

## TRÊS PERGUNTAS A...

Divulgação



### ...SCHER SOARES

Consultor da Triunfo  
Consultoria e Treinamento

**“Medidas da  
Anvisa provocaram  
dúvidas no início”**

Com experiência nas áreas de marketing, vendas e treinamento, Scher Soares diz que, devido as restrições a propaganda de genéricos, para ter um bom retorno de venda é preciso ter clareza dos objetivos que devem ser atingidos com as campanhas.

#### **Quais os cuidados para divulgar medicamentos genéricos?**

É preciso se certificar de utilizar abordagens específicas para cada consumidor. Para falar de medicamentos que dependem de prescrição médica, é importante fazer o produto que está na loja girar por meio de uma comunicação com o gerador da

demanda, o médico. Contudo, para introduzir o produto no ponto de venda se faz necessário uma comunicação com o farmacista. Para os medicamentos isentos de prescrição, a empresa pode se comunicar diretamente com o consumidor final. Em cada caso, a solução e a abordagem de comunicação são diferentes, por ter objetivos específicos. Como a divulgação dos medicamentos genéricos é feita a partir da sua marca institucional, é preciso se certificar de que a mensagem esteja clara e que transmita os atributos da marca para garantir que o consumidor não se confunda ao longo do ciclo de compras.

#### **Como o senhor avalia as ações realizadas atualmente?**

As medidas da Anvisa provocaram muitas dúvidas de interpretação logo de início, o que resultou na adoção de mais cautela por parte das empresas. Mas um fator determinante foi a capacidade das agências em desenvolver soluções de comunicação que superem os desafios das marcas e dos produtos e alavanquem os resultados das fabricantes.

#### **Como divulgar uma boa ação sem ultrapassar os limites impostos pela Anvisa?**

Os cuidados com a automedicação e com o

uso inadequado dos medicamentos devem ser uma preocupação de todos que estão no mercado da saúde. É responsabilidade das agências aprimorarem seu processo de planejamento estratégico de maneira a desenvolver alternativas efetivas de comunicação dentro dos parâmetros legais. Em suma, a solução é uma combinação de esforços e de complementaridade de papéis entre um cliente bom e uma agência boa. Se há clareza de desafios a serem superados via comunicação e especificidade de objetivos, melhores são as campanhas.