

APRIL
2010
Uitgave 2

GfK MARKER

Deze nieuwsbrief is een uitgave van GfK HealthCare Nederland | JSC. Voor overname of publicatie van de artikelen dient u contact op te nemen met de uitgever.



Nieuw onderkomen; de eerste ervaringen in Hilversum

Van een charmante oude villa in Bussum naar een zakelijk kantoor te Hilversum. Wie dit voor het eerst hoort, krabt zich even achter de oren en wil al snel het waarom weten. Welnu, er waren verschillende redenen die ons deden besluiten de Albrechtlaan na 15 trouwe jaren te verlaten.

Aangezien GfK HealthCare Nederland | JSC al gedurende 2 jaar volledig onderdeel was van de Intomart GfK-groep en daarmee van het grote internationale GfK-netwerk, lag verdere integratie voor de hand. Ondanks het feit dat de samenwerking tussen Hilversum en Bussum al langere tijd bestond (zo bellen bijvoorbeeld de MMV-artsen al jaren in op het voice response-systeem bij Intomart, en maakten we al vaker gebruik van de moderne eyetracking-systemen), het is toch nog makkelijker en efficiënter wanneer je bij elkaar in één pand zit en de fysieke afstand is geminimaliseerd.



Beste lezer

Voor u ligt de nieuwe GfK HealthCare Marker om u op de hoogte te houden van ontwikkelingen op het vlak van markt-onderzoek.

Het heeft even moeten duren na de nieuwsbrief van vorig jaar, dit door alle veranderingen waar wij als organisatie doorheen zijn gegaan. Met als afsluiting én nieuw begin de verhuizing vanuit Bussum naar het Intomart GfK-kantoor te Hilversum. Graag delen we de eerste ervaringen met u in deze nieuwsbrief.

Veel leesplezier,
Jan Güse





Dat helpt ook voor de interne kruisbestuiving aan kennis en technieken; in de nieuwe setting is het voor de healthcare-mensen veel laagdrempeliger om de expertise binnen Intomart GfK aan te wenden voor onderzoek binnen de gezondheidszorg. Een ander element dat een belangrijke motivatie was om naar Hilversum te verhuizen, zijn de moderne en goed

uitgeruste onderzoeksfaciliteiten waarvan we nu veelvuldig gebruik kunnen maken.

De ruime onderzoekskamers voorzien van alle geavanceerde technologie, bieden zowel voor face to face interviews als voor focusgroepen een passend onderdak. Daarnaast is er de beschikking over twee ruime en mooi uitgeruste meekijkruimten,

allebei voorzien van op afstand bedienbare camera's en een daarnaast ook met spiegelwand. Het feit dat het GfK-kantoor om en op de City Parking-parkeergarage is gebouwd, garandeert een optimale bereikbaarheid en ruime parkeergelegenheid. Tevens beschikken beide opstellingen over web-streaming, waardoor het met name bij internationaal veldwerk mogelijk is om op afstand toch 'mee te kijken'.

We nodigen u van harte uit om een kijkje te komen nemen. Langzaam raken we gewend aan de nieuwe mogelijkheden, maar ook aan de nieuwe gebruiken. Immers, om samen met circa 220 GfK-collega's het pand te kunnen delen, zijn er ook andere gebruiken. U zult daar niet veel van merken, al is er één 'tastbare' verandering voor u wel relevant, namelijk het telefonisch contact. Wij delen vanaf nu de grote Intomart GfK-receptie en het is dan ook een andere stem die uw eerste contactpersoon is (Sonja). We hopen u spoedig in Hilversum te mogen begroeten.

Nieuw: GfK PhilinQ webmonitor

Het internet is inmiddels niet meer weg te denken in alle vormen van informatievoorziening, zo ook binnen de gezondheidszorg. Het beeld dat dit uitsluitend jongeren betreft, is voor Nederland al lang achterhaald. Recent onderzoek heeft aangetoond dat maar liefst 72% het internet als eerste informatiebron hanteert aangaande gezondheidszorg-gerelateerde vragen. Nederland loopt hiermee voorop in Europa. Daarmee is het ook belangrijker geworden om inzicht te krijgen in datgene wat mensen

(en patiënten in het bijzonder) zeggen en met elkaar delen met betrekking tot ziektebeelden, de beleving daarvan, behandeling en ga zo maar door.

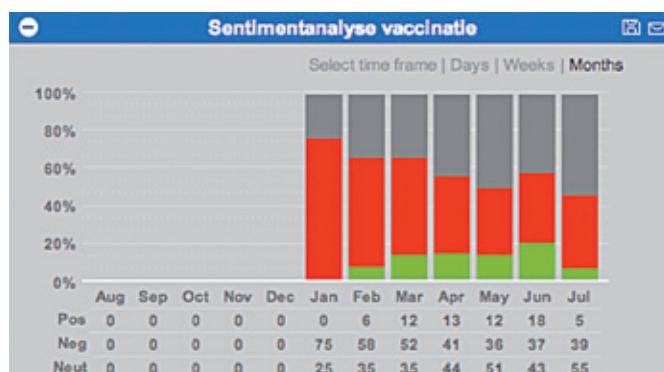
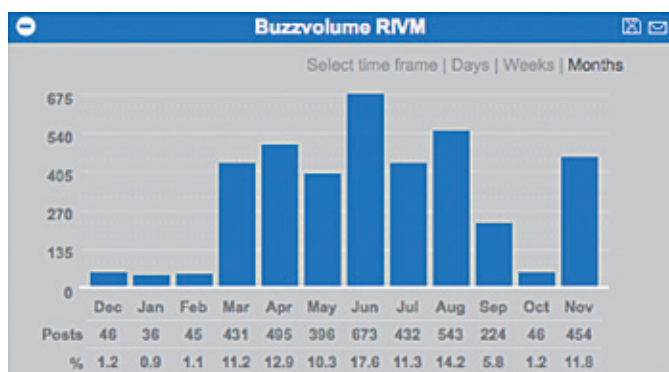
Het is voor veel organisaties die binnen de gezondheidszorg opereren essentieel om in de wereld van vandaag het 'rumoer' rondom al datgene wat zich rondom de gezondheidszorg afspeelt (ziektebeelden, activiteiten, campagnes, zorgprogramma's en medicijnen) te meten en te analyseren opdat de sentimenten begrepen worden. Een continue toegang tot dergelijke data zou derhalve inzicht kunnen geven in relevante discussies over deze onderwerpen (ook: producten en bedrijven). Het doel: inzichtelijk maken hoe vaak er over bedrijven, merken, producten of



concurrenten gesproken wordt, welke sentimenten leven en welke plaatsen belangrijk zijn. Simpel gezegd: wat speelt er in de markt?

Maar... vindt maar eens de weg in het doolhof dat internet heet!





GfK HealthCare Nederland | JSC en Phibase zijn gezamenlijk deze uitdaging aangegaan om specifiek op het vlak van gezondheidszorg het product aan te bieden dat op maat het gewenste inzicht kan verschaffen.

GfK PhilinQ webmonitor is een geavanceerde internet-scanner, specifiek ontwikkeld voor healthcare-gerelateerde onderwerpen. GfK PhilinQ monitort met name die plaatsen waar meningen te vinden zijn. Deze tool gaat aan de hand van zoektermen alle relevante blogs, webfora, nieuwsgroepen, discussiegroepen en communities af en verschaft gestructureerd en direct inzicht in het online-imago van het betreffende onderzoeksonderwerp.

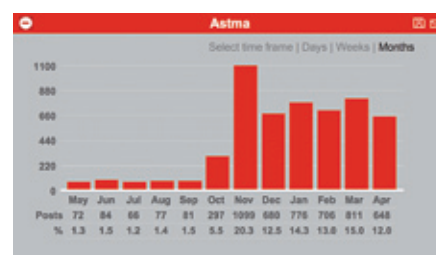
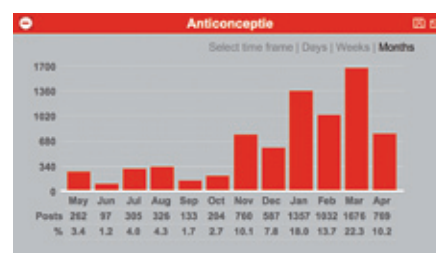
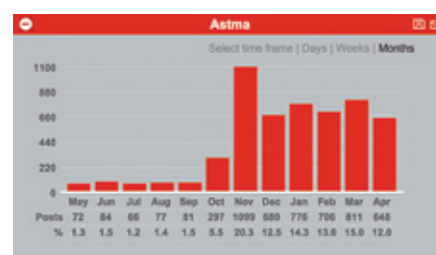
GfK PhilinQ verzamelt de relevante data (buzz) uit social media en filtert en classificeert deze data met behulp van geavanceerde taal-analysetechnologie, de Natural Language Processing (NLP)-technologie. Analisten verwerken vervolgens de verzamelde en gefilterde data tot een heldere rapportage. De klant heeft continu toegang tot de GfK PhilinQ webmonitor, het online-dashboard dat alle informatie visualiseert via overzichtelijke trendgrafieken die gemakkelijk kunnen worden bewaard, gebruikt in presentaties, of gemaakd naar collega's.

Door middel van deze web-based rapportage-tool is het voor u mogelijk om vanaf de eigen werkplek op basis van realtime-data analyses te maken en rapportages te doorgronden.

Door middel van dubbelklikken op de grafiek kunt u tot het gewenste niveau 'down-drillen'. Daarnaast geven de mogelijkheden van sentiment-analyse inzicht in hoe imago door de tijd heen kan veranderen.

Om u verder op weg te helpen, hebben wij deze tool voor toepassing binnen de gezondheidszorg op voorhand juridisch laten toetsen aangaande de privacy-wetgeving, intellectueel eigendom, geneesmiddelenreclamecode en tot slot bijwerkingenrapportage. Op al deze punten heeft de GfK PhilinQ webmonitor de toets doorstaan. Naast toepassingen op maat en eenmalige, tijdelijke 'thermometers' is de meest voor de hand liggende oplossing die van de multiclient indicatie-monitors. Zo zijn er al monitoren voor diabetes, psychiatrie (waaronder schizofrenie, ADHD en depressie), neurologie en vele andere indicatiegebieden. Als gevolg van de multiclient-opzet heeft u al voor slechts € 7950,- per jaar, gedurende 12 maanden continu toegang tot de online-rapportage-tool van een volledige indicatie. Alle indicaties waarvoor een multiclient-monitor in 2010 reeds loopt (of binnenkort gaat lopen) op een rij:

- diabetes (o.a. type I, type II, complicaties, pennen, meters)
- psychiatrie (o.a. schizofrenie, ADHD en depressie)
- urologie (o.a. erectiele disfunctie, incontinentie en prostaat)
- gynaecologie (o.a. anticonceptie en fertiliteit)
- neurologie (o.a. MS, Parkinson en migraine)
- oncologie
- cardiologie.

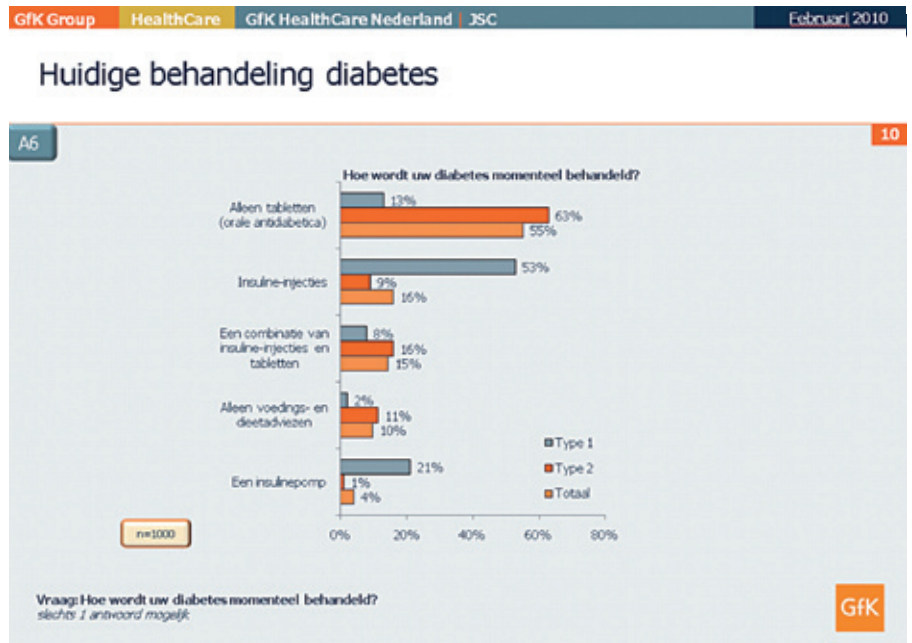


Mocht u geïnteresseerd zijn en er zeker van willen zijn dat bepaalde zoektermen van begin af aan worden meegenomen, neem dan contact op met GfK HealthCare Nederland | JSC (035-6941199).

GfK Diabetes Patient Panel en panels voor andere indicaties

Recent heeft weer een wave van het multiclient GfK Diabetes Patient Panel Monitor plaatsgevonden onder maar liefst 1000 patiënten. De vorige wave was in de zomer van 2009 afgerond. De respondenten, allen afkomstig uit het meer dan 120.000 personen tellend Intomart GfK Multi Access Panel, hebben online de vragenlijst ingevuld. In het multiclient-gedeelte van de vragenlijst is nader ingegaan op diagnostiek, ziektebeleving, informatievoorziening, behandeling en gebruik van aanverwante producten zoals bloedglucosemeters. Daarnaast bestond er voor deelnemende partijen de mogelijkheid om 'op maat' enkele vragen toe te voegen. Deze constructie waarborgt een compleet onderzoek voor een gunstige prijs.

Alle uitkomsten zijn zowel naar type diabetes als ook naar leeftijdscategorie verder te analyseren. Inmiddels wordt er gebouwd aan eenzelfde



type onderzoek voor de indicaties COPD, oncologie en reumatische aandoeningen. De kern is en blijft een groot multiclient-gedeelte waarbij het voor de klant mogelijk

is om een aantal 'op-maat'-vragen toe te voegen. Meet weten? Neem contact op met GfK HealthCare Nederland | JSC via 035-6941199.

Krenten in de MMV®-pap

Eind oktober hebben we het GfK Seminar 'Van zenden naar ontvangen' georganiseerd. Inmiddels kijken we terug op een zeer geslaagd en goed bezocht evenement, waar zowel gekeken is naar meer dan 10 jaar MMV-historie en ook vooruitgeblikt naar nieuwe onderzoeksvormen (zoals webmonitor). Het boekje zoals dat was samengesteld bevatte naast een analyse op de meer dan 100.000 records aan artsenbezoeken ook een keur aan de mooiste uitspraken van artsen.

Enige nieuwe krenten in de pap, zoals we inmiddels al jarenlang de mooiste en meest rake uitspraken van de deelnemende artsen aanduiden:

- Naar aanleiding van gesprek met artsbezoeker over middel bij erectiestoornissen: "Ik dacht, nou, 17 minuten vind ik zelf al lang, maar hij wilde dus nog langer en alles gebeurde een beetje in een haast en daardoor werd ik zelf ook een beetje hyper. Helemaal geen erectiepijl nodig dus."
- Naar aanleiding van een ander gesprek over erectiestoornissen: "Ik had wel graag een proefmonster willen hebben, maar ja, dat zit er niet in."
- Over promotionele druk gesproken: "Ik krijg steeds maar mailingen van dit middel. Daar wordt je ook een beetje ziek van."
- Wat opviel naar aanleiding van een gesprek binnen indicatiegebied diabetes: "De prescriptie van dit middel is minder dan 20% dan dit van de concurrent en dat moet ongeveer aan mijn persoon liggen..."
- Wel een beetje triest: "Ik was van plan het voor te schrijven, maar ik heb helaas nog geen patiënten."

Colofon

GfK Marker is een uitgave van GfK HealthCare Nederland | JSC. GfK Marker verschijnt meerdere malen per jaar en wordt gratis verspreid onder relaties.

Ontwerp/productie: F&M, Naarden
Redactie: Jan Güse, Nanka L. Toghiani
Eindredactie: Jan Güse

Correspondentie te richten aan:
GfK HealthCare Nederland | JSC
Noordse Bosje 13-15
1211 BD Hilversum
T. (035) 694 11 99
F. (035) 624 65 32
E-mail: info-healthcare@gfk.com
Internet: www.gfkhealth.nl