

Ensaio Estratégico

Propaganda Médica: A Curva da Percepção

A Teoria da Curva da Percepção, desenvolvida sobre os conceitos da Curva da Experiência, de Ciclo de Vida dos Produtos e da Matriz BCG, alicerçada por observações práticas, identifica e define indicadores de expectativa para a cobrança de resultados em novos projetos e novas marcas, bem como no lançamento de novos produtos, utilizando - se equipes de Propagandistas, Promotores e Vendedores.

O gráfico é gerado através da intersecção dos Níveis de Percepção ou Resultados (no eixo x), com a Quantidade de vezes que a mensagem é transmitida (no eixo y) a um determinado público-alvo pré- definido.

Quatro fases de evolução são determinadas, tendo como base a quantidade de vezes que a mensagem é transmitida no caso da divulgação médica - a cada três visitas focando um mesmo produto, saltamos para uma outra fase de evolução.

As quatro fases de evolução são :

1. Fase de implantação: Nesta fase, temos o início do contato do produto com o público-alvo. Inicia-se, assim, a "construção" de um relacionamento entre o representante , a marca ou produto e o público- alvo. É uma fase de reconhecimento mútuo, chamada de "V0". Os resultados, praticamente inexistem.
2. Fase de identificação: Esta fase marca o término da fase de reconhecimento e o início da fase de identificação dos benefícios e utilização do produto. Essa fase é chamada de "V1". Os resultados começam a aparecer.
3. Fase de expansão: Chamamos esta fase de "V2". Aqui os resultados começam a ser perceptíveis, passíveis de medição, já sendo possível detectar uma tendência de mercado.
4. Fase de definição: Os resultados mostram, claramente, como o produto posicionou-se no mercado. Avaliações precisas podem ser feitas sobre estratégia adotada, impacto promocional, distribuição, pontos fortes e pontos fracos, etc. Esta fase é chamada de "V3".



Estudo realizado com equipes de propagandistas adicionais da pharmexx Brasil.

Autor: Cássio Rossetti professor de pós graduação de Marketing e Qualidade Total da UMC e diretor da pharmexx Brasil