjeloživotno obrazovanje zdravstvenih radnika i objavljivati aktualne, točne i provjerene medicinske informacije prema preporukama medicinske zajednice (18). Osnovni ciljevi u razvoju PLIVAmед.net portala i dalje će biti temeljeni na interdisciplinarnoj suradnji u kreiranju sadržaja i održavanju informativnih i edukativnih *online* tečajeva za liječnike i ljekarnike kao podrška zajedničkom poslovanju.

LITERATURA

- Smjernice za optimalnu i racionalnu opskrbu lijekovima kako bi se izbjegla nestašica za vrijeme pandemije bolesti COVID-19 (2020/C 116 I/01). Dostupno na: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0408\(03\)&from=ES](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0408(03)&from=ES). Datum pristupa: 14. 10. 2022.
- Božić Lj. Farmaceutska industrija. Sektorske analize 2020. Dostupno na: https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_farmaceutska_rujan_2020.pdf. Datum pristupa: 14. 10. 2022.
- Buljan J. Kronične bolesti nisu nestale u vrijeme pandemije: izazovi obiteljskog liječnika. www.plivamed.net 2020. Dostupno na: <https://www.plivamed.net/aktualno/clanak/15709/Kronicne-bolesti-nisu-nestale-u-vrijeme-pandemije-izazovi-obiteljskog-lijecnika.html>. Datum pristupa: 3. 11. 2022.
- Šarić T. Smanjeno korištenje zdravstvene zaštite tijekom pandemije COVID-19 u RH. Dostupno na: <https://www.plivamed.net/vijesti/clanak/17655/Smanjeno-koristenje-zdravstvene-zastite-tijekom-pandemije-COVID-19-u-RH.html>. Datum pristupa: 3. 11. 2022.
- Korištenje zdravstvene zaštite u djelatnosti obiteljske medicine u Hrvatskoj. HZJZ. Dostupno na: <https://www.plivamed.net/vijesti/clanak/17570/Koristenje-zdravstvene-zastite-u-djelatnosti-obiteljske-medicine-u-Hrvatskoj.html>. Datum pristupa: 3. 11. 2022.
- Kalanj K, Marshall R, Karol K, Tiljak MK, Orešković S. The Impact of COVID-19 on Hospital Admissions in Croatia. *Front Public Health*. 2021 Sep 9;9:720948. doi: 10.3389/fpubh.2021.720948.
- FirstWord Pharma. Spotlight On Interview: Pharma marketing—lessons from COVID-19. Dostupno na: <https://firstwordpharma.com/story/5663126?aid=5663126>. Datum pristupa: 14. 10. 2022.
- Elbogen EB, Lanier M, Griffin SC, Blakey SM, Gluff JA, Wagner HR, Tsai J. A National Study of Zoom Fatigue and Mental Health During the COVID-19 Pandemic: Implications for Future Remote Work. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. 2022 Jul;25(7):409-415. doi: 10.1089/cyber.2021.0257.
- Ivković A, Klinar I. PLIVINI zdravstveni Internet portali: PLIVAMed.net i PLIVAZdravlje.hr. *Medicus* 2001;10:263-66.
- Klinar I, Kolumbić Lakoš A, Kovačić D, Maleković G. E-učenje za liječnike i ljekarnike u Hrvatskoj. *Med Jad* 2012;42(3-4):147-151.
- COVID-19 stranica Portala Hrčak. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/covid19>. Datum pristupa: 15. 7. 2023.
- The drive to digital in pharma marketing is 'overwhelming' doctors. Solution? Train digitally savvy reps. *Indegene*. Dostupno na: <https://www.indegene.com/about-us/news/drive-digital-pharma-marketing-overwhelming-doctors-solution-train-digitaly-savvy>. Datum pristupa: 14. 10. 2022.
- Physician Views Poll Results: Pharma sales reps generally meeting doctors' needs. *FirstWord*. Dostupno na: <https://firstwordpharma.com/story/5533595> Datum pristupa: 15. 7. 2023.
- Kotler P, Keller KL, Martinović M. Upravljanje marketingom, 14. izdanje, Mate d. o. o. 2014.
- Kotler P, Wong V, Saunders J, Armstrong G. Osnove marketinga. 4. europsko izdanje, Mate d.o.o. 2006.
- Boban M. Zaštita osobnih podataka i nova EU uredba o zaštiti podataka. *Bilten HDMI*, 2018; 24(1):26-40. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/285717>. Datum pristupa: 14. 4. 2023.
- Online tečajevi na Hrvatskoj liječničkoj komori. Dostupno na: <https://www.hlk.hr/online-strucni-skupovi.aspx>. Datum pristupa: 3. 11. 2022.
- Frenk J, Chen LC, Chandran L, Groff EOH, King R, Meleis A, Fineberg HV. Challenges and opportunities for educating health professionals after the COVID-19 pandemic. *Lancet*. 2022 Oct 29;400(10362):1539-1556. doi: 10.1016/S0140-6736(22)02092-X.



ADRESA ZA DOPISIVANJE:

doc. dr. sc. Ivana Klinar, dr. med.
 PLIVA Hrvatska d.o.o.
 Prilaz baruna Filipovića 25, 10 000 Zagreb
 e-mail: ivana.klinar@pliva.com

PRIMLJENO/RECEIVED:

20. travnja 2023./April 20, 2023

PRIHVAĆENO/ACCEPTED:

15. srpnja 2023./July 15, 2023

