

PROBIOTIC®



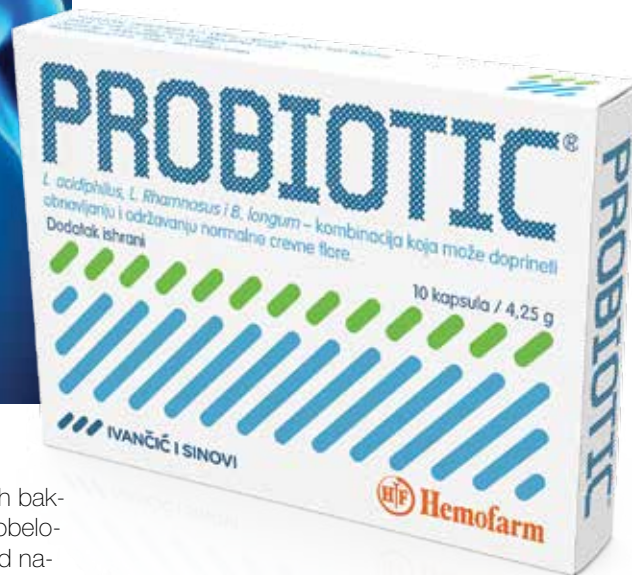
Hemofarm
STADA GRUPA

TRŽIŠTE

Početak 21. veka razvojni i marketing tim stručnjaka farmaceutske kompanije pažljivom analizom tržišta i savremenih preporuka za lečenje stomačnih tegoba dolazi na ideju da razvije i distribuira potpuno nov proizvod na našem tržištu. Od ideje do rešenja put je bio kratak - već 2003. godine pojavljuje se Probiotic. Probiotic je dodatak ishrani koji obogaćuje crevnu mikrofloru i tako doprinosi očuvanju zdravlja i funkcije digestivnog trakta. Za 15 godina postojanja, postao je jedan od brendova kojima je Hemofarm dospelo do položaja lidera u proizvodnji dodataka ishrani, medicinskih sredstava i OTC lekova u Srbiji i regionu, sa udelom od 12 odsto. Pored Srbije, Probiotic se uspešno prodaje na tržištima Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Makedonije. Do sada je proizvedeno više od 12 miliona pakovanja.

DOSTIGNUĆA

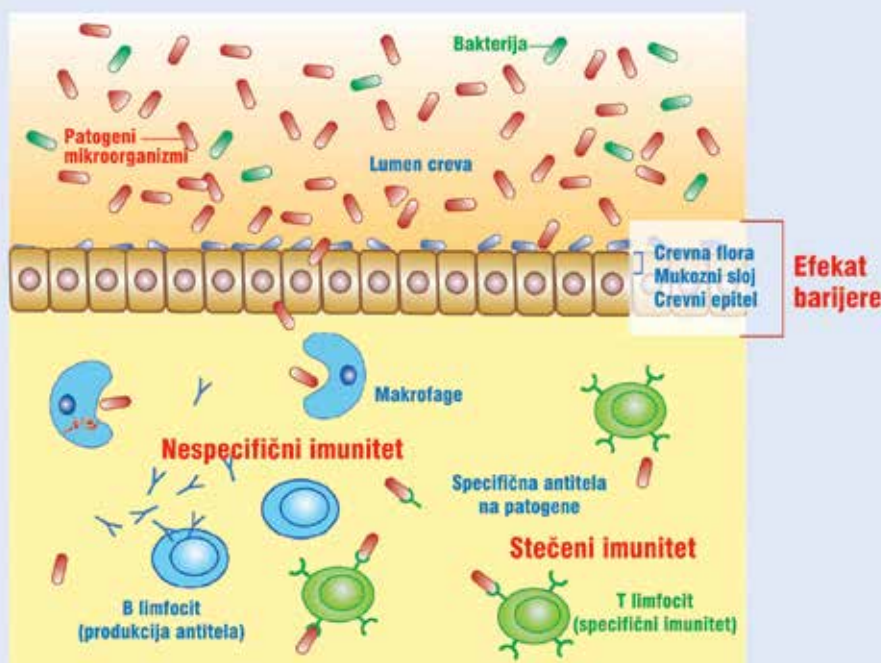
Svega tri godine nakon pojavljivanja na tržištu Srbije Probiotic postaje najprodavaniji od svih preparata koji sadrže probiotske bakterije. Kvalitet, efikasnost i snažna podrška stručne javnosti doveli su do toga da Probiotic postane sastavni deo svake kućne apoteke i preparat kome se najviše veruje. Probiotic danas ima tržišni udeo od 26% gledajući celokupno tržište probiotskih preparata u Srbiji. Ako tome dodamo Probiotic Forte sa 13% i Probiokid Immuno odnosno Probiodrops sa 4% udela, ispostavlja se da bar 43% tržišta Srbije pripada upravo probiotskim preparatima kompanije Hemofarm.



ISTORIJAT

Prvi rad o blagotvornom uticaju probiotskih bakterija na zdravlje čoveka objavio je ruski nobelovac Ilija Mečnikov davne 1907. godine pod nazivom „Produženje života - optimistička studija“, dovodeći u tesnu vezu dugovečnost bugarskih pastira sa redovnom konzumacijom kefira i jogurta, bogatim izvorima probiotskih kultura. Ipak, probioci su dobili zasluženno mesto u oblasti medicine i farmacije tek na kraju 20. veka. U prvim godinama novog milenijuma na tržištu Srbije postojala su svega tri probiotska preparata, veoma dobro pozicionirana kako u svesti krajnjeg potrošača, tako i kod stručne javnosti, lekara i farmaceuta. Međutim, jedino područje primene tih proizvoda bila je akutna dijareja. Taj segment tržišta imao je konstantnu prodaju iz godine u godinu. Zatim su se u svetu zahuktala

istraživanja o probiotskim bakterijama i njihovom izuzetnom doprinosu čovekovom zdravlju. Na Internacionalnom Kongresu pedijataru u Amsterdamu 1998. probioci se vraćaju na velika vrata i preporučuju ne više samo protiv akutne dijareje, već i za brojne druge poremećaje imuniteta u dečijem uzrastu, kao što su atopijske bolesti, alergije, intolerancija na određene namirnice, upalne bolesti creva. Na poslednjem Evropskom kongresu gastroenterologa, održanom u Barseloni 2017. godine, veliki broj naučnih izlaganja bio je posvećen upravo probiotskim. Sagledavši svetske trendove i tendenciju velikog povratka probiotskih na međunarodnu stručnu scenu, a u očekivanju da slični trendovi dođu i kod nas, rodila se ideja o razvoju savremenog probiotskog preparata. Stručnjaci kompanije imali su težak i veoma izazovan zadatak da formulišu proizvod superiorniji u odnosu na dobro pozicioniranu konkurenciju, koji će i sastavom, i farmaceutsko-tehnološkom formulacijom biti korak ispred, a koji će moći da isprati sve izazove tržišta u ekspanziji kakvo je tržište probiotskih preparata. U saradnji sa kanadsko-francuskim Institutom Lallemand Rosell napravljena je specijalna formulacija i uz pomoć savremene tehnologije rođen je Probiotic®. Od tada do danas probioci su u žiži interesovanja stručne javnosti. Stotine studija, dobro dizajniranih, publikovano je sa jasnim zaključcima o korisnom dejstvu probiotskih bakterija na zdravlje čoveka. Globalno tržište probiotskih je u konstantnom rastu, pa se očekuje da će mu vrednost u 2018. dostići 37 milijardi dolara. Slična situacija je i kod nas. Na tržištu Srbije danas postoji više od 50 probiotskih preparata, što svakako predstavlja dodatni izazov i podsticaj za neprekidno usavršavanje i praćenje najnovijih naučnih dostignuća.



Slika: Šematski prikaz mehanizma delovanja probiotika

PROIZVODI/USLUGE

Probiotske bakterije su prirodni stanovnici crevne mikrobiote čoveka. Naziv su dobile od grčkih reči pro - za i bios - život, što znači da su neophodne za život. Osnovna uloga im je zaštitna, one su prva linija odbrane kada izazivači bolesti, neka patogena bakterija ili virus, dospeju u organizam. Druga uloga im je imunološka, jer je utvrđena tesna veza između crevne flore i pravilnog razvoja i jačanja imuniteta celog organizma. Konačno, treća uloga probiotskih bakterija je metabolička, pošto one učestvuju u varenju i apsorpciji brojnih hranljivih materija.

Probiotic® je dodatak ishrani koji sadrži tri probiotske bakterije: *Lactobacillus helveticus* Rosell-52, *Lactobacillus rhamnosus* Rosell-11 i *Bifidobacterium longum* Rosell-175. Svaki od ovih sojeva ima određeni pozitivni efekat na crevnu mikrobiotu, a zajedno dovode do uspostavljanja prirodne ravnoteže u digestivnom traktu. Na taj način Probiotic® reguliše sastav crevne mikrobiote i može doprineti prevenciji ili ublažavanju stomačnih tegoba koje mogu nastati kao posledica disbalansa crevne mikrobiote.

Ključni faktori uspeha Probiotic® kapsula su, pre svega, optimalan sastav i tehnologija mikrokap-suliranja koja je u vreme pojave preparata bila ekskluzivna. Reč je o tehnologiji koja omogućava da probiotske bakterije iz kapsule budu zaštićene i dospeju netaknute u donje partije creva, gde pokazuju svoj blagotvorni efekat. Uz to, broj bakterija u svakoj kapsuli je pet milijardi CFU što, uz savremenu tehnologiju proizvodnje, omogućava komforno doziranje od samo jedne kapsule dnevno.

Ostali faktori uspeha su edukacija i pozitivno iskustvo stručne javnosti, pre svega pedijatar, gastroenterologa i farmaceuta, kao i obraćanje najširoj javnosti, prevashodno u vidu edukativnih kampanja.

Probiotic® dobija novi vizuelni identitet 2009. godine, a potom potpuno novi dizajn ambalaže koja je jedinstven primer na ovom prostoru. Kombinacijom savremenog i tradicionalnog, proizvod Hemofarma jasno se distancira od ostalih na policama apoteka. Komunikacija sa potrošačima i na ovaj način je olakšana. Trud oko redizajna ambalaže nije ostao nezapažen, tako da 2010. godine dobija prestižnu međunarodnu nagradu EDA (European Design Awards) za najbolji dizajn pakovanja proizvoda iz oblasti farmaceutske industrije. Uspeh je 2012. potvrđen i u našoj zemlji, kada linija probiotskih preparata dobija Grand Prix za najbolji dizajn pakovanja u Srbiji, u okviru Packivity2 programa.

NAJNOVIJI PODUHVA TI

Probiotic® je krajem 2007. godine dobio prvu ekstenziju u vidu ProbioKid immuno® - bio je to prvi sinbiotik koji se pojavio na našem tržištu. Veliki uspeh nam je pokazao da smo na pra-



vom putu, te nas motivisao za širenje probiotske palete. Sredinom 2009. Probiotic® je dobio unapređenu verziju - Probiotic Forte®. Lansiranjem Probiotic-a Forte® otvoreno je potpuno novo područje primene, tako da danas Probiotic Forte® predstavlja zlatni standard u sprečavanju i prevenciji dijareja uzrokovanih antibioticima, a njegov slogan - Uz svaki antibiotik Probiotic Forte® - motiv je za dalje marketinške aktivnosti i cilj kojem težimo. Probiotska paleta je početkom 2015. godine proširena još jednim novim proizvodom. To je Probiodrops®, formulacija posebno prilagođena odojčadi i deci. Novi probiotski proizvodi već su spremni za lansiranje.

PROMOCIJA

Sve promotivne aktivnosti za Probiotic® usmerene su na dve ciljne grupe: stručna javnost, koju sačinjavaju lekari i farmaceuti, i opšta javnost, odnosno pacijenti kao krajnji potrošači. Lekari u zdravstvenim ustanovama imaju značajnu ulogu u stručnoj evaluaciji proizvoda i daljoj preporuci pacijentima. Ovoj grupi korisnika namenjene su svakodnevne posete stručnih saradnika, organizuju se kontinuirane medicinske edukacije. Učestvujemo na seminarima, kongresima i simpozijumima, prateći sve novine i trendove koje brzorastuće tržište nosi sa sobom. Za dodatke ishrani i OTC lekove pacijenti često odlaze po savet i preporuku u apoteku, zaboravljajući lekara. Zato se edukaciji farmaceuta posvećuje naročita pažnja, putem kontinuirane medicinske edukacije i radionica sa praktičnim savetima za rešavanje tegoba. U saradnji sa stručnjacima, urađeni su i vodiči za tretman stomačnih tegoba koji su jasna smernica farmaceutu kako da postupi i šta da preporuči kod

različitih tegoba koje ne zahtevaju posetu lekaru. Opšta javnost, odnosno potrošači, dobijaju informacije o proizvodu putem medija. Pod sloganom „Kako stomak kaže - Probiotic pomaže“ potrošaču se obraćamo neposredno, istovremeno ga edukujući o stomačnim tegobama - kako ih prepoznati, uspešno prevenirati i rešiti. Pored toga, važna napomena na svakom oglasu je da je Probiotic najpouzdaniji probiotski preparat za celu porodicu, čime se uspostavlja veza i sa najmlađim korisnicima, koji su zapravo najviše izloženi nastanku stomačnih tegoba. Uobičajeni vid oglašavanja je putem PR kampanja, gde se angažuju vodeći stručnjaci iz oblasti gastroenterologije i nutricionije da bi objavili najnovije rezultate i dostignuća u vezi sa probioticima i njihovom primenom. Organizuju se različiti skupovi i savetovališta za pacijente gde se krajnji potrošači edukuju o svim prednostima zdravog načina života, ishrane i sl. Značajne informacije potrošači dobijaju putem reklamnih materijala i raznih brošura sa konkretnim savetima za rešavanje određenih zdravstvenih tegoba.

Sve promotivne aktivnosti sprovođi marketinški i prodajni tim Hemofarma. Njihova stalna profesionalna edukacija jedan je od kompanijskih zahteva. Praćenje svetskih trendova u oblasti farmacije, medicine i tehnologije, kao i primena novih saznanja nalazi se na prvom mestu u razvojnim planovima kompanije. Rezultat toga su visokokvalitetni proizvodi u preko 3.000 apoteka.

VREDNOSTI BREND A

Probiotic je najprepoznatljiviji brend u svojoj kategoriji. Pažljivo odabran naziv neposredno govori potrošaču na to čemu proizvod služi, ali i generiše čitavu kategoriju proizvoda. Dobra pozicioniranost u svesti stručne javnosti i krajnjeg potrošača, kao i dobra distribuiranost na tržištu, doveli su do toga da je Probiotic prvi izbor mnogih potrošača za tretman stomačnih tegoba. Probiotic je dijetetski proizvod savremene formulacije, sa komfornim doziranjem i klinički dokazanom efikasnošću. Namenjen je kako odraslima, tako i deci od prvih dana života.

Neprestano ulaganje u marketing za stručnu i širu javnost, uz predan rad na terenu, učinili su da Probiotic bude najprodavaniji dijetetski preparat u Srbiji i preparat kome se veruje. U skladu sa kompanijskim sloganom „Svako dobro“, misija kompanije Hemofarm je da podiže svest svojih potrošača da čuvaju zdravlje i preveniraju bolest. Korisnik proizvoda je u središtu svih naših aktivnosti, a osnovni cilj - zadovoljenje njegovih potreba i zahteva. U tome je ključ uspeha brenda.

ONO ŠTO NISTE ZNALI

PROBIOTIC

- › Gastrointestinalni trakt čoveka ima aktivnu površinu veličine teniskog terena
- › U crevima čoveka ima 10 puta više bakterija nego svih ostalih gradivnih ćelija organizma
- › Skoro 70% našeg imuniteta je locirano duž digestivnog trakta i u tesnoj i aktivnoj vezi je sa njim
- › Na svakih 20 sekundi nekome zatreba Probiotic i odlazi u apoteku po svoju kutiju, svoju dozu zdravlja!

