



GYÓGYSZERÉSZI HÍRLAP

B2B

MÉDIA AJÁNLAT

2010

A Gyógyszerészi Hírlap a Magyar Gyógyszerészi Kamara hivatalos lapja

TÉNYEK

- 5000 gyógyszerész kapja névre szólóan havonta

A GYÓGYSZERÉSZI HÍRLAP ELŐNYEI, SIKEREI

- A Magyar Gyógyszerészi Kamara névjegyével ellátott lapot a gyógyszerészek elsősorban szakmapolitikai ismereteik elmélyítéséért és az aktuális információkért olvassák
- A gyógyszerészek körében a magyar nyelvű szaklapok közül a Gyógyszerészi Hírlap ismeretségi mutatója a 3. helyen végzett (*Szinapszis 2008*)
- A Gyógyszerészi Hírlap olvasója a patikában történő vásárlási döntést befolyásoló és az Ön termékét berendelő szakember

A GYÓGYSZERÉSZI HÍRLAP SPECIALITÁSA, EGYEDISÉGE

- Névre szóló
- 5000 gyógyszerészt ér el havonta a lap
- A gyógyszerészek széles vertikumához jut el a lap:
 - a gyógyszertárakban,
 - a kutatás-fejlesztésben,
 - a kórházakban dolgozókhöz egyaránt.
- Vényköteles és OTC-készítmények hirdethetők a lapban
- Nemzetközi kitekintést nyújt
- Tájékoztat a Magyar Gyógyszerészi Kamara munkájáról



CÉLCSOPORT

Gyógyszerész

A közforgalmú és az intézeti gyógyszertárak szakmai vezetői

A patikában történő vásárlási döntést befolyásoló és a termékeket berendelő szakember.

A gyógyszerész, mint döntéshozó

A gyógyszerész a patikán belüli döntéshozó, teljes felelősséggel tartozik a patikáért és a betegeiért

A gyógyszerészek kiemelt feladata

Elsődleges kötelessége biztosítani a kiadott szerek tisztaságát, ehhez egy másik kötelezettség is társul: önálló döntéseket szükséges alkotnia a beteg terápiájában és az orvossal kooperálva tanácsokat adni.

MINŐSÉGI ÉS MENNYISÉGI BÁZISMUTATÓK

Az olvasótábor jellemzői, tények a Gyógyszerészi Hírlapról!
Évente több mint 5000 gyógyszerész olvassa!

- 5000 gyógyszerész
- 5500 példány
- Névre szóló
- Évi 12 megjelenés
- Aktív szerepet játszik a beteg életminőségének javításában. Segít a gyógyszerrel kapcsolatos problémák felismerésében, megoldásában, a káros hatások megelőzésében.

A Gyógyszerészi Hírlap tartalma

- A szakma életének fontos eseményei,
- hazai, aktuális, szakmapolitikai eredmények,
- európai országok gyógyszerészeti vívmányai,
- nemzetközi kitekintés,
- tájékoztatás a Magyar Gyógyszerészi Kamara munkájáról.

MIÉRT ÉRDEMES HIRDETNI A LAPBAN?

- A gyógyszerészek véleményformáló szakmapolitikai lapja
- A Magyar Gyógyszerészi Kamara hivatalos fóruma

MILYEN MARKETINGFELADATOKHOZ HOGYAN ILLESZTHETŐ A GYÓGYSZERÉSZI HÍRLAP MÉDIASZOLGÁLTATÁSA?

Új termékbevezetés

Az Ön márkája akár újonnan bevezetett OTC-termék, vagy már a piaci forgalomban régóta bevezetett vényköteles gyógyszer, mindkét esetben eredményes promóciót biztosít a lapban való megjelenés.

Lojalitásépítés

Kampány időszakban javasoljuk

Érdemes a kampányt kiegészítő, több fázisú, azaz több pontot érintő marketingszolgáltatásra építeni a termékét és közvetlenül a gyógyszertár pénzügyi és szakmai vezetőjéhez szólni.

Ilyenkor ajánlott a cég kampányáról szóló hirdetés elhelyezése, és a borító oldalait érdemes lefoglalni OTC-termék hirdetése esetén

- OTC-kampányok megjelenésére
- Ár promóció
- Termékbevezetés, újrapozicionálás kiegészítő PR-megjelenéssel
- Generikus termékek ismertetése
- Kuponpromóció

Értéknövelő szolgáltatások

Behúzás

- Kampánytermék
- Termékminta piaci bevezetésnél
- Termék újra pozicionálásnál

DM kiküldés

A termék ismertetésében segíthet a gyógyszerészek részére a kiadó által rendszeresen, névre szólóan kiküldött borítékon elhelyezett hirdetése is *(évente 10 alkalom)*!

A borítékon elhelyezett hirdetés emocionálisan is erősíti az új termék megismerését, bevezetését.

A DM-kampányok megszervezésében a kiadó teljes körű segítséget tud nyújtani.

CPR=98 Ft
(Cost per reach)HIRDETÉSI
ÁRAK

	Méret	Termék reklám	Termék PR
B/II. B/III. B/IV.	205x285 mm +5-5mm kifutó	490 000	
1/1	180x250 mm	420 000	350 000
1/2	Álló: 88x250 mm	300 000	220 000
	Fekvő: 180x122 mm		
1/4	88x122 mm	220 000	150 000
1/8	Álló: 42x122 mm	150 000	100 000
	Fekvő: 88x58 mm		
Csíkhirdetés	180x30 mm	60 000	
Apróhirdetés 400 karakterig	40 Ft/karakter, 75 karakterig 3000 Ft, kiemelés, keretezés +15% felár		

Célcsoport	Csatorna	Havi elérés (fő)	Lista Ár/hó	Freq/év	CPC fő/év (Ft)	CPR fő/ alkalom (Ft)
Gyógyszerész	szaklap	5000	490 000	12	1176	98

Az árak az áfát nem tartalmazzák.

Hirdetési kategóriák, felárak

Termékreklám

(színes hirdetés): Termék vagy szolgáltatás hirdetése fotóval, logóval.

Termék PR

Szöveges/PR-hirdetés, amely lehet színes is, tartalmazhat logót, cég-, termék- és szolgáltatásnevet, valamint háttérszínt. Megjelenítve a „fizetett hirdetés” kitétel.

Anyagleadás

Elektronikus formában (e-mail 5 Mb-ig, CD) vagy a kiadó FTP-szerverére; a nyomdakész anyagot, készítés esetén a fotót és a logót Photoshop 6.0 jpeg, tif formátumban, 300 dpi felbontásban, CMYK színmélységben készítendő hirdetés esetén a szöveget Word 6.0 formában kell leadni.

A nyomtatás színmélységét csak kromalin leadása mellett vállalja a nyomda.

Hirdetés elhelyezési felára

(szövegoldal, meghatározott oldal) 10%.

Hirdetés elkészítési felára

A Galenus Kiadó elkészíti hirdetését 10% felár felszámításával. Amennyiben a Galenus Kiadó által készített hirdetést más kiadónál is megjelenteti, a kiadó az alapár 15%-át számítja fel készítési költségként.

Műszaki paraméterek

Terjedelem: 32 + 4
Szín: 4+4 color
Rácssűrűség: 60 vonal/cm
Belív: 54 g UPM smart
Borító: 80 g LWC
Nyomtatási eljárás: íves ofszet
Kötészet: irkafűzött
Megjelenés: minden hónap második hetében
Papír: 90 g műnyomó
Terjesztés: névre szólóan térítésmentesen eljut
a Magyar Gyógyszerészeti Kamara minden tagjához

Ütemezés

Lapszám	Megrendelés anyagleadás	Megjelenés
10/1	2009. 12.10.	2010. 01. 10.
10/2	2010. 01. 10.	2010. 02. 10.
10/3	2010. 02. 10.	2010. 03. 10.
10/4	2010. 03. 15.	2010. 04. 10.
10/5	2010. 04. 15.	2010. 05. 10.
10/6	2010. 05. 15.	2010. 06. 10.
10/7	2010. 06. 10.	2010. 07. 10.
10/8	2010. 07. 10.	2010. 08. 10.
10/9	2010. 08. 10.	2010. 09. 10.
10/10	2010. 09. 10.	2010. 10. 10.
10/11	2010. 10. 10.	2010. 11. 10.
10/12	2010. 11. 10.	2010. 12. 10.