



برندسازی، داروی برندهای دارویی
ماده موثره: ارتباطات یکپارچه و سازمان یافته

Pharmex

Middle East 2nd



نازنین کاوسی

دکترای مدیریت بازرگانی

برند استراتژیست

● برندینگ و خلق ارتباطات راهبردی با ذینفعان در صنایع دارویی

سالن Show Case

روز دوم: چهارشنبه ۱۱ تیر

ساعت ۱۴:۰۰ الی ۱۵:۰۰

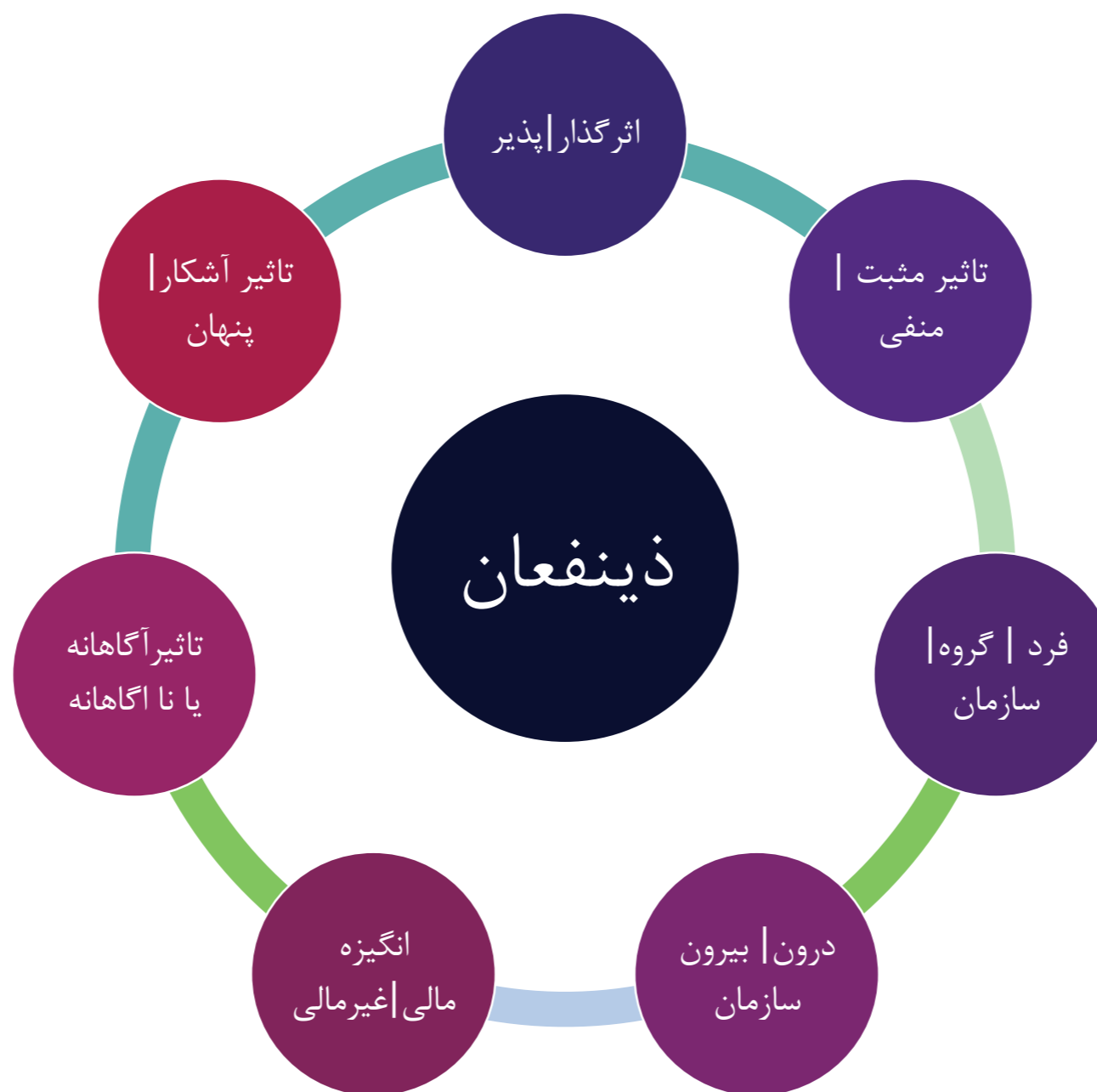


ما به هم وابسته‌ایم

آینده به همبستگی و مشارکت ما بستگی دارد



ذینفعان برند دارویی



اثرگذاران و اثرپذیران از برند دارویی



برندینگ یعنی ایجاد اتحاد به نفع همه



انواع برندینگ در صنعت دارویی

- برندینگ شرکت تولید کننده دارو
- برندینگ در کلاس درمانی
- برندسازی محصول

علل و عوامل نپرداختن به برندینگ در صنعت دارو

۱. عوامل زمینه ای
۲. عوامل ساختاری
۳. عوامل رفتاری

با امید روزی که سلامتی و بهبودی تمام بیماران
ماحصل دستاوردهای ارزشمند برندهای ایرانی باشد.