

Caso de éxito: NOVADOL



SCIENCE. LIFE. HOPE.

NOVADOL[®], la marca estrella de BRESKOT Pharma.

Durante 19 años, **NOVADOL[®]** ha sido el referente de confianza para millones de pacientes satisfechos. Este hecho ha posicionado a **NOVADOL[®]** como el producto líder en el mercado de analgésicos-antiinflamatorios que alivian el dolor.

La historia del analgésico-antiinflamatorio más prescrito y vendido de Bolivia inició en el año 2002, cuando Corporación COFAR comenzó a realizar estudios para encontrar la fórmula de un analgésico efectivo, rápido y seguro contra el dolor, capaz de cumplir las normas de calidad y

las expectativas del médico y del paciente. Así nació **NOVADOL[®]** en el 2004, el medicamento con doble poder analgésico y máximo efecto antiinflamatorio indicado para dolores musculares, articulares, dentales, neuralgias y dolores menstruales.

El origen del nombre **NOVADOL[®]** viene de una frase muy común en Bolivia, “no va a doler”, porque con **NOVADOL[®]** el dolor no va más.

Actualmente, la familia **NOVADOL[®]** tiene cuatro presentaciones: **NOVADOL[®]50**, **NOVADOL[®]75**, **NOVADOL[®]FORTE** y **NOVADOL[®]GEL**, pero para fines del presente caso de estudio nos enfocaremos en las presentaciones orales, a pesar de que la presentación tópica ostenta el liderazgo en el mercado.

Nueve elementos clave en la propuesta de valor de **NOVADOL[®]**.

Producto

NOVADOL[®] está compuesto de diclofenaco y paracetamol. La administración conjunta de estos dos principios activos resulta en un efecto aditivo o supra-aditivo (sinérgico), obteniendo una disminución del dolor más rápida, más pronunciada y duradera que la que produce cada activo individualmente.

Las exclusivas presentaciones en cápsula dura de **NOVADOL[®]50** y **NOVADOL[®]75** contienen microgránulos gastroresistentes de diclofenaco y micropartículas de paracetamol DC, que protegen el estómago del paciente gracias a la ausencia de contacto con la mucosa gástrica de los principios

activos. Comparado con los comprimidos convencionales, **NOVADOL®** representa un tratamiento seguro a nivel gastrointestinal, el cual garantiza un doble efecto analgésico para aliviar el dolor.

En el caso de **NOVADOL®FORTE**, el comprimido cuenta como elemento diferenciador un recubrimiento exclusivo, que le confiere al producto el beneficio de la fácil deglución, easy swallow, generando un efecto “jabón”, mejorando el deslizamiento dentro de la boca y la garganta, minimizando la probabilidad de que por su dimensión se quede pegado en la garganta o en el esófago. Este diseño farmacéutico garantiza un inicio rápido de la acción terapéutica y un efecto sostenido en comparación a comprimidos convencionales.

Por lo descrito líneas arriba, las tres presentaciones de **NOVADOL®** se destacan por su exclusividad en el mercado, demostrando su eficacia en el tratamiento del dolor. A diferencia de otros productos de la competencia, **NOVADOL®** ha logrado establecer un estándar inigualable de calidad y efectividad contra el dolor.

Packaging

El packaging de **NOVADOL®** se caracteriza por su diseño de vanguardia, ostentando el color naranja vibrante de BRESKOT Pharma, y por estar fabricado con materiales de la más alta calidad. Son empaques modernos que saltan a la vista, porque se diferencian de cualquier otro producto en los anaqueles del punto de venta.



A lo largo del tiempo se fueron mejorando las características del packaging de **NOVADOL®**, haciéndolo más compacto y amigable con el medioambiente a través del menor uso de cartón, plástico y láminas de metal en su fabricación.

Branding – Alineación del logo

Inicialmente, cada uno de los productos de la familia **NOVADOL®** tenía su propio logotipo, pues se deseaba que cada uno mantuviese su propia identidad.

Logotipo NOVADOL 50:

NOVADOL®

Logotipo NOVADOL 75:

NOVADOL® 75
Diclofenaco 75 mg - Paracetamol 500 mg

Posteriormente, se alineó la línea gráfica en todas las sub marcas para que todos los productos se puedan visualizar de la misma forma, con la aclaración de tipo de presentación como único diferenciador.

NOVADOL®
NOVADOL®
50 75 FORTE GEL

Targeting

A diferencia de sus competidores, **NOVADOL®** se destaca como la única marca en el mercado que ofrece tres presentaciones adaptadas a los niveles de intensidad del dolor en los pacientes, que van desde dolor leve a severo.

Además, **NOVADOL®** va más allá al segmentar sus productos según las necesidades específicas del paciente, incluso teniendo en cuenta problemas gástricos, al ofrecer la forma farmacéutica en cápsula. Esta atención meticulosa a las variadas necesidades de los pacientes demuestra el compromiso de **NOVADOL®** con la personalización del tratamiento a fin de garantizar el máximo alivio del dolor y la comodidad del paciente, convirtiéndolo de esa manera en la marca más completa de analgésicos - antiinflamatorios en el mercado boliviano.



SCIENCE. LIFE. HOPE.

Precio

Como líderes en el mercado, las presentaciones de la familia **NOVADOL®** se destacan por su posición como productos con precio promedio más elevado. Esta distinción se debe a diferenciadores clave: la materia prima de calidad USP (United Standard Pharmacopeia), la única reconocida por la FDA, la formulación probada y exclusiva de cada presentación de **NOVADOL®** junto con el empaque primario y secundario diseñados para garantizar la estabilidad y actividad terapéutica durante toda la vida útil del medicamento.

Esta elección garantiza no solo alta efectividad y seguridad, sino también una notable diferencia

frente a otros productos. A pesar de que existen más de 30 productos con composición similar, **NOVADOL®** destaca al contar con una calidad diferenciada.

La calidad de **NOVADOL®** no se limita solo a su composición, sino que se extiende a su compromiso con los estándares de pureza, identidad y potencia de los principios activos. Cada producto de la familia **NOVADOL®** cuenta con un sólido respaldo de calidad, asegurando un tratamiento efectivo para el paciente. Además, las exclusivas formas farmacéuticas y las presentaciones de lujo marcan el compromiso de **NOVADOL®** con la excelencia en cada aspecto del proceso, desde la logística de

entrada hasta la experiencia del paciente.

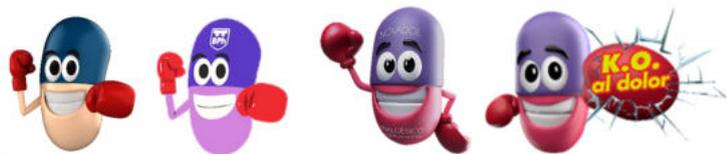
Concepto comunicacional

En sus inicios **NOVADOL®50** nació como una marca especial. Desde el principio, se le dio personalidad al producto, dándole vida a la cápsula, mediante la creación de su propio personaje, Novadolito, el cual ha evolucionado con el tiempo. Paralelamente, se desarrolló el concepto comunicacional del "boxeo", destacando la capacidad de **NOVADOL®** para darle *knock out* al dolor, representado simbólicamente por los guantes de boxeo que el personaje lleva puestos.



SCIENCE. LIFE. HOPE.

NOVADOL® se ha distinguido por su personalidad de marca empática. La marca se ha esforzado por ser cercana y amigable con su target. Esta conexión emocional con los usuarios ha sido una parte fundamental de la filosofía de **NOVADOL®**, creando una relación de confianza con aquellos que buscan alivio del dolor.



Este concepto comunicacional ha permitido realizar actividades para posicionar la marca en los dos targets relevantes: médicos de diferentes especialidades y

farmacéuticos, generando un poderoso posicionamiento a través de diferentes medios que no son los tradicionales.

El mismo concepto comunicacional y estrategia han sido utilizados para las otras presentaciones de la familia, replicando el concepto de cápsula para **NOVADOL®75** y de comprimido para **NOVADOL®FORTE**. El concepto novedoso del boxeo en el rubro ético farmacéutico ha permitido posicionar con éxito la marca en un mercado donde los competidores se aferran a trabajar con medios y con conceptos tradicionales.



SCIENCE. LIFE. HOPE.

Cuide mucho su cuerpo, es el único lugar que tiene para vivir.
Si los síntomas persisten, consulte a su médico.
ES UN MENSAJE DEL MINISTERIO DE SALUD.



SCIENCE. LIFE. HOPE.



Marketing emocional - fidelización

La campaña “Mi amigo **NOVADOL®**” lanzada antes de la pandemia y vigente hasta el día de hoy, ha posicionado a **NOVADOL®** como una marca cercana y amigable, presentándose como un amigo incondicional, siempre presente ahí para ti, porque nunca falla.

“Mi amigo **NOVADOL®**” permitió fidelizar y sensibilizar a los clientes de una manera diferente durante la pandemia, pues la cercanía y empatía para con los trabajadores del rubro de la salud eran imperativas por estar ellos en primera línea contra el COVID-19.

Cuando un cliente ve la botarga de **NOVADOL®** ingresando a su farmacia resulta una experiencia emocionante. El cliente sabe que su amigo **NOVADOL®** está de visita y lo recibe con cariño, como se recibe a un gran amigo, un amigo fiel.

Cada año se festeja el cumpleaños de **NOVADOL®** con los clientes, como se festeja con los verdaderos amigos. Es un momento para compartir y festejar un año más de vida del analgésico-antiinflamatorio más valorado y más vendido del mercado.



Desarrollado y comercializado en Argentina por BRESKOT Pharma S.A.
Su inscripción en el Registro Nacional de Medicamentos de la ANMAT
está a disposición de los interesados en el sitio web www.breskotpharma.com.ar



SCIENCE. LIFE. HOPE.

Es cierto que una estrategia de marketing convencional puede ayudar a alcanzar objetivos como la generación de recomendaciones y prescripciones. Sin embargo, cuando los clientes llegan a querer genuinamente la marca, a sentir cariño auténtico y verdadera lealtad, mientras continúan con sus actividades rutinarias, se trata de una conexión que va más allá de cualquier campaña o estrategia.

Mantener esa relación a largo plazo depende de cada una de las personas del equipo, de la ejecución de las actividades planificadas, pero, sobre todo, de la pasión, emoción y entusiasmo con los que se realizan. La estrategia de marketing

emocional utilizada asegura la presencia de estos momentos significativos en la mente de los clientes, consiguiendo transformar una relación comercial en una experiencia memorable.



NOVADOL® conoce a sus clientes

Los médicos y farmacéuticos necesitan un momento de distracción y dispersión, debido a la labor que desempeñan, por ello **NOVADOL®** realiza actividades disruptivas y recreativas con sus clientes con el fin de estrechar vínculos. Estas actividades tuvieron un especial impacto durante la pandemia.



SCIENCE. LIFE. HOPE.

A diferencia de otras marcas, **NOVADOL®** se ha posicionado con una estrategia “persona a persona” a través de un equipo multidisciplinario, compuesto por las personas de diferentes áreas de la empresa.

Este gran equipo trabaja diariamente desarrollando relaciones a largo plazo con los públicos de interés, partiendo por el desarrollo de los argumentos comerciales de **NOVADOL®** y analizando los drivers de cada uno de los clientes para brindar una atención personalizada y anticipada.

Esta labor sistemática ha permitido a **NOVADOL®** generar alianzas estratégicas con clientes que depositan su confianza en la

marca y están completamente fidelizados, pues no solo cuentan con un producto seguro y confiable para sus pacientes, sino también son atendidos por profesionales cuya capacidad de relacionamiento y firme compromiso aseguran el cumplimiento de las promesas.

“No vemos a nuestros clientes como números, son personas con sentimientos, con emociones, con necesidades, y que con mucho más énfasis después de la pandemia han venido demostrado un cambio en la orientación de sus necesidades”, expresa la jefe de Marketing de Corporación COFAR, Andrea Saucedo. Las relaciones de largo plazo son las más valiosas en el tiempo y generan mayor cantidad

de momentos “WOW” dentro del *customer journey* del cliente, que es a lo que **NOVADOL®** apunta.



SCIENCE. LIFE. HOPE.

Cobertura

NOVADOL® es una marca con amplia cobertura a nivel nacional. Tanto para llegar a médicos como a farmacias la distribución es masiva, se tiene una cobertura de más del 60% del panel total de médicos en médicos visitados con **NOVADOL®** y más del 80% en el panel total de farmacias de Bolivia.

