

ANALYSE DE L'E-RÉPUTATION (réputation sur internet) D'UNE MARQUE DE MÉDICAMENTS OU D'UN COMPLÉMENT ALIMENTAIRE DANS LA CATÉGORIE DES VOIES DIGESTIVES

Étude multiclient - Novembre-Décembre 2011

A l'heure d'internet, les consommateurs et patients discutent de vos marques sur la toile. Forums, blogs, réseaux sociaux sont le nouveau terrain d'expression, d'autant plus que la santé est un des principaux sujets abordés sur le web 2.0. Savez-vous ce que les internautes disent de vos marques ? Les bénéfiques, les effets négatifs, les symptômes qui leur sont liés, votre « part de voix », les lieux d'expression les plus fréquentés ?

Median Conseil vous propose la première étude multi-client sur **l'e-réputation (c'est-à-dire l'image sur internet) des marques de médicaments ou de compléments alimentaires dans la sphère des voies digestives (et ses sous-catégories)**.

En commandant tout de suite (avant le 25 novembre), vous bénéficiez d'un prix avantageux et de la possibilité d'adapter l'étude à vos besoins.

Objet de l'étude :

Comprendre ce qui est dit sur internet pour toutes les marques appartenant à la catégorie thérapeutique des traitements des voies digestives. Cette catégorie se subdivise en plusieurs sous catégories ou classes ATC:

- A02 - Anti-acides, médicaments de l'ulcère peptique et des flatulences
- A03 - Antispasmodiques, anticholinergiques et stimulants de la motricité intestinale
- A04 - Anti-émétiques et anti-nauséux (seulement les médicaments grand public A04AD, A04A9)
- A06 - Laxatifs
- A07 - Antidiarrhéiques, anti-inflammatoires et anti-infectieux intestinaux

Les catégories ATC A16 - Autres médicaments des voies digestives et du métabolisme A05 - Thérapeutique hépatique et biliaire, A09 - Médicaments de la digestion, enzymes incluses comportent peu de citations sur internet. Elles ne seront analysées que suite à une demande spécifique.

Source de l'étude:

Les commentaires rédigés sur internet à un moment donné par les internautes, c'est-à-dire sur les forums, les blogs, les réseaux sociaux.

Attention: il ne s'agit pas d'une analyse des sites institutionnels, de la presse, etc.

Critères de collecte

La collecte des commentaires placés sur internet est effectuée par catégories thérapeutiques *, noms de marque et principes actifs * (* quand ils ont un sens pour le grand public)

Exemple

Antiacides / Maalox
Produits contre l'ulcère/Mopralpro/oméprazole
Laxatifs / lavements/Microlax/laurylsulfate
Antinauséux/produits contre la nausée/Vogalene
Anti diarrhéique-produit/médicament contre la diarrhée/Ultra levure/Saccaromyces boulardii

Ces critères de collecte seront partagés avec tous les sociétés intéressées par l'étude pour s'assurer que leurs besoins sont couverts. Modification possible des mots pour la collecte pour une commande avant le 25 novembre.

Critères d'analyse

Les analyses quantitative et qualitative sont possibles.

Les commentaires seront analysés selon les points ci-dessous:

Analyse « quantitative »

- Part de voie (notoriété) des produits
 - Par catégorie de produit (selon les classes ATC)
 - Par type de produit à l'intérieure de ces catégories
- Notions citées
 - Symptômes
 - Bénéfices produits
 - Effets négatifs, indésirables produits
 - Usage des produits
 - Alimentation
 - Règle d'hygiène de vie
 - Prix
 - Comportement d'achat (prescription/automédication ; lieu d'achat)
- Nombre de citations par site et type de site (forum, réseaux sociaux, blogs)
- Analyse de tonalité réalisée automatiquement (première approche d'analyse)
- Moyenne pondérée selon l'importance du nombre de posts dans un forum – Comparaison avec moyenne selon le nombre de posts disponibles
- Analyse du « stock » et non des « flux » (=veille)

Analyse qualitative

- Analyse de tonalité réalisée par un analyste
- Insight sur les aspects positifs et négatifs des marques

Timing

Pré-lancement: 1er au 25 novembre 2011.

Etude disponible : première quinzaine de décembre

PRIX DE L'ETUDE

En pré-lancement de 1700 € à 3000 € par catégorie ATC pour l'étude dite quantitative. Voir le détail sur notre site ou appelez-nous au 05 59 40 28 24 ou écrivez-nous à info@median-conseil.com.

... ET LES AUTRES MARQUES ?

Vous désirez une étude d'e-reputation sur une autre catégorie thérapeutique ou sur d'autres médicaments : contactez-nous ! Nous ferons de notre mieux pour vous satisfaire.