

## וולטרן הינו מותג ותיק ומוכר מאוד, המתמודד מול מותגים רבים בקטגוריית משככי הכאבים ובכל זאת חייב להתחדש ולשמור על מובילות. בשנה האחרונה פעל המותג במרץ תוך התמקדות בחידוד מסרים לקהלים רלבנטיים ובהשקת חדשנות

הייחודים והספציפיים של המותג בשוק הישראלי ובשונה מהקו הפרסומי הגלובאלי של המותג בעולם. בקמפיין הטלוויזיה והרדיו של המותג, ששודר בערוצים המסחריים בלווי הסלוגן "וולטרן אמולג'ל - ליהנות מהתנועה", הופיע ד"ר צבי גורן, מומחה בכירורגיה אורטופדית ורפואת ספורט, שהסביר כי במרבית המקרים של כאבי גב, פרקים ושרירים הוא ממליץ למטופליו להשתמש בתכשיר, ואף ציין כי במקרים שבהם הוא סובל בעצמו מכאבי שרירים הוא משתמש בתכשיר כדי לטפל בעצמו.

במקביל נוהל קמפיין ממוקד ומותאם גם בעיתונות החרדית והרוסית. במגזר הערבי הושק קמפיין שילוט חוצות ורדיו. קמפיין ההסברה כלל גם סרטוני כרי-רול ששודרו באתר האינטרנט מאקו של שידורי קשת.

במקביל, נערך שיתוף פעולה עם ערוץ הספורט באמצעות חסות לפינה בשם "כואב לי", ששודרה בתוכנית הפופולרית של הערוץ, "יציע העיתונות". בנוסף, חסויות ובאגרים של המותג שודרו במהלך משחקי הכדורגל במסגרת הליגות האירופאיות ומשחקי מכבי תל אביב בכדורסל במסגרת גביע אירופה, ששודרו בערוץ. את סרטוני הבאגרים הוביל 'האיש הכחול', הדמות הכחולה המופיעה בלוגו המותג מאז השקתו. בסרטים, נראה 'האיש הכחול' כשהוא מבצע פעילות ספורטיבית, שמתאפשרת רק בזכות העובדה שהוא אינו סובל מכאבים.

הפעילות התומכת בנקודות המכירה כללה פרסום על 1,400 מסכים במרפאות ובבתי המרקחת של שרותי בריאות כללית ובוצעה גם השקעה נרחבת בנראות בבתי המרקחת וברשתות הפארם.

כדי לבסס את מעמד המותג כמומחה לכאבים כמו גם להפיגין חדשנות בשוק, יצאה נוברטיס קונסיומר ישראל במהלך נוסף והשיקה אריזה מיוחדת לסובלים מכאבי פרקים כרוניים (אוסטיאוארטיטיס - OA). מדובר בחולים, שחלק מהם סובלים מפרקי ידיים נוקשים עקב מחלתם ועל כן הם מתקשים לפתוח את הפקק, המצוי באריזת התכשיר. לכן,

למותג החליטו בחברה להדגיש ולהציג בקדמת המסרים השיווקים את היעילות הגבוהה שלו, את תמיכת הקהל המקצועי במוצר וכן את העובדה כי הוא בטוח לשימוש. לשם כך נוהל קמפיין, שהעביר את המסר: "וולטרן אמולג'ל. יותר מ-400 מיליון משתמשים בכל העולם, כבר למעלה מ-20 שנה". מסר זה הסתמך על נתוני המכירה של המותג על מנת להמחיש עד כמה הוא יעיל, בטוח ונמצא בשימוש נרחב בכל רחבי העולם.

בנוסף, הוחלט בפעם הראשונה מאז הושק המותג בישראל להפיק קמפיין מקומי, שנבנה על בסיס הצרכים



למותג משככי הכאבים וולטרן אמולג'ל הינו תכשיר ללא מרשם רופא, שנועד לטיפול מקומי חיצוני בכאבי גב, שרירים תפוסים ודלקות פרקים. התכשיר, נמכר בבתי המרקחת, קופות החולים ורשתות הפארם.

את מולקולת Diclofenac, שעליה מבוסס התכשיר, פיתחה בשנת 1973 חברת סייבה גיני (שהתאחדה בשנת 1996 עם מעבדות סאנדוז ליצירת חברה משותפת בשם נוברטיס, שהפכה לאחת משלוש חברות התרופות הגדולות בעולם). שש שנים נוספות חלפו מיום פיתוח המולקולה ועד שבשנת 1979 הושק המותג לראשונה בשוק הבריטי. מאז, הוא נמכר בכל רחבי העולם, ועד היום השתמשו בו למעלה מ-400 מיליון אנשים בכל חמש היבשות.

וולטרן אמולג'ל מסייע בהקלת הכאב והדלקת באמצעות חומר פעיל, שחודר לתוך רקמת השריר או המפרק, אולם כמעט אינו נטמע במערכות הפנימיות של הגוף. בישראל, משווק המותג על ידי נוברטיס קונסיומר הלת' ישראל, המשמשת כחברת ה-OTC ("תרופות ללא מרשם רופא") של נוברטיס בישראל.

### הסביבה התחרותית

בשוק הישראלי קיימים מספר מוצרים דומים, שמתחרים ישירות במותג בקטגוריית משככי הכאבים הטופיקלים (תכשירים למריחה על העור) והוא נמצא בתחרות גם מול משככי הכאבים הרגילים (טבליות או כמוסות לשיכוך כאבים). למותג וולטרן יש בנוסף טבליות לשיכוך כאבי ראש, כאבי גב, פרקים ושרירים ולהורדת חום.

### האתגר השיווקי

וולטרן הינו מותג ותיק ומוכר מאוד, המתמודד מול מותגים רבים בקטגוריית משככי הכאבים ובכל זאת חייב להתחדש ולשמור על מובילות. על כן, הוא חייב לפעול על מנת לשמר את המודעות הגבוהה אליו ולהפיגין אטרקטיביות וחדשנות.

### הפתרון השיווקי

על מנת לשמור על המובילות ולחזק את היתרונות המיוחסים



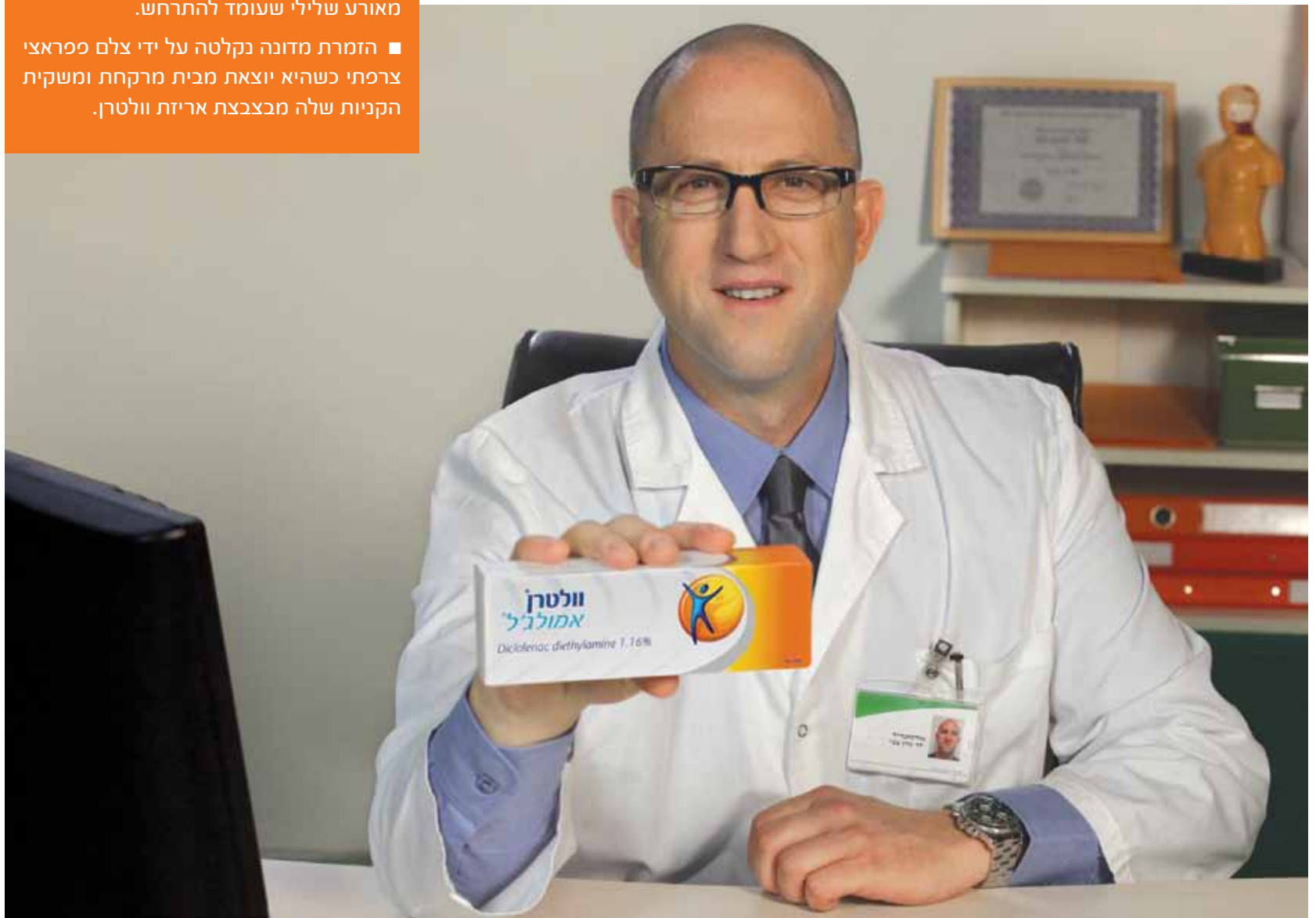
www.voltaren.co.il

## דברים שלא ידעת על וולטרן

- החומר הפעיל שבוולטרן, דיקלופנאק, פותח ב- 1973.
- בסין, מופיע בלוגו המותג 'איש אדום' משום שהתגלה כי בסין, דמות בצבע כחול מרמזת על מאורע שלילי שעומד להתרחש.
- הזמרת מדונה נקלטה על ידי צלם פפראצי צרפתי כשהיא יוצאת מבית מרקחת ומשקית הקניות שלה מבצבצת אריזת וולטרן.

השקת וולטרן 150 תרמה אף היא למיצוב המקצועי של וולטרן בשנה החולפת. כל המהלך המתואר חיזק בנוסף את המודעות למותג הן בקרב הצרכנים והן בקרב הרופאים, שהעידו בסקר מדגמי מייצג, שוולטרן הוא המותג הנרשם ביותר מבחינתם לכאבי גב, פרקים ושרירים ושנמצא בשימוש אישי על ידם בשיעור הגבוה ביותר.

הושקה עבורם אריזה מיוחדת, הכוללת פקק גדול ומיוחד, המעוצב בצורת פרפר שקל לפתחו בחצי סיבוב וללא מאמץ גם לסובלים מכאבים ונוקשות בפרקי הידיים. בנוסף ומשום שחולים כאלה משתמשים בכמויות גדולות במיוחד של התכשיר, האריזה החדשה מכילה כמות גדולה יותר של הגיל, ועל כן היא גם חסכונית יותר בחישוב של עלות לגרם תכשיר.



- |   |  |   |  |   |   |
|---|--|---|--|---|---|
| <p><b>2011</b><br/>נוברטיס משיקה את וולטרן 150 עם הפקק הכחול המיועד בעיקר לסובלים מאוסטיאוארטריטיס.</p> | <p><b>2010</b><br/>השקת קמפיין חדש "יעילות ובטיחות".</p> | <p><b>2000</b><br/>נוברטיס פותחת בישראל סניף מקומי.</p> | <p><b>1996</b><br/>סייבה גיגי ומעבדות סבדוז מתמזגות ויוצרות את חברת נוברטיס.</p> | <p><b>1979</b><br/>בבריטניה מושק לראשונה בעולם משקר הכאבים של וולטרן.</p> | <p><b>1973</b><br/>מולקולת Diclofenac מפותחת במעבדות חברת סייבה גיגי.</p> |
|---|--|---|--|---|---|