

**«Στρατηγέ Μπολιβάρ,
τι ζητάς στη Λάρισα
εσύ, ένας Υδραίος»**

N. Εγγουόπουλος

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ MARKETING



➤ ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ

- ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ «6ου ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ
ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ MARKETING»

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ

■ Η Κριτική Επιτροπή

Η Κριτική Επιτροπή είναι 7μελής και αποτελείται από τα παρακάτω μέλη:

Δημήτριος Βασιλόπουλος, Πρόεδρος Επιτροπής,
Καθηγητής Νευρολογίας Ιατρικής Σχολής Πανεπιστημίου Αθηνών

Μέλη:

- Γιάννης Ανάργυρος** – Brand Manager UCB Farchim S.A.,
Νικητής Αριστείου 2006
- Τζούλια Γερακίου** – Φαρμακοποιός
- Βασίλης Θεοχαράκης** – Καθηγητής Marketing & Επιχειρηματικότητας ALBA
- Θαλής Π. Κουτούπης** – Σύμβουλος Επικοινωνίας
- Γιώργος Συκιανάκης** – Γενικός Διευθυντής Menarini Hellas
Πρώην Πρόεδρος ΣΦΕΕ
- Θεόδωρος Τρύφων** – Αντιπρόεδρος Πανελλήνιας Ένωσης
Φαρμακοβιομηχανίας, Αντιπρόεδρος ELPEN

Στην Επιτροπή συμμετέχει επίσης χωρίς ψήφο στέλεχος της
Οργανωτικής Επιτροπής του Συνεδρίου.

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ

■ Αρχική Επιλογή – Κριτήρια

- Η επταμελής Κριτική Επιτροπή έχει αξιολογήσει τις συμμετοχές, με βάση τα παρακάτω δυο κριτήρια (Ποσοστά βαρύτητας αξιολόγησης) :
 - Αποτελεσματικότητα (30%)
 - Δημιουργικότητα – Πρωτοτυπία – Καινοτομία (30%)
- Επικουρικά, η Κριτική Επιτροπή θα λάβει υπόψη της τα παρακάτω κριτήρια:
 - Ποικιλία μέσων και μεθόδων (15%)
 - Χρήση ερευνών και μελετών και αξιοποίησή τους (15%)
 - Ποιότητα υλικού και ενεργειών (5%)
 - Δομή και σαφήνεια της παρουσίασης (5%)

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ

■ Κανονισμός Κριτικής Επιτροπής

1. Η Κριτική Επιτροπή βρίσκεται σε απαρτία εφ' όσον είναι παρόν ή βαθμολογεί το 100% των μελών της.
1. Μέλη της Κριτικής Επιτροπής που συνδέονται, συγγενικά ή επαγγελματικά, με κάποια από τις υποψηφιότητες απέχουν της διαδικασίας.
1. Τα μέλη της Κριτικής Επιτροπής κρίνουν την κάθε υποψηφιότητα, λαμβάνοντας υπόψη τους την αυθόρμητη, προσωπική, υποκειμενική εκτίμησή τους, με βάση τα παραπάνω κριτήρια.

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ

■ Κανονισμός Κριτικής Επιτροπής

1. Ολόκληρη η διαδικασία μαθηματικής επεξεργασίας των βαθμολογιών της Κριτικής Επιτροπής έγινε στα Γραφεία της Οργανωτικής Επιτροπής του Συνεδρίου
1. Τα μέλη της Κριτικής Επιτροπής είναι υπεύθυνα και για την ουσιαστική και τυπική νομιμότητα και καταλληλότητα των υποψηφιοτήτων.
1. 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 κάποιας αντικανονικής υποψηφιότητας.

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ

■ Κατηγορίες και Βραβεία

Σε περίπτωση μη εύλογου αριθμού συμμετοχών, η Κριτική Επιτροπή διατηρεί το δικαίωμα να ενοποιήσει τις δυο κατηγορίες, να μειώσει τον αριθμό των βραβείων ή να ματαιώσει τον διαγωνισμό.

■ Αξιολόγηση Υποψηφιοτήτων – Τρόπος Βαθμολογίας

Η αξιολόγηση των υποψηφιοτήτων γίνεται (έγινε) σε δυο φάσεις. Στην προκριματική φάση βαθμολογούν τις υποψηφιότητες μόνον τα μέλη της 7μελούς Κριτικής Επιτροπής. Στην τελική φάση τα Βραβεία αναδεικνύει το συνεδριακό κοινό, με τρόπο που θα περιγραφεί αναλυτικά παρακάτω (Αντώνης Ευαγγελίδης- Μάνος Παπαδάκης).

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

■ Προκριματική Φάση

Στην προκριματική φάση κρίνει και βαθμολογεί μόνον η Κριτική Επιτροπή.

1. Οι υποψηφιότητες βαθμολογούνται με ακέραιους αριθμούς, στην κλίμακα 0-20.
1. Στη συνέχεια, προστίθενται οι βαθμοί, που συγκέντρωσε κάθε υποψηφιότητα, αφού αφαιρεθεί ο ένας μεγαλύτερος και ο ένας μικρότερος βαθμός. Το άθροισμα 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 των “Αριστείων Φαρμακευτικού Μάρκετινγκ”.

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ

■ Προκριματική Φάση

1. Μετά το τέλος της διαδικασίας αξιολόγησης, οι βαθμολογίες καταχωρούνται σε ειδικά διαμορφωμένες καταστάσεις βαθμολογίας και κάθε μέλος της Κριτικής Επιτροπής παραδίδει υπογεγραμμένη τη βαθμολογία του στην Οργανωτική Επιτροπή.
1. Στην τελική φάση προκρίνονται οι τρεις (3) υποψηφιότητες από κάθε κατηγορία, που θα συγκεντρώσουν την υψηλότερη συγκριτικά βαθμολογία.

Όλες οι βαθμολογίες φυλάσσονται στα Γραφεία της Οργανωτικής Επιτροπής του 6^{ου} Συνεδρίου της ΕΕΦΑΜ και είναι στη διάθεση οποιουδήποτε έχει έννομο συμφέρον, ώστε να μπορεί να ενημερωθεί επί τόπου, μετά τη λήξη του διαγωνισμού.

Κατηγορίες Αριστείων

- ✓ Καλύτερη επικοινωνιακή εκστρατεία για φαρμακευτικά προϊόντα ευρείας συνταγογράφησης
- ✓ Καλύτερη επικοινωνιακή εκστρατεία για φαρμακευτικά προϊόντα εξειδικευμένης αγοράς

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ MARKETING

✓ Καλύτερη επικοινωνιακή εκστρατεία για
φαρμακευτικά προϊόντα ευρείας
συνταγογράφησης (με αλφαβητική σειρά):

- 1 **BONVIVA (GSK-Roche)**
- 2 **NEXIUM (AstraZeneca)**
- 3 **PREVENAR (Wyeth)**

ΠΡΟΚΗΡΥΞΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΟΥ MARKETING

✓ Καλύτερη επικοινωνιακή εκστρατεία για
φαρμακευτικά προϊόντα εξειδικευμένης αγοράς
(με αλφαβητική σειρά):

- 1 **ABILIFY (BMS)**
- 2 **GLIVEC (Novartis)**
- 3 **NEULASTA (Genesis Pharma)**

Με τη ματιά ενός «γέροντος πανεπιστημιακού»

Πλεονεκτήματα

- Άνεση
- Σαφήνεια
- Τήρηση Χρόνου
- «Πειστικότητα»

Μειονεκτήματα

- Έλλειψη «χιούμορ»
- Κακή χρήση της
Ελληνικής γλώσσας
- Μεγαλοστομία
(όραμα – όνειρο ζωής – υπέροχη ζωή)

«Οι λέξεις δεν μιλάνε πιά»

Γ. Χειμωνάς