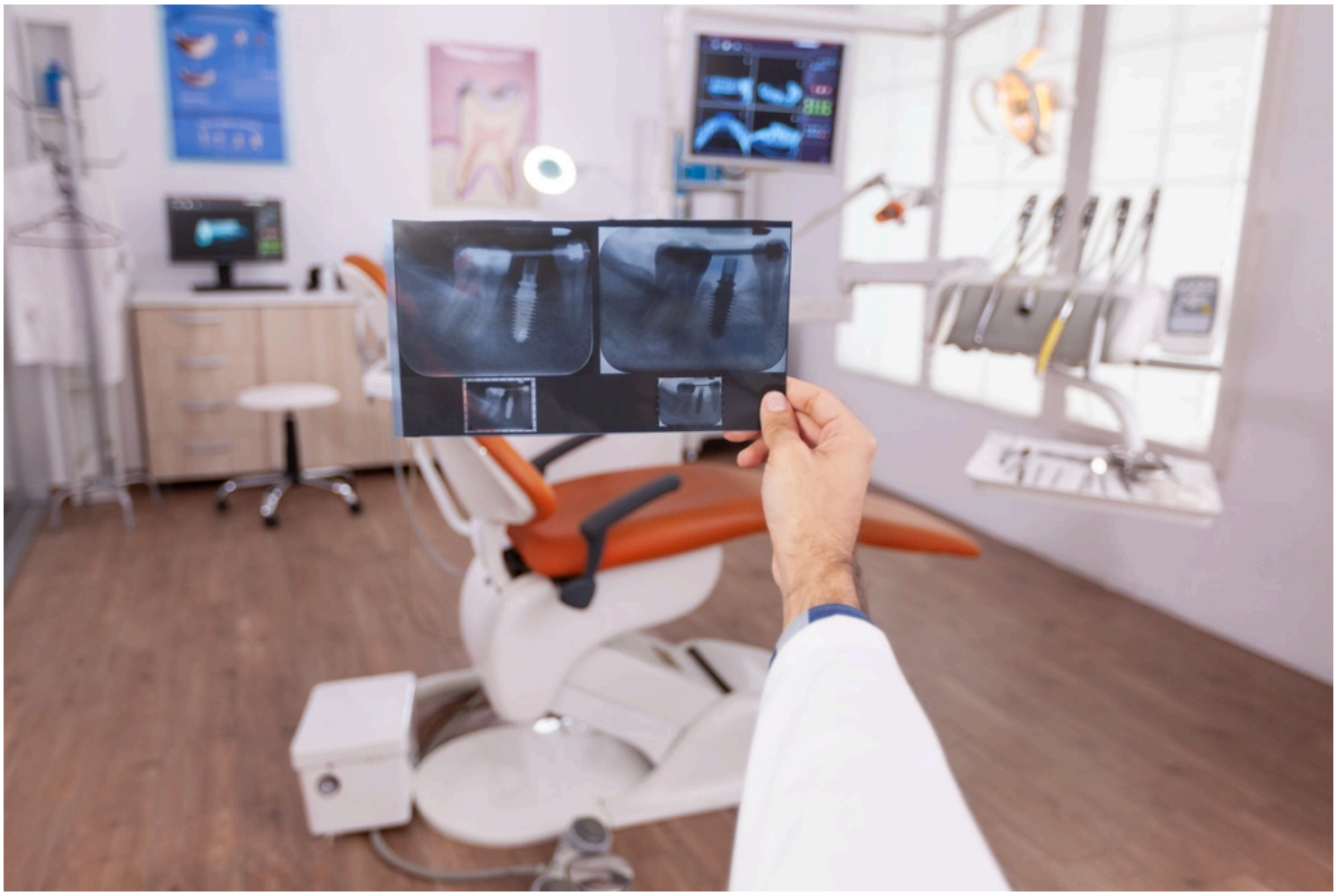
MarTechNews

Дополненная реальность в фармацевтике: тренды и кейсы



© 2025 Все права защищены. From Zhukov with love

Введение

Дополненная реальность (AR) становится ключевым инструментом для маркетинга в фармацевтической и медицинской отраслях России. Эта технология открывает новые возможности для вовлечения пациентов, повышения лояльности к бренду и соблюдения строгих регуляторных норм. В статье мы рассмотрим, как AR используется в этих сферах, предоставим реальные кейсы, оценим доступные инструменты и сделаем прогнозы на будущее.

Что такое AR и её роль в MarTech для фармацевтики

Определение AR

Дополненная реальность — это технология, которая позволяет накладывать цифровые объекты на изображения реального мира, используя устройства, такие как смартфоны, планшеты или AR-очки. Она находит применение в маркетинге благодаря своей способности создавать интерактивные и персонализированные опыты.

Применение в фармацевтике

В фармацевтической отрасли AR помогает:

- Визуализировать действие лекарств на организм.
- Создавать обучающие материалы для врачей и пациентов.
- Увеличивать вовлечённость через интерактивный контент.

Преимущества AR

- **Повышение вовлечённости**: AR делает информацию более доступной и понятной для пациентов.
- **Соблюдение регуляций**: AR позволяет фокусироваться на образовательном контенте, избегая прямой рекламы.
- **Персонализация**: Интеграция с данными пациентов для создания индивидуальных кампаний.
- **Аналитика**: Сбор данных о взаимодействиях для улучшения таргетинга.

Кейсы использования AR в фармацевтике России

Кейс 1: LikeVR и AR для медицинского образования

Московская студия LikeVR разработала приложение, которое позволяет врачам визуализировать молекулярные структуры лекарств через AR. Этот инструмент использовался в промо-кампании фармацевтической компании, где врачи могли наблюдать, как препарат воздействует на клетки организма. Результаты: рост вовлечённости на 40%.

Кейс 2: Sber AR Toolkit для персонализированной медицины

Sber Developers создали AR-инструмент, который позволяет пациентам сканировать QR-код на упаковке лекарства и видеть анимацию действия препарата. Этот подход увеличил время взаимодействия с брендом на 25%.

Кейс 3: Versus Games и виртуальные туры

Компания Versus Games разработала AR-решения для демонстрации клинических испытаний и виртуальных туров по лабораториям. Это повысило доверие к бренду на 35%, что особенно важно в контексте строгих регуляций.

Обзор инструментов AR для фармацевтики

LikeVR AR-разработки

- **Плюсы**: Кастомизация под российские регуляции, высокая визуализация.
- **Минусы**: Высокая стоимость (от 500 000 руб.).

Sber AR Toolkit

- **Плюсы**: Бесплатный доступ для партнёров, интеграция с аналитикой.

- **Минусы**: Требует навыков программирования.

VR Concept для медицинских симуляций

- **Плюсы**: Интеграция с российскими EHR-системами.
- **Минусы**: Высокая цена.

Инструмент	Стоимость	Применение
LikeVR	Средняя	Визуализация лекарств
Sber AR Toolkit	Низкая	Персонализация кампаний
VR Concept	Высокая	Обучение и compliance

Лучшие практики внедрения AR

Шаги для успешного использования

1. **Анализ аудитории**: Используйте данные о пациентах для персонализации контента.
2. **Соблюдение регуляций**: Обеспечьте соответствие контента требованиям ФАС и Росздравнадзора.
3. **Интеграция с MarTech-стеком**: Комбинируйте AR с CRM-системами.
4. **Тестирование и аналитика**: Оценивайте эффективность через метрики.
5. **Масштабирование**: Начинайте с пилотных проектов.

Сравнение AR и традиционных методов маркетинга

Параметр	AR	Традиционные методы
Вовлечённость	Высокая (+50%)	Средняя
Стоимость	Высокая	Низкая

Персонализация	Индивидуальная	Ограниченная
Compliance	Легко адаптируется	Сложно

Прогнозы на будущее

Основные тренды

1. **Интеграция с AI**: Использование искусственного интеллекта для улучшения персонализации.
2. **AR в телемедицине**: Виртуальные консультации с использованием AR.
3. **Регуляторные изменения**: Возможное смягчение норм для цифровых инструментов.

Вызовы

- Кибербезопасность.
- Доступность устройств для массового использования.

Заключение

AR уже сегодня меняет маркетинг в фармацевтике и медицине России. Технология предлагает уникальные возможности для вовлечения пациентов, соблюдения регуляций и персонализированных кампаний. Фармацевтическим компаниям рекомендуется активно инвестировать в AR для укрепления своих позиций на рынке.

Источники

- Skillbox
- Sber Developers
- LikeVR