



Potencjał Internetu: profesjonaliści służby zdrowia i ich zachowania w Internecie

Wybrane wyniki badania

This presentation is owned by GfK Polonia Sp. z o.o. and it is prohibited to distribute, copy or forward this presentation or its contents without notification and consent from GfK Polonia Sp. z o.o.

Nota metodologiczna

2

- Badanie zrealizowano w październiku i listopadzie 2011.
- Badanie przeprowadzono na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie lekarzy i farmaceutów – użytkowników Internetu.
- Metoda zbierania danych – wywiady on-line.
- Liczebność próby badawczej:
 - lekarze POZ: N=326,
 - lekarze specjaliści (próba uwzględniająca proporcje lekarzy poszczególnych specjalności w populacji): 511,
 - farmaceuci: N=170.
- **Pełny raport, liczący ponad 300 slajdów już jest dostępny.**

Na kolejnych slajdach znajdują się przykładowe wybrane analizy

Wartość inwestycji netto w PLN

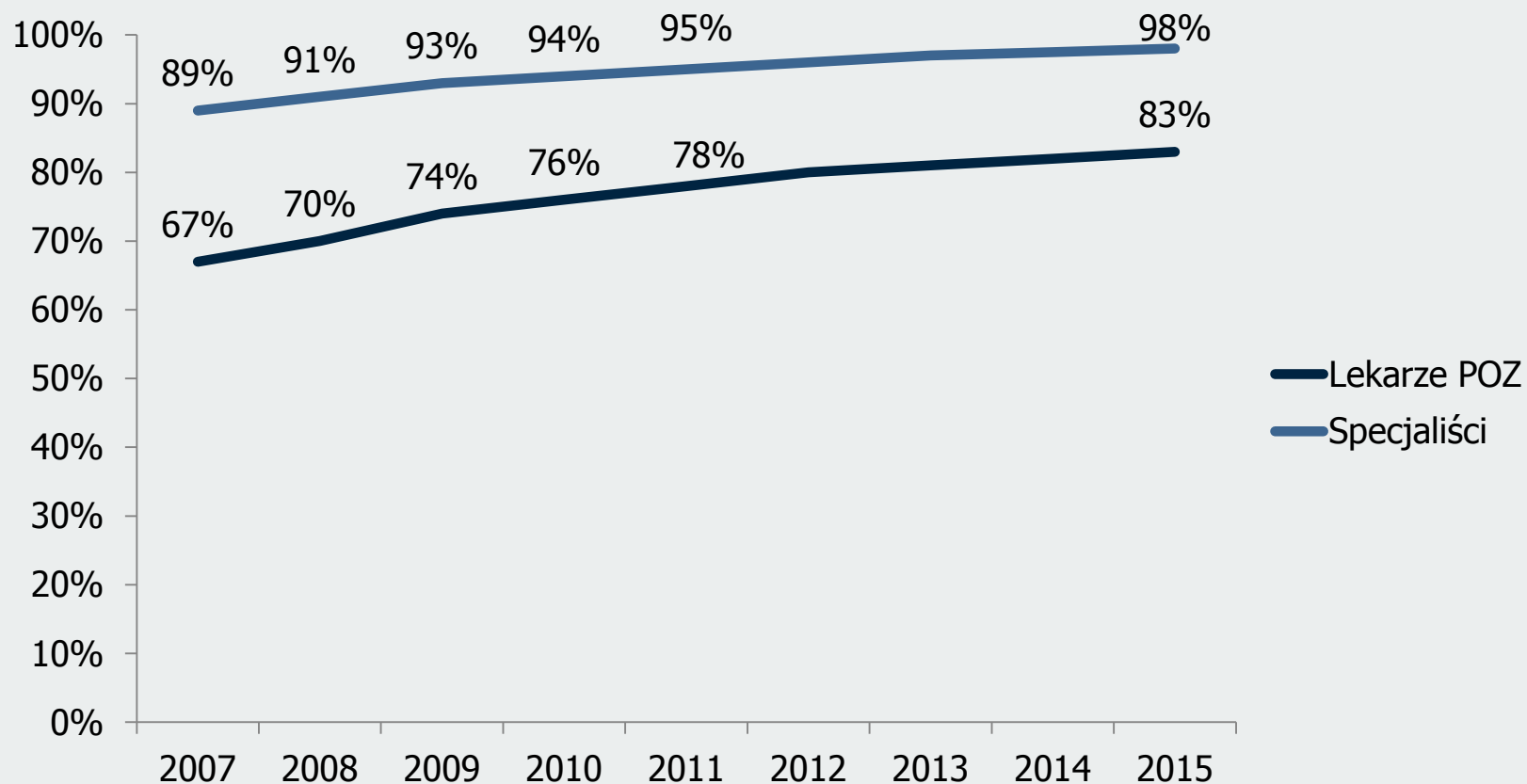
3

Zakres danych	Cena raportu w formacie PDF	Cena raportu w formacie PowerPoint
Raport opisujący zachowania lekarzy i farmaceutów	6 000 zł	10 000 zł
Raport opisujący zachowania lekarzy	5 000 zł	8 300 zł
Raport opisujący zachowania farmaceutów	5 000 zł	8 300 zł

Raporty zawierają analizy w podziale na:

- lekarzy POZ
- specjalistów
- farmaceutów
- wiek
- płeć
- wielkość miejscowości zamieszkania

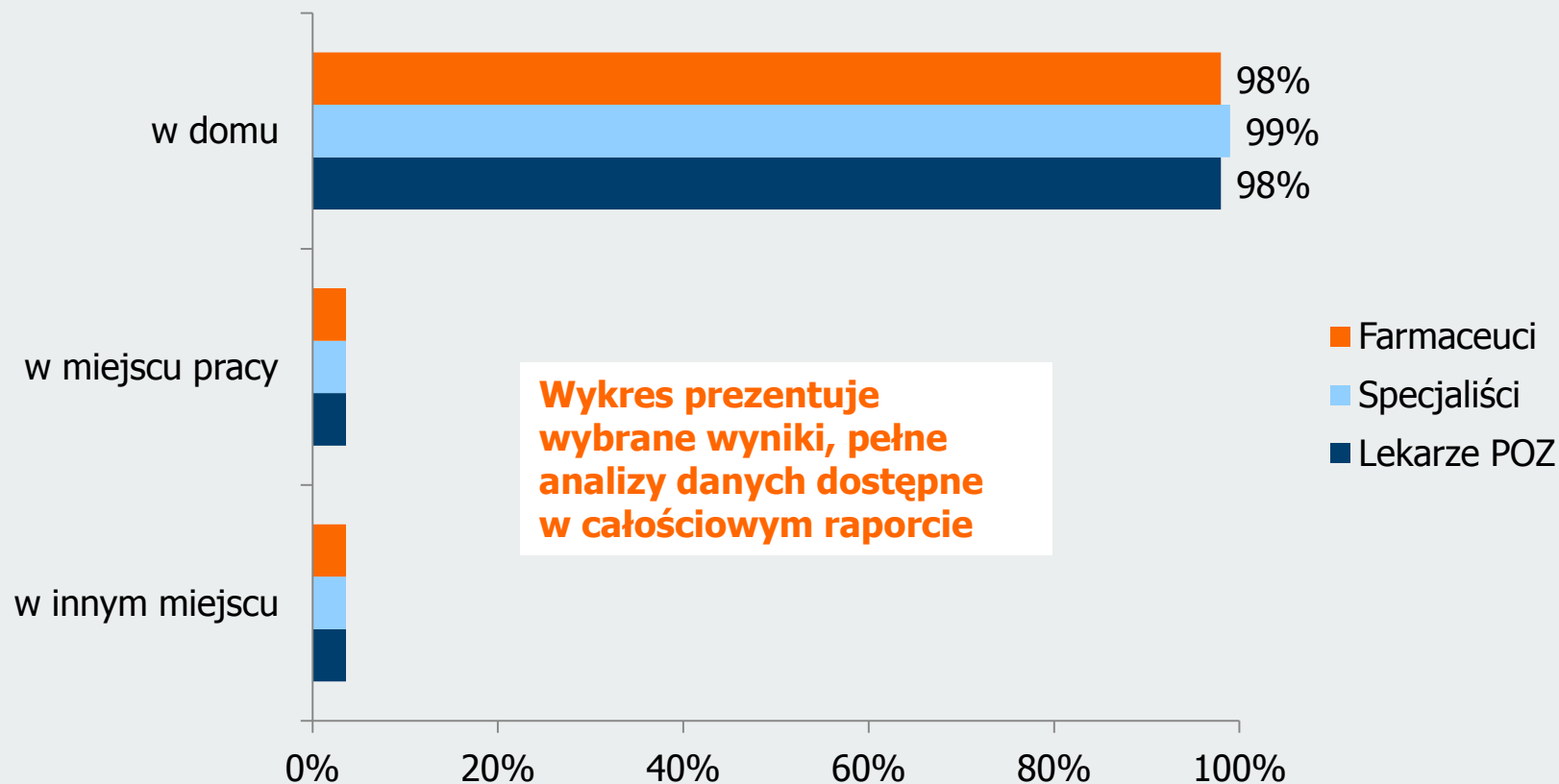
Penetracja Internetu wśród lekarzy – prognoza wzrostu



Gdzie HCP korzystają z Internetu?

Gdzie korzysta Pan(i) z Internetu?

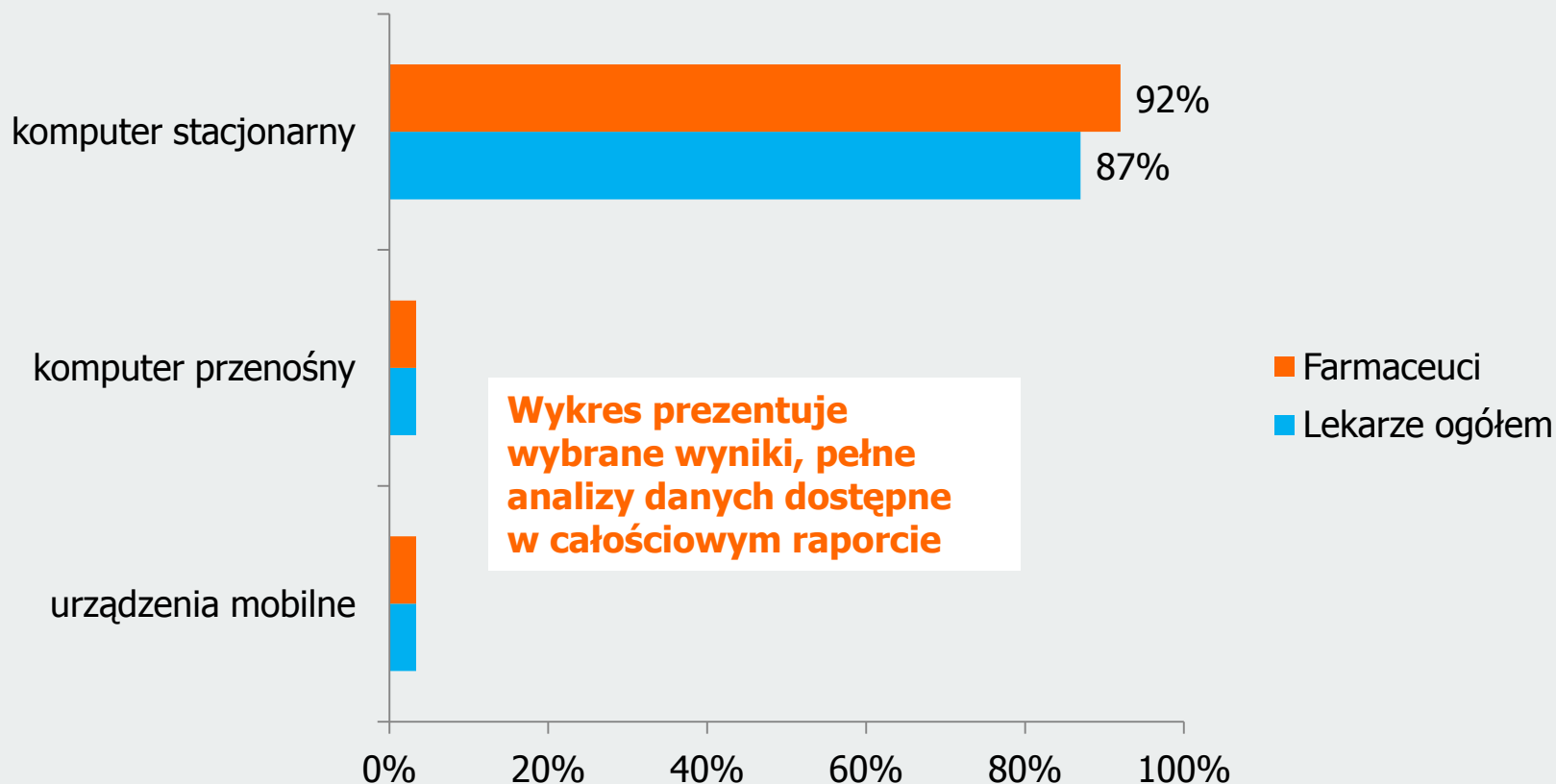
5



Urządzenia wykorzystywane do łączenia się z Internetem

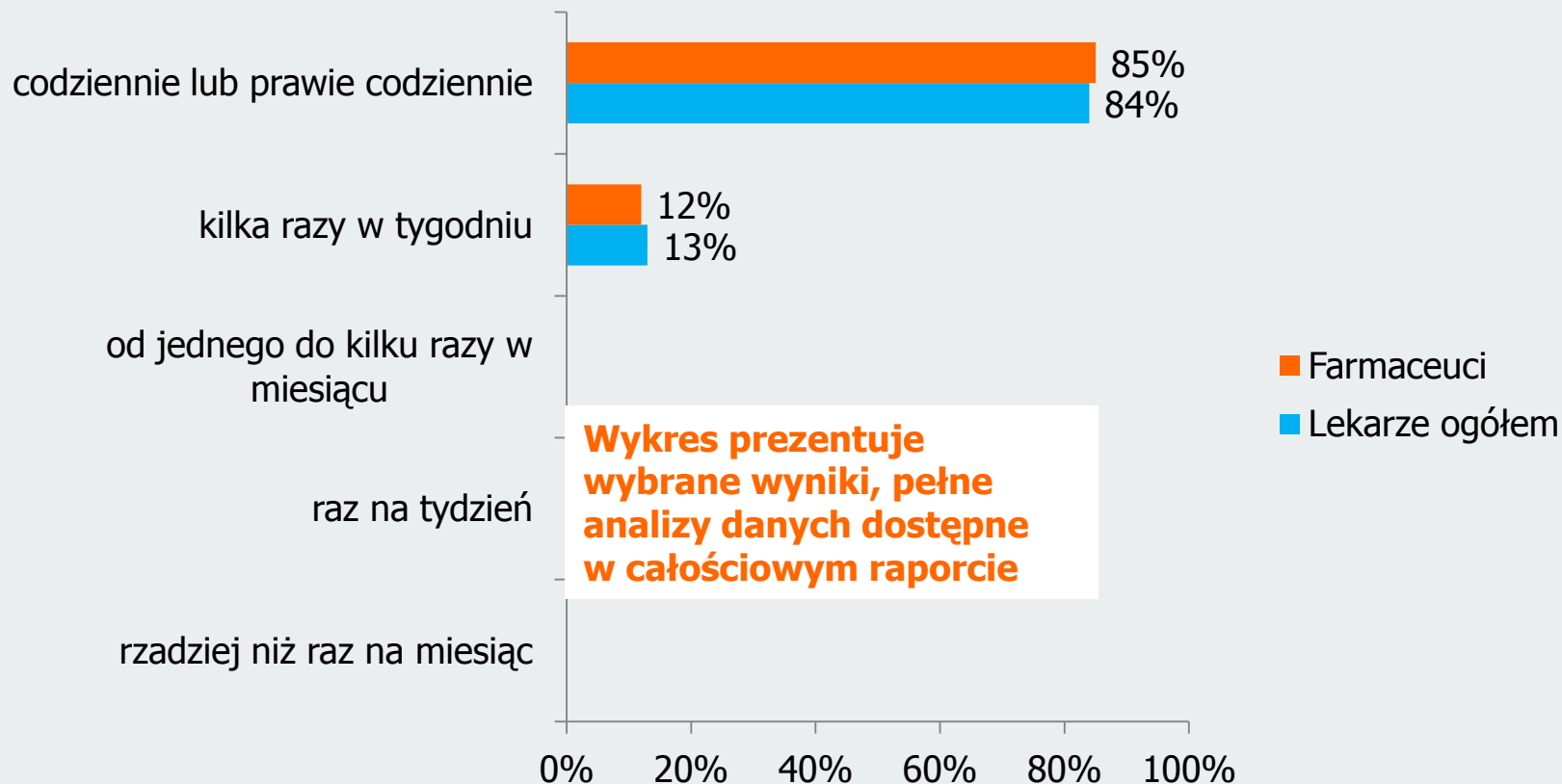
Proszę wskazać wszystkie urządzenia, za pomocą których korzystał(a) Pan(i) z Internetu w ciągu ostatniego miesiąca:

6



Częstość korzystania z Internetu

Jak często przeciętnie korzysta Pan(i) z Internetu w innym celu, niż tylko przeglądanie poczty elektronicznej?



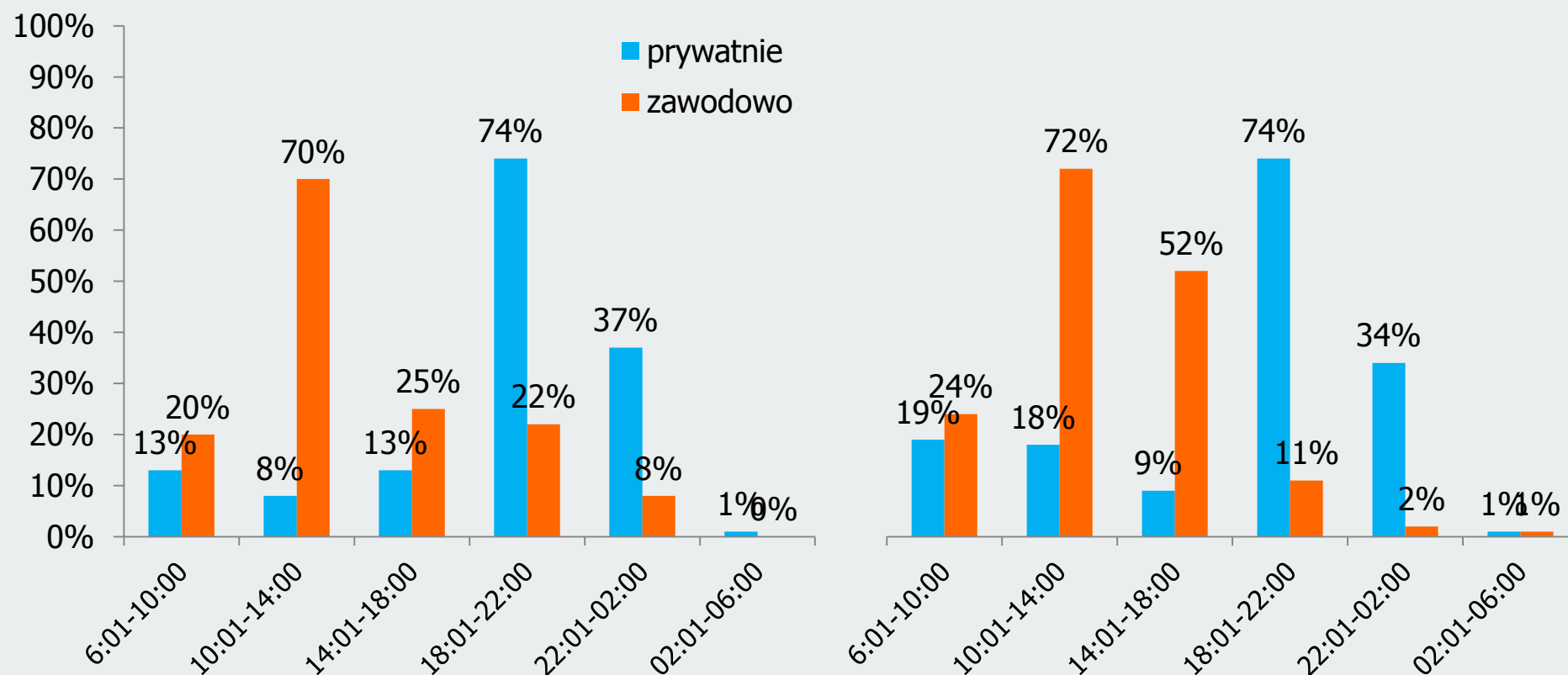
Godziny, w których HCP korzystają z Internetu

Spośród wymienionych proszę wskazać dwa przedziały godzinowe, w których najczęściej korzysta Pan(i) z Internetu?

8

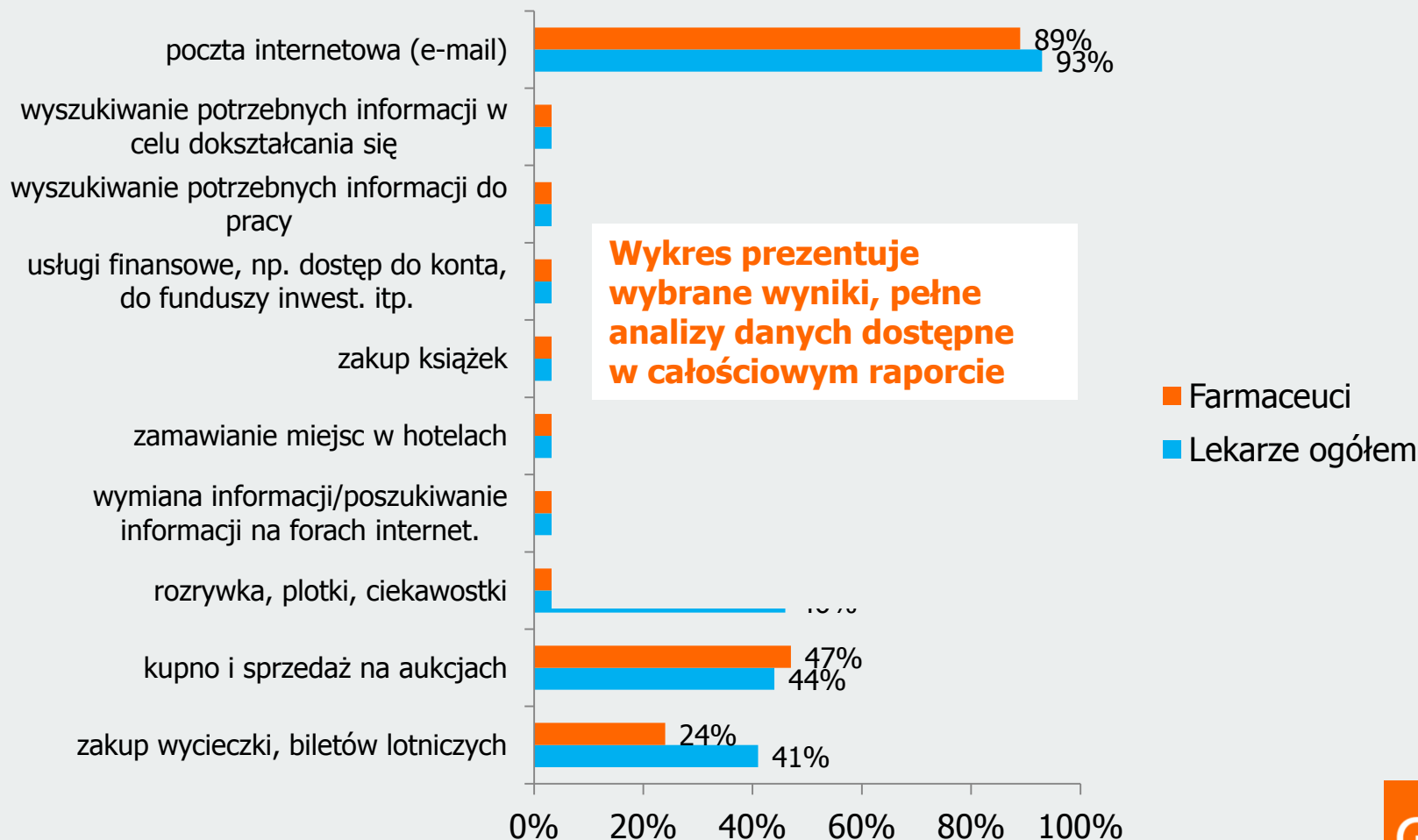
Lekarze

Farmaceuci



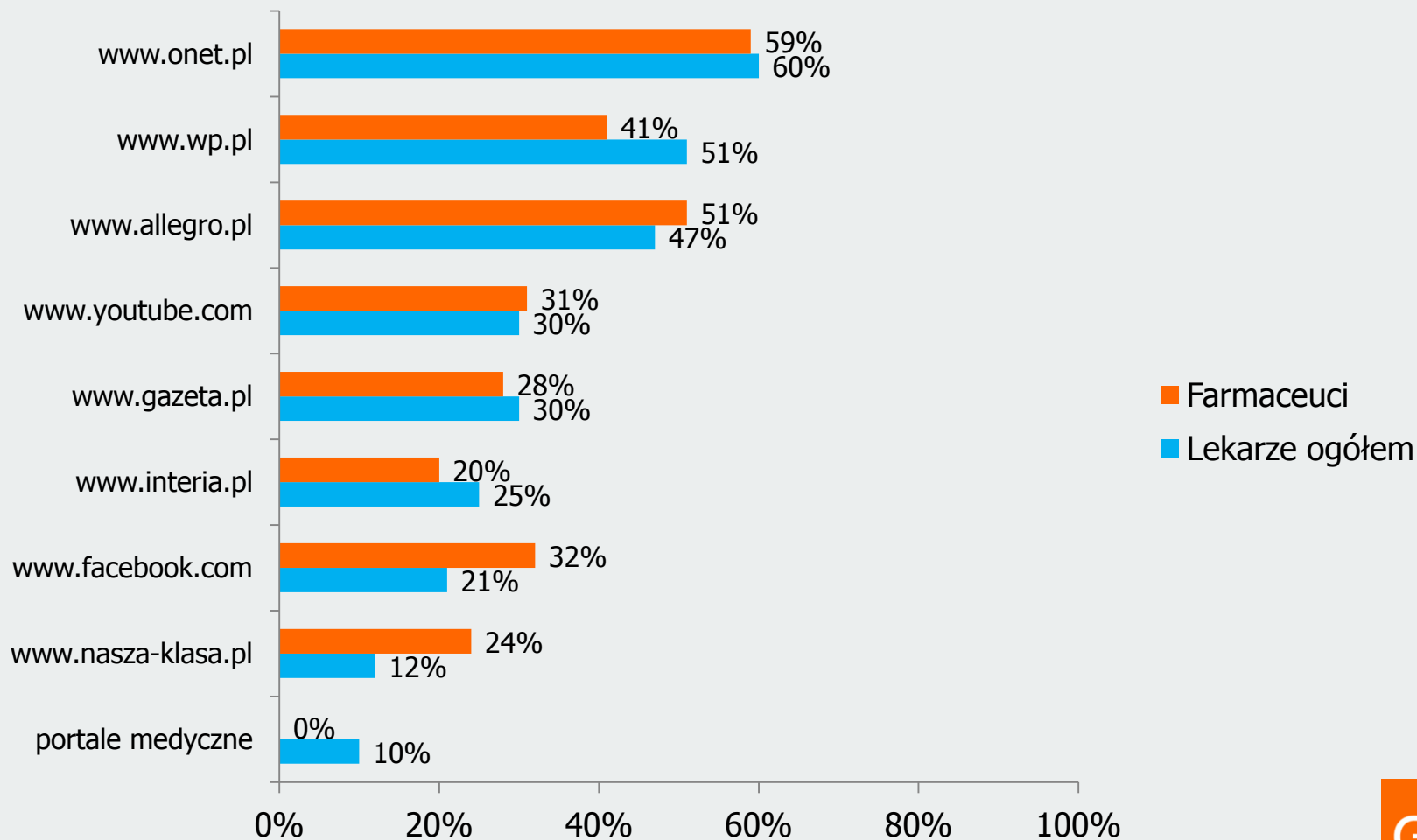
Najpopularniejsze sposoby wykorzystywania Internetu

Proszę popatrzeć na tę listę i powiedzieć, do jakich celów wykorzystywał(a) Pan(i) Internet w ciągu ostatnich trzech miesięcy. Proszę bez pośpiechu przeczytać pokazaną listę i spokojnie zastanowić się, które zastosowania Internetu dotyczą Pana(i).



Korzystanie z wybranych portali internetowych

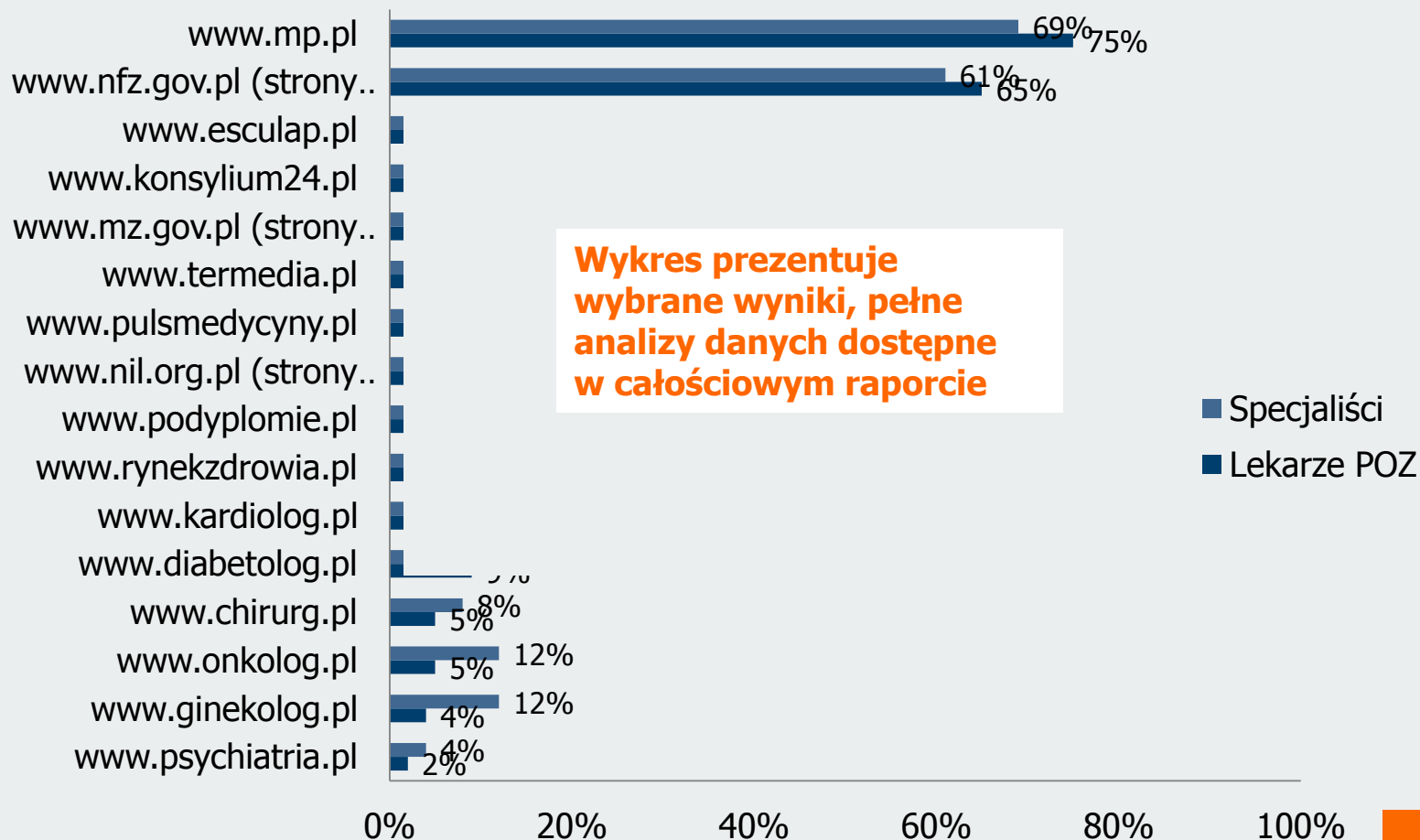
Z których portali internetowych korzysta Pan(i) regularnie?



Znajomość portali przeznaczonych dla HCP. Lekarze

Które z poniższych polskojęzycznych portali i stron internetowych są Panu(i) znane?

11



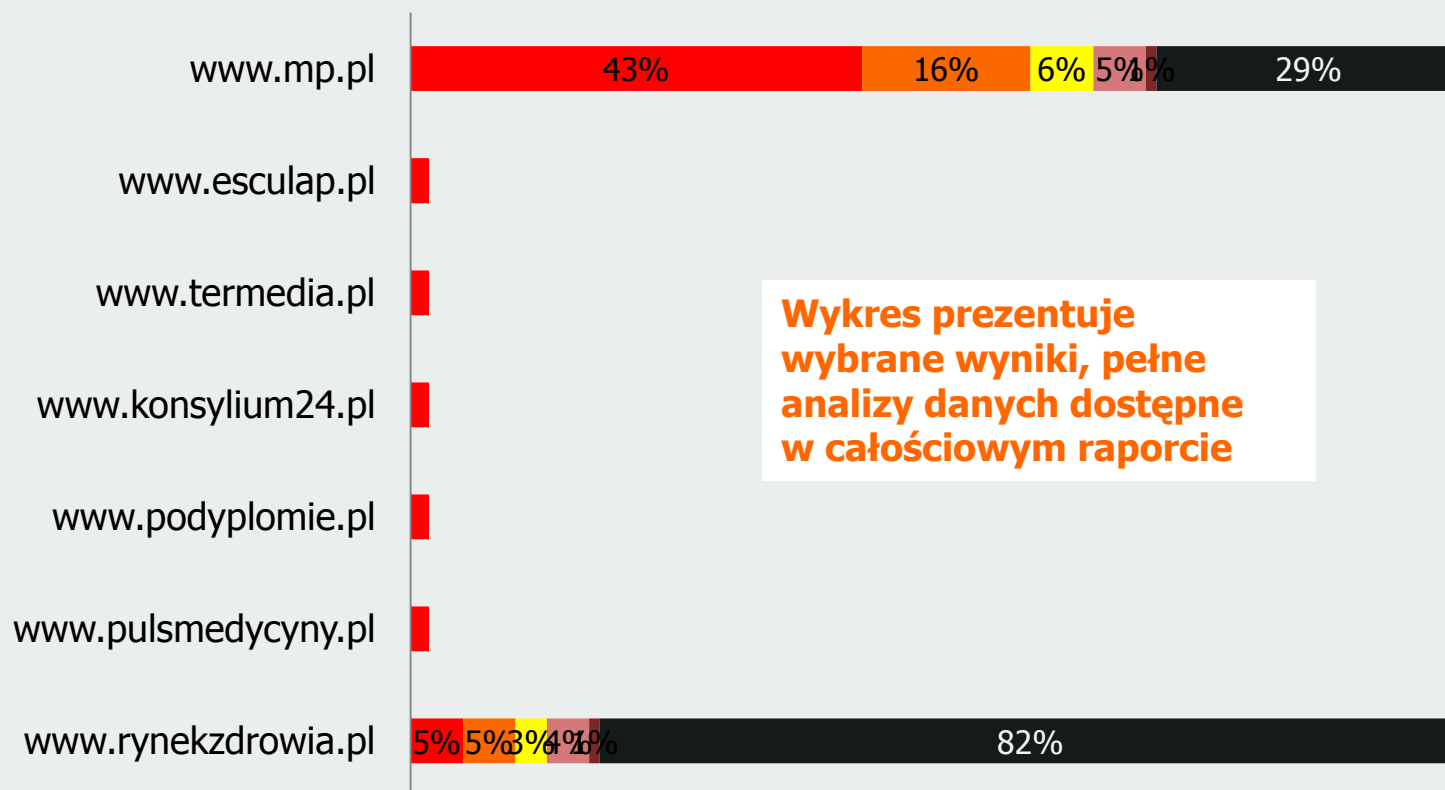
Korzystanie z portali przeznaczonych dla HCP. Lekarze

Kiedy ostatni raz korzystał(a) Pan(i) z każdego z podanych portali i stron internetowych?

12

- W ciągu ostatniego tygodnia
- W ciągu ostatniego miesiąca
- W ciągu ostatniego kwartału
- W ciągu ostatnich 6 miesięcy
- Dawniej niż 6 miesięcy
- Nigdy

Średni czas jednorazowo
spędzony na portalu [w min]



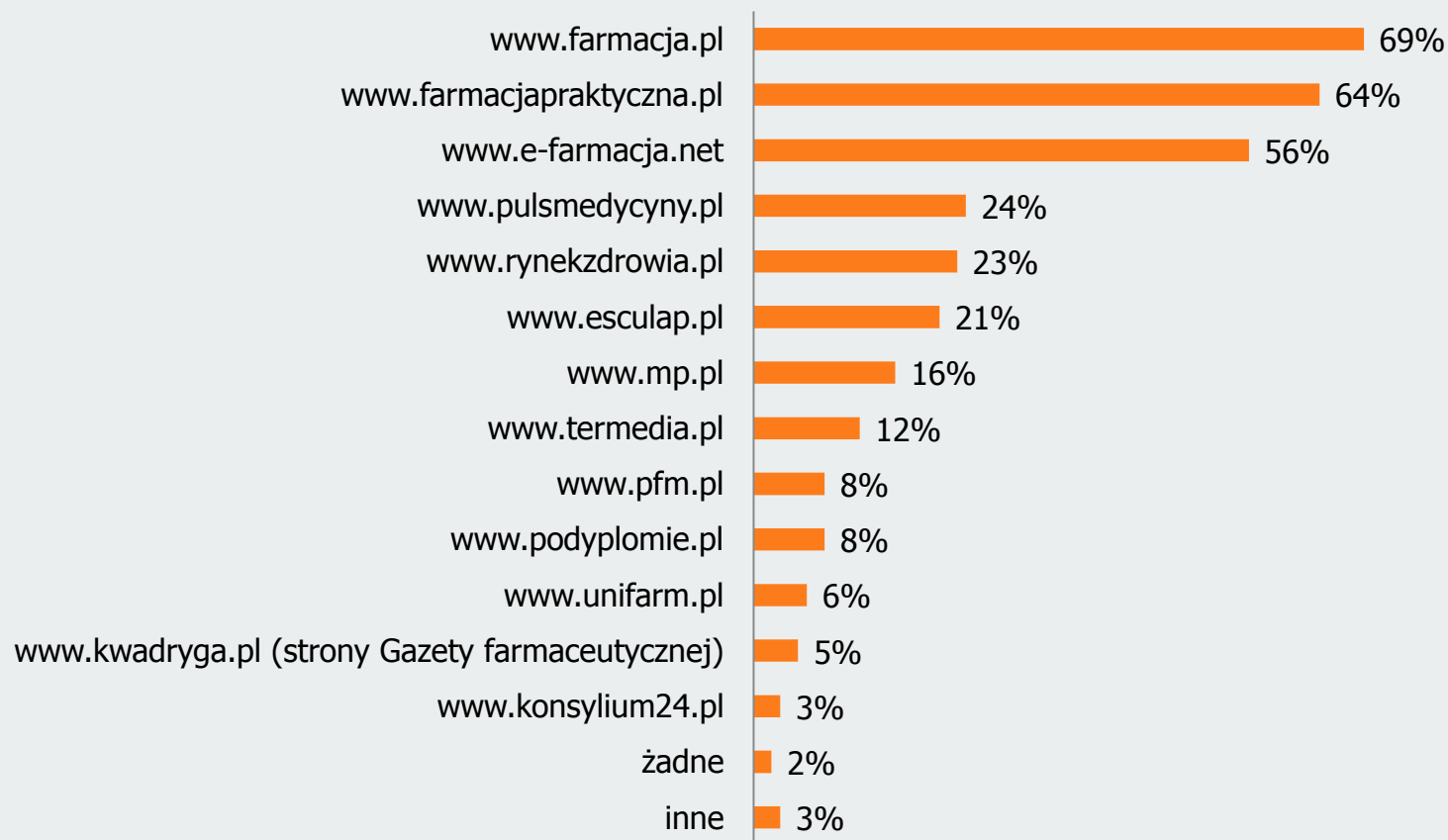
**Wykres prezentuje
wybrane wyniki, pełne
analizy danych dostępne
w całościowym raporcie**



Znajomość portali przeznaczonych dla HCP. Farmaceuci

Które z poniższych polskojęzycznych portali i stron internetowych są Panu(i) znane?

13

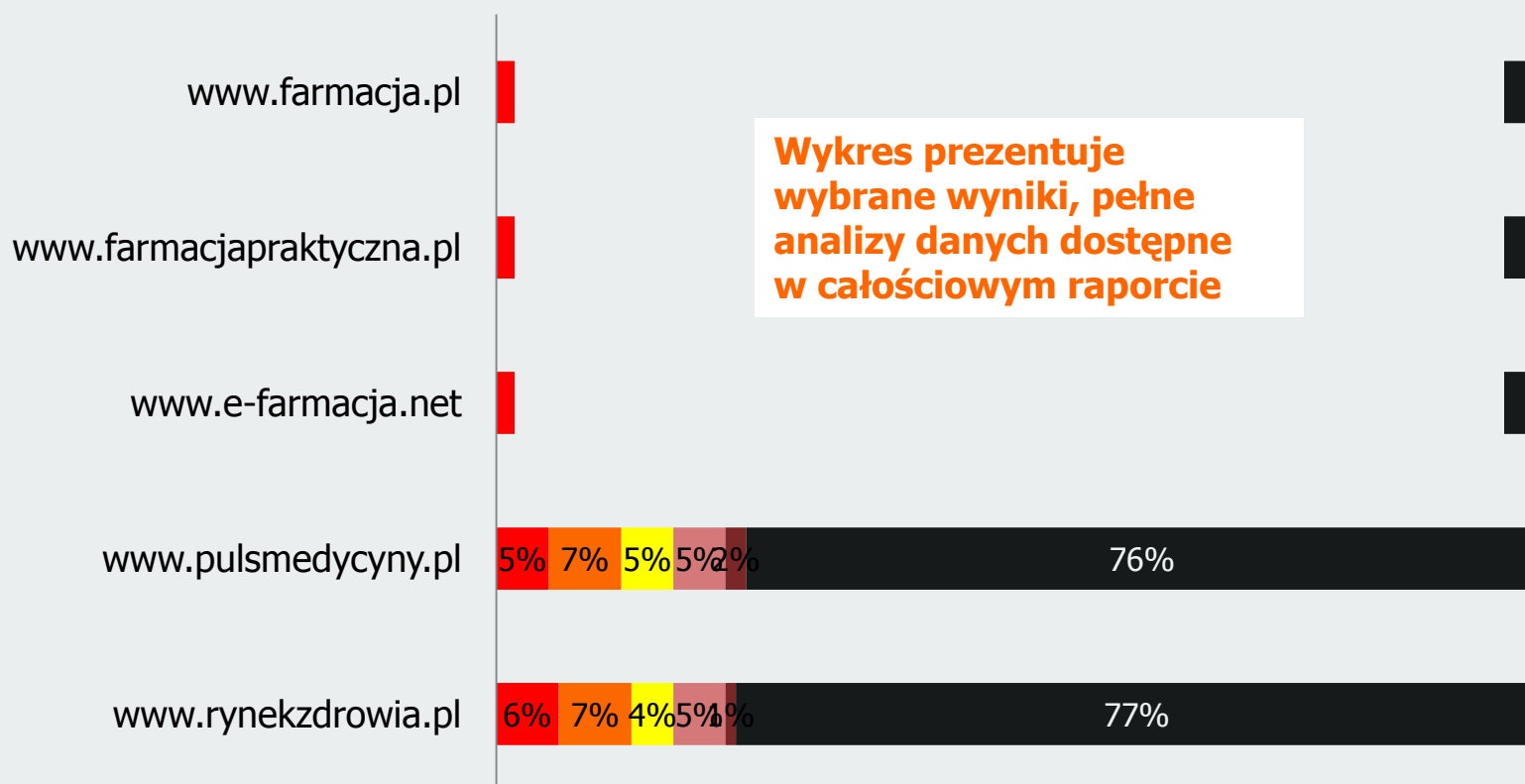


Korzystanie z portali przeznaczonych dla HCP. Farmaceuci

Kiedy ostatni raz korzystał(a) Pan(i) z każdego z podanych portali i stron internetowych?

14

- W ciągu ostatniego tygodnia
 - W ciągu ostatniego kwartału
 - Dawniej niż 6 miesięcy
- W ciągu ostatniego miesiąca
 - W ciągu ostatnich 6 miesięcy
 - Nigdy

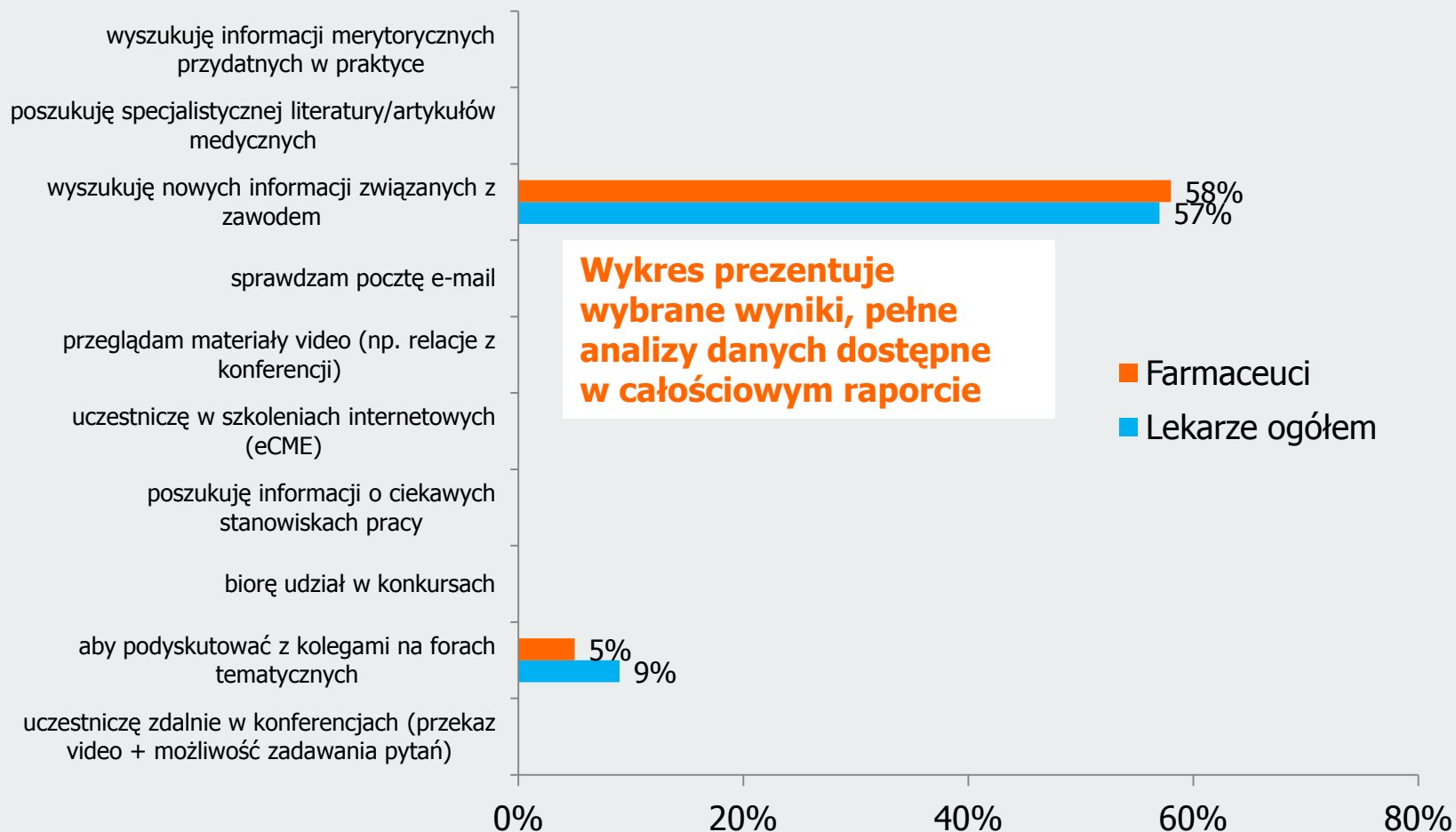


**Wykres prezentuje
wybrane wyniki, pełne
analizy danych dostępne
w całościowym raporcie**

Najważniejsze powody odwiedzania portali specjalistycznych

Spośród wymienionych niżej proszę wskazać trzy najważniejsze powody, dla których odwiedza Pan(i) portale przeznaczone dla profesjonalistów służby zdrowia?

15



Częstość wybranych aktywności lekarzy w Internecie

Proszę powiedzieć jak często korzysta Pan(i) z Internetu w celu wyszukiwania/korzystania:

16

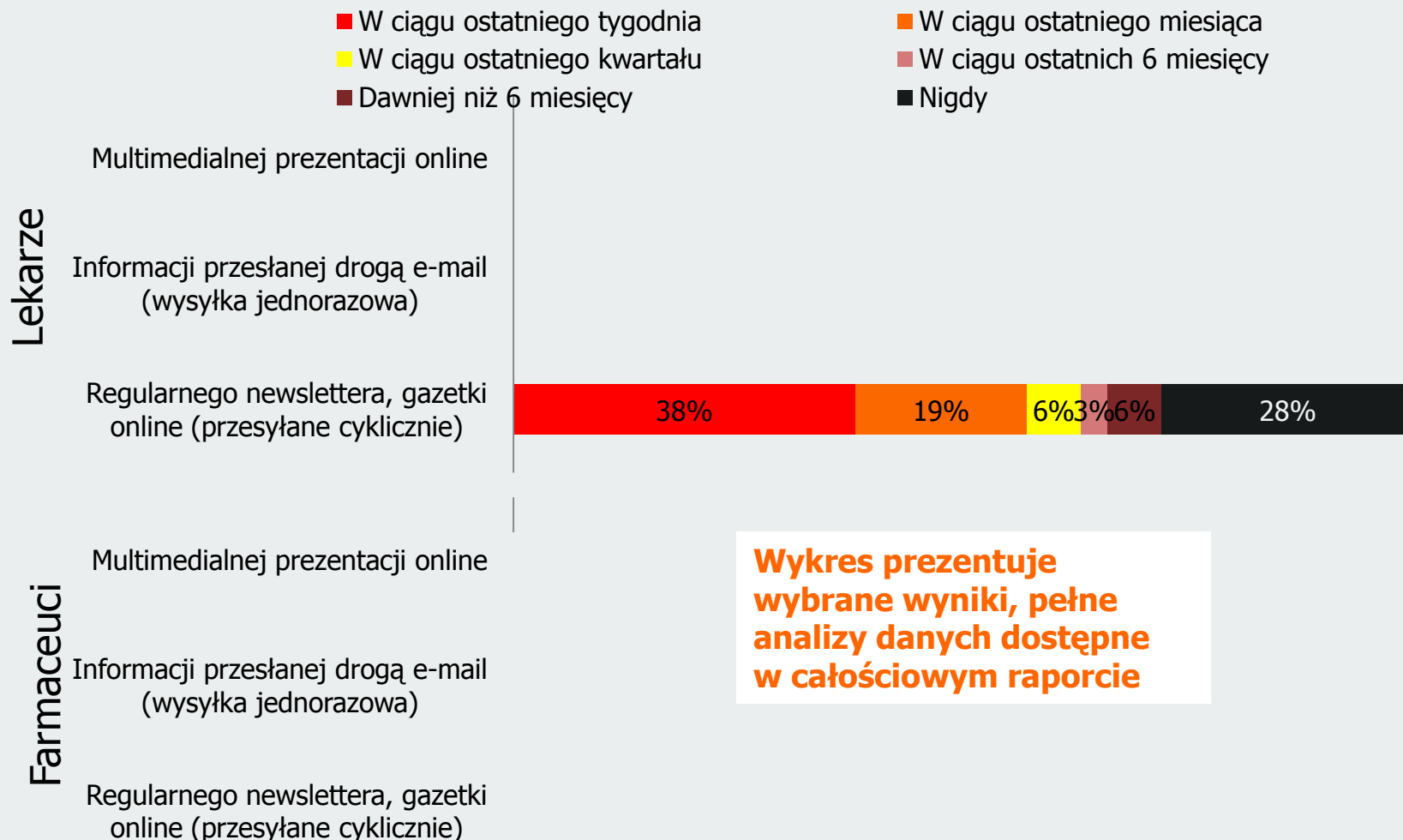


**Wykres prezentuje
wybrane wyniki, pełne
analizy danych dostępne
w całościowym raporcie**

Ekspozycja na wybrane aktywności promocyjne

Kiedy ostatni raz bezpośrednio do Pana(i) skierowana została promocja leków za pośrednictwem Internetu w następujących formach?

17



Udział w konferencjach internetowych

Kiedy ostatni raz wziął(ęła) Pan(i) udział w konferencji internetowej poświęconej tematyce medycznej?

18

- W ciągu ostatniego tygodnia
- W ciągu ostatniego miesiąca
- W ciągu ostatniego kwartału
- W ciągu ostatnich 6 miesięcy
- Dawniej niż 6 miesięcy
- Nigdy

Lekarze

konferencja zagraniczna

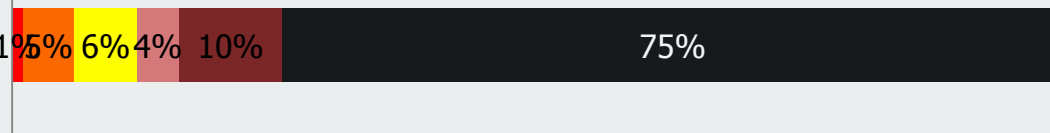
konferencja krajowa

**Wykres prezentuje
wybrane wyniki, pełne
analizy danych dostępne
w całościowym raporcie**

Farmaceuci

konferencja zagraniczna

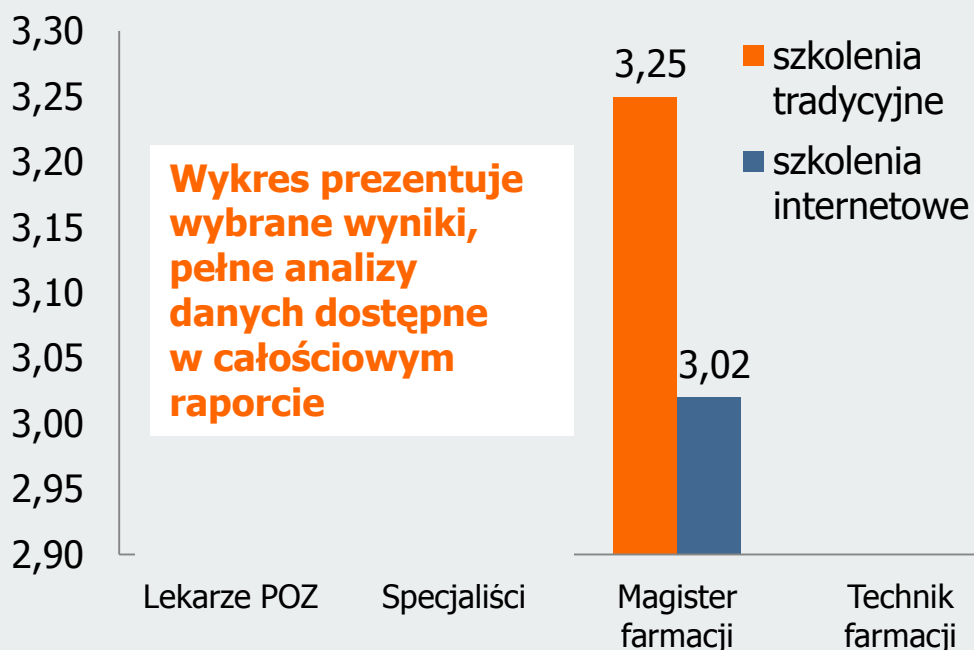
konferencja krajowa



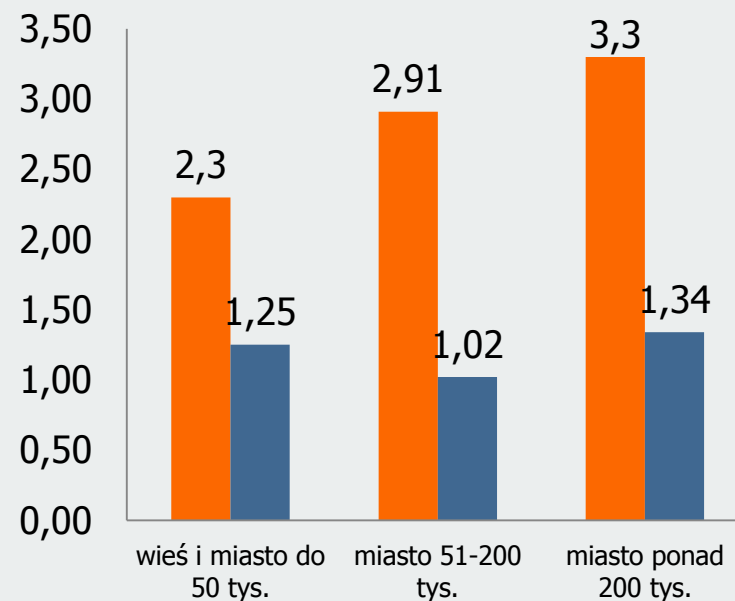
Udział w szkoleniach internetowych (6 miesięcy)

Proszę pomyśleć o szkoleniach, za które przysługują punkty edukacyjne, w których Pan(i) uczestniczył(a) w ciągu ostatnich 6 miesięcy. Ile z nich to szkolenia tradycyjne, a ile internetowe?

19



Szkolenia farmaceutów wg wielkości miejscowości

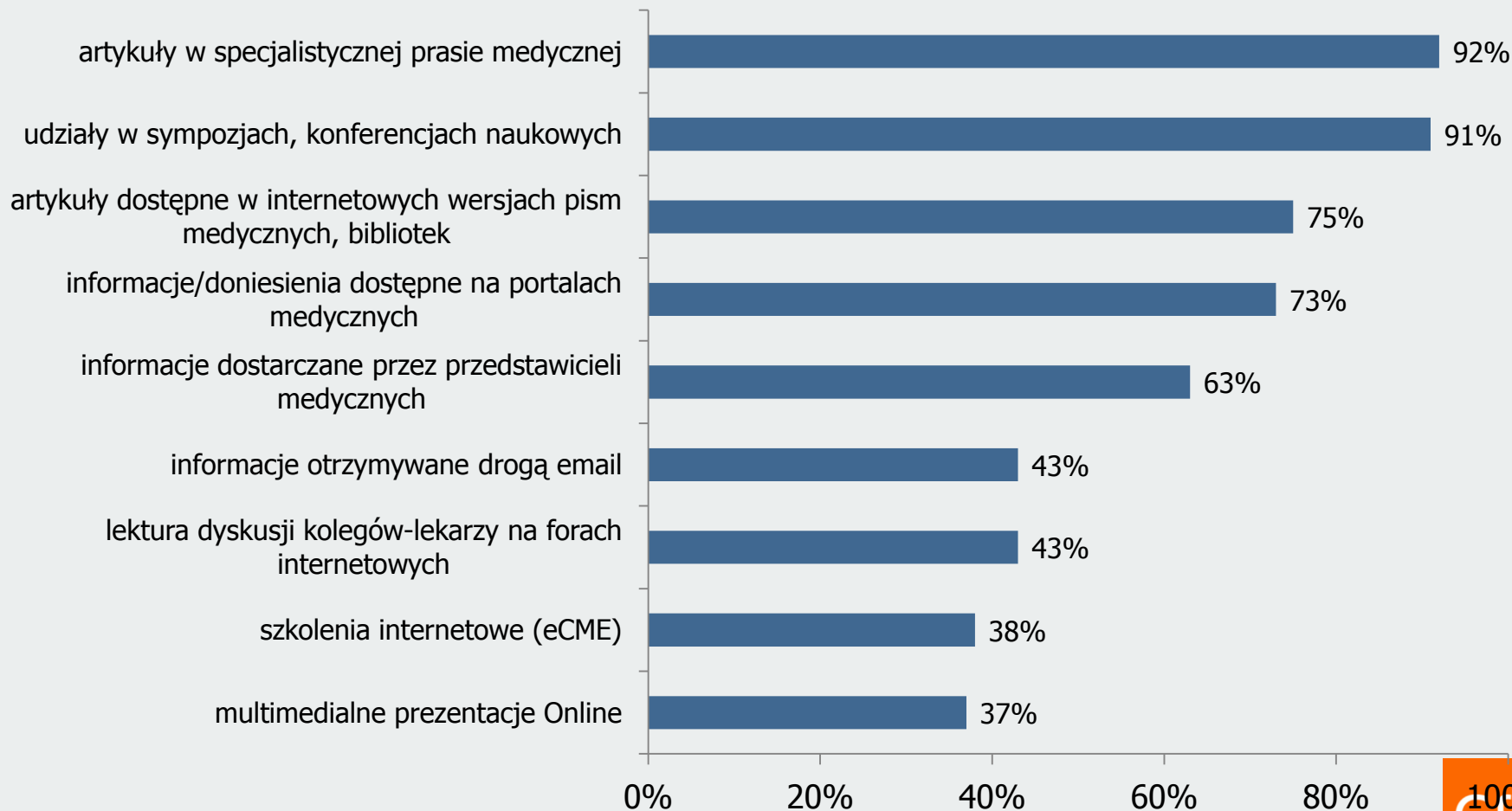


Ocena wpływu aktywności w Internecie na zwyczaje zawodowe (w porównaniu do innych aktywności) - Lekarze

W jakim stopniu, każda z wymienionych niżej aktywności wpływa na Pana(i) zwyczaje terapeutyczne?

20

Odsetek odpowiedzi 5-zdecydowanie wpływa i 4-raczej wpływa (skala odpowiedzi od 1 do 5, gdzie 1 – w ogóle nie ma wpływu, 5 – zdecydowanie wpływa)

100%
GfK