



07 Август 2008, Четверг

Свежий номер • Архивы • Рассылки • Карта сайта

Українською

КОНТРАКТЫ UA	Деловые новости	Пресс-релизы	Бизнес-события	Форум	Личный счет	Авто	Нед
---------------------	-----------------	--------------	----------------	-------	-------------	------	-----

Украинский деловой еженедельник "Контракты" / № 31 от 04-08-2008

РЕКЛАМА П

ПОИСК

В этом номере:

- ▶ Тема номера
- ▶ Спецпроект
- ▶ Эпицентр
- ▶ Вопрос Контрактов
- ▶ Деньги
- ▶ Сфера влияния
- ▶ Персона
- ▶ Рынки и Компании
- ▶ Секрет фирмы
- ▶ Маркетинг
- ▶ Вещи
- ▶ **Содержание**

В "Контрактах":

- Свежий номер
- **Архивы**
- **Об издании**
- Редакция
- Подписка
- Реклама в газете
- "Конкретно о..."
- "КАК КУПИТЬ"
- "Гвардия"

На сайте:

- **Новости компаний**
- **Рассылки сайта**
- **Реклама на сайте**
- Каталог ссылок
- Контакты
- **Карта сайта**

Сделай стартовой

Добавить в избранное

RSS rss каналы

Реклама:

Маркетинг

Инфаркт под местным наркозом

Алексей ГОШ, директор по коммуникациям Reputation Capital



Пациенты не простили американской фармацевтической компании Merck желания накормить их смертельно опасным препаратом

В 1668 году Фредерик Якоб Мерк открыл небольшую химическую фирму в немецком городе Дармштадт. Спустя двести лет наследник основателя компании перенес ее за океан — в Соединенные Штаты Америки. Сегодня компания представляет собой крупный международный исследовательско-производственный гигант, продукция которого известна в 200 странах мира. Штат ее сотрудников давно превысил отметку в 70 тысяч человек. Однако уже несколько лет Merck находится в состоянии кризиса.

Фармацевтический прорыв

В начале 1990-х очередным прорывом в сфере медицины должен был стать новый класс обезболивающих препаратов ЦОГ второго поколения. Их предшественники, входящие в группу ЦОГ-1, также оказывали противовоспалительное и болеутоляющее действие, однако имели ряд побочных эффектов, таких как желудочные кровотечения и риск возникновения язвенных болезней. Первым препаратом нового поколения стал Vioxx от компании Merck. Разработанный в 1994 году медикамент спустя пять лет получил одобрение разрешительных органов США и поступил в продажу. За ним последовали новинки ближайшего конкурента — компании Pfizer, выпустившей Celebrex и Vextra.

По данным аналитической компании IMS Health, ингибиторы ЦОГ-2 в 2004 году занимали седьмое место в десятке самых продаваемых в США терапевтических препаратов — на них приходилось 2,3% оборота рынка медикаментов, отпускаемых по рецепту. По итогам 2004 года продажи ЦОГ-2 в Штатах составили \$5,34 млрд, превысив показатели 2002-го на 9,1%.



Выпуск нового препарата имел для Merck важнейшее значение. Несмотря на долгую историю, финансовое состояние компании в

Реклама від Google

Кредит-Эксперт

Кредит на
нерухомість, авто.
Економія до 18% від
суми.
www.credit-expert.com.u

Масономы

Реклама Готовые
отраслевые
решения
www.maconomy.com

последние годы оставляло желать лучшего. И хотя объемы годовых продаж превышали \$20 млрд, чистая прибыль оставалась достаточно низкой из-за долгов, а также высоких затрат на дистрибуцию и маркетинг. Некогда лидер мирового рынка фармацевтики, Merck к началу нового тысячелетия постепенно начала терять позиции.

Вся надежда в этой ситуации возлагалась на Vioxx — препарат должен был восстановить ведущую роль компании в отрасли. Маркетологи Merck решили акцентировать внимание на безопасности лекарства и отсутствии побочных эффектов, таким образом усилив доверие и повысив его продажи. Учитывая, что ежегодно в США происходит около 100 тыс. госпитализаций с диагнозом «желудочное кровотечение», вызванных употреблением различных препаратов, данный аспект играл важную роль для потребителей.

Издания "ГК":

**Бухгалтерский
еженедельник
"ДЕБЕТ-КРЕДИТ"**



№30/2008

Проверки налоговых
деклараций по НДС ::
Электронные
авиабилеты :: ГНАУ
разъясняет нюансы
учета НДС ...

Рекламное запугивание

Несмотря на популярность нового поколения препаратов, специалисты не были единодушны в оценке новых лекарств. В год запуска Vioxx некоторые американские ученые выдвинули гипотезу, что препарат может влиять на свертываемость крови, увеличивая риск возникновения тромбов и сердечно-сосудистых заболеваний. Проведенные вскоре исследования подтвердили данное предположение, продемонстрировав, что уровень смертности у пациентов, принимавших Vioxx, в четыре раза превышает показатель, изначально задекларированный производителем. Пытаясь выйти из затруднительной ситуации, представители Merck заявили, что разница в показателях вызвана тем обстоятельством, что добровольцы, на которых разработчик испытывал действие нового препарата, принимали кардиостимулирующий препарат «Напроксен», защищавший их от тяжелых последствий.

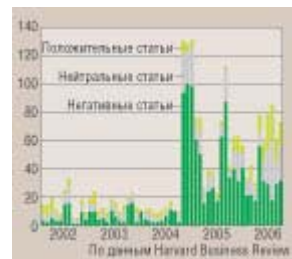
Со временем опасения, связанные с применением Vioxx, стали высказывать все больше экспертов. В 2001 году появлением побочных эффектов от применения препарата заинтересовались уже и представители контролирующих органов, в частности Департамент по контролю за продуктами питания и лекарствами. Его специалисты выступили с инициативой проведения детальных исследований влияния лекарства на сердечно-сосудистую систему.

Рейтинги "ГВАРДИЯ"



"Гвардия брендов"
Рейтинг самых дорогих
брендов Украины

Merck в данной ситуации выбрала тактику отрицания, отказавшись прислушаться к рекомендациям контролирующих органов. Вместо этого была развернута рекламная кампания, убеждающая пациентов и врачей в безопасности основного препарата.



Такие методы, применяемые компанией для продвижения своего препарата, вряд ли соответствовали морально-этическим нормам. В итоге чрезмерная настойчивость, с которой производитель пытался убедить общество в безупречности своего изобретения, стала серьезным ударом по его репутации. Как оказалось, представители гиганта не пренебрегали даже запугиванием отдельных нелояльных специалистов. Так, глава медицинского колледжа Стэнфордского университета доктор Джеймс Фрайс заявил, что одному из преподавателей его заведения прямо угрожали

**Каталог
"Конкретно о
строительстве"**



**"Конкретно о
строительстве"
№7-2008**

Строительство, ремонт,
материалы,
инструменты

**Каталог
"Как купить ..."**



**"Как купить ..."
№4-2008
АВТОМОБИЛЬ**

Реклама:

бесславным окончанием научной карьеры, если он не прекратит критиковать Vioxx во время своих лекций. Тем не менее Merck в 2002 году внесла предупреждающую надпись на инструкцию по применению препарата, информирующую о риске его использования для пациентов с заболеваниями сердечно-сосудистой системы. Впрочем, этого оказалось недостаточно для преодоления изъятий лекарства. За пять лет более чем 25 тыс. пациентов, принимавших Vioxx, пережили инфаркты и инсульты.

На грани краха

Последнюю точку в непродолжительном существовании препарата Vioxx поставили результаты очередного независимого клинического исследования, проведенного в 2004 году. После обнародования его итогов руководитель исследовательского департамента Merck Питер Ким попытался найти поддержку у внутренних и независимых специалистов, однако их вердикт был неумолим.

27 сентября 2004 года Vioxx, призванный сделать революционный прорыв в медицине, был отозван из продажи. Через три дня с официальным заявлением о добровольном отзыве популярного препарата выступил генеральный исполнительный директор Merck Рэймонд Джилмартин. Фармацевтический мир был шокирован: на момент изъятия медикамента из продажи его принимали 2 млн человек во всем мире, а с 1999 года было выписано более 100 млн рецептов.

В профессиональных кругах ходили слухи о некорректных методах продвижения Vioxx и об игнорировании экспертных мнений. Новым ударом по репутации компании стала статья в Wall Street Journal, где утверждалось, что ответственные лица американского гиганта знали об угрозах, которые несет применение Vioxx. В качестве подтверждения приводились копии переписки топ-менеджеров компании по электронной почте.

Последствия подобных событий не заставили себя долго ждать. 8 ноября 2004 года Министерство юстиции начало расследование обстоятельств выведения на рынок популярного препарата.

Критике подвергся и Департамент по контролю за продуктами питания и лекарствами. Инцидент с Vioxx выявил серьезные недочеты в системе выдачи разрешений на продажу новых медицинских препаратов. Эксперты стали указывать на частые случаи давления на Департамент со стороны гигантов фармацевтической отрасли. Как оказалось, далеко не одиночными были случаи утверждений новых лекарств, основанных на непродолжительных клинических исследованиях при участии минимального количества пациентов.

**Спасение Merck возможно,
если ей удастся подружиться
со СМИ**

В результате отзыва своего наиболее продаваемого препарата один из ведущих американских производителей медикаментов оказался на грани краха. Лекарство, которому отводилась роль «локомотива», стало камнем, тянущим Merck на дно. Компания

потеряла препарат, приносящий огромный доход. В 2003 году уровень продаж Vioxx превысил \$2,5 млрд, или 11% от годового объема. Прибыль же достигла \$1,2 млрд (18% годового объема).

Последствия отзыва препарата из продажи мгновенно ощутили на себе инвесторы Merck. В день изъятия медикамента из аптек акции компании упали в цене на 27%, потеряв \$12,07 и достигнув своего минимального уровня за последние восемь лет.

Падение акций крупного производителя отразилось даже на уровне индекса Dow Jones, понижение которого достигло 0,6%. Еще одним ударом по Merck стала новость о снижении кредитного рейтинга фирмы агентством Standard & Poor's.

Неуправляемые коммуникации

На фоне разгорающегося скандала и снижения экономических показателей все более реальной становилась угроза судебных исков от бывших пациентов. Наконец, в середине 2005-го адвокат, представляющий интересы вдовы умершего в 2001 году Роберта Эрнста, сумел доказать, что причиной его смерти стал прием популярного препарата. В результате компанию обязали выплатить \$24 млн компенсации истцу, а также штраф в размере \$229 млн. Несколько десятков подобных приговоров грозили поставить точку в истории Merck.

Желая избежать бесславного ухода с рынка, юристы Merck попытались убедить суд отклонить коллективный иск от более чем 4 тыс. человек и рассматривать каждый случай в индивидуальном порядке. Дробление дела на 4,2 тыс. частей позволило взять инициативу в свои руки. Топ-менеджеры производителя согласились выплатить \$4,85 млрд компенсаций пострадавшим при условии, что не менее 85% из них откажутся от продолжения судебных тяжб. Учитывая, что в целом против компании было выставлено 27 тыс. исков от 47 тыс. пострадавших, каждый из них гарантированно мог получить около \$100 тыс. Благодаря вышеописанной уловке юристов количество поданных исков сократилось до 7 тыс.

Для спасения ситуации вице-президент по связям с общественностью Джоан Вейнрайт также инициировала публикацию рекламного сообщения в 25 ведущих американских СМИ, где Merck объясняла причины отзыва своего препарата и указывала координаты для получения дополнительной информации. Не последнюю роль в оперативном распространении информации сыграл сайт, посвященный данной проблеме. Его трафик за первый месяц вырос с 4 тыс. посещений в день до 234 тысяч. Компания также компенсировала расходы по более чем 0,5 млн рецептов.

Впрочем, этих усилий оказалось явно недостаточно для восстановления репутации и возвращения экономических показателей Merck на прежний уровень вплоть до настоящего момента. Учредители консалтинговой компании Perception Partners (Флорида, США) Роберт Экклз и Скотт Ньюквист уверены, что последствия отзыва Vioxx были бы менее драматичными, если бы производитель медикамента изначально правильно рассчитывал контролируруемую долю информационного воздействия. Речь идет о сообщениях с упоминанием фирмы, которые содержат цитаты представителя организации или рассказывают о данных, предоставленных фирмой. Результаты исследования Media Tenor Institute for Media Analysis показывают: необходимо не менее 35% позитивных месседжей от общего количества сообщений с

упоминанием компании, чтобы свести к минимуму негативные впечатления аудитории. И это для компании, которая не находится в состоянии кризиса.



В то же время, чтобы нивелировать критику, доля управляемого информационного воздействия должна быть не менее 50% от общего количества упоминаний компании, а для этого нужно поддерживать дружеские отношения со СМИ. Последствия скандала вокруг Vioxx как раз являются иллюстрацией малоэффективных взаимоотношений компании со средствами массовой информации. И это несмотря на огромный рекламно-маркетинговый бюджет — в продвижение нового препарата было вложено \$2 млрд.

Компания оказалась не готовой защищать свою репутацию. В 2004 году, за 33 месяца до изъятия с рынка Vioxx, у Merck изначально был низкий рейтинг информационной активности. Компания недостаточно часто упоминалась в ведущих СМИ. 28% отрицательных сообщений нейтрализовали 27% положительных. К тому же еще до изъятия препарата в 7% негативных сообщений был упомянут кто-то из компании или приведены данные, предоставленные ею, а это значит, что у Merck не было достаточной доли информационного воздействия для разъяснения своей позиции. После оглашения информации об отзыве Vioxx среднемесячное количество упоминаний о Merck возросло более чем в три раза, но 60% сообщений, которые появлялись до конца 2006-го, были отрицательными, и только чуть более 13% — положительными. В этой ситуации Merck даже сейчас будет трудно восстановить свою репутацию.

[Обсудить на форуме](#)


[Вверх](#)

[Версия для печати](#)

[Отправить почтой](#)

[Оценить статью](#)

[Ваш комментарий](#)



Как убивали Сталина

найлены секретные документы - Сталин был убит

[Главная](#) - [Свежий номер](#) - [Архивы](#) - [Новости компаний](#) - [Подписка](#) - [Реклама](#) - [Карта сайта](#) - [Рассылки](#) - [Поиск](#)



©Контракты, 2008 Копирование и размещение материалов на других сайтах разрешается только с ГИПЕРссылк <http://kontrakty.com.ua> - КОНТРАКТЫ. Ссылка должна быть - прямая, активная, нескриптовая, не закрытая от запрещенная для следования робота.

Редакция: gazeta@gc.kiev.ua, т/ф:(044) 391-51-75. Интернет-проект: kontakty@kontrakty.ua