

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ПРЕМИЯ «ЗЕЛЕНЫЙ КРЕСТ»



Кто мы



ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ПРЕМИЯ

Организация самой влиятельной, известной и представительной аптечной премии в России – премии «Зеленый Крест»



КОНФЕРЕНЦИИ

Организация крупнейших в фарме B2B конференций, дискуссионного клуба, вебинаров, круглых столов, тренингов и семинаров



ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ

Организация единственного в фарме мероприятия в формате деловых переговоров – переговорной сессии «Pharma Meeting Point»



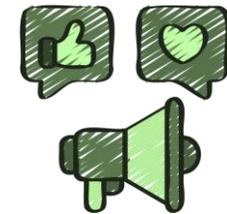
МЕРОПРИЯТИЯ

Организация винного клуба, неформальных, интеллектуальных и спортивных мероприятий. Мероприятия на заказ.



ДОГОВОРА С СЕТЯМИ

Анализ продуктового портфеля компании и проведение переговоров с аптечными сетями (ввод, поставки, маркетинг, СТМ и уСТМ и др.)



МЕДИА

Продвижение в прессе, социальных сетях и мессенджерах, почтовые рассылки, организация съемок, фармацевтический портал

Цели и задачи премии



- Получение общественного признания заслуг профессионалов в сфере аптечного бизнеса, привлечение внимания государственных органов к аптечному сообществу. Привлечение внимания работников аптечной отрасли, общественности, бизнеса и государства к проблемам развития аптечного рынка – как составной части системы здравоохранения;
- Выявление, поддержка и тиражирование успешного опыта предприятий аптечного сегмента в целях повышения качества обслуживания населения и повышения квалификации специалистов;
- Популяризация и повышение значимости профессии фармацевта и провизора в условиях возрастающего внимания общества и государства к здоровью граждан и качеству оказания медицинских услуг. Повышение профессионализма аптечных работников и рост уровня обслуживания в аптеках;
- Возрождение статуса аптеки как социально-значимой организации в сфере здравоохранения;
- Создание единого профессионального поля с высокими стандартами качества предоставляемых услуг, включая все сектора фармацевтического рынка;
- Стимулирование взаимного признания, уважения и развития партнерских отношений между участниками аптечного и фармацевтического сообществ;

Премия в числах



300+ аптечных сетей



25+ дистрибьюторов



1500+ членов экспертного совета



27 основных номинаций



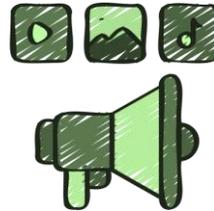
10+ аналитических компаний



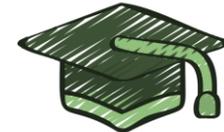
5 стран



40+ информационных партнеров



20+ рекламных агентств



20+ ВУЗов

Особенности премии



ПЕРВАЯ АПТЕЧНАЯ

Основная часть экспертов премии – собственники, главы и ведущие менеджеры аптечных сетей. Аптечное сообщество выбирает лучших своих представителей.



САМАЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЬНАЯ

Лидер по числу экспертов (1 500), фармацевтов и провизоров (более 100 000) и участвующих компаний - аптечных сетей, фармкомпаний, дистрибьюторов и др.



УЧАСТИЕ АПТЕКАРЕЙ

Параллельно с экспертами, в голосовании участвуют сотрудники аптек (более 100 000). Победители определяются с учетом результата голосования обеих групп.



ПРОЗРАЧНОСТЬ И ОТКРЫТОСТЬ

Итоги голосования на всех этапах доступны экспертам и участникам премии. Все этапы и результаты голосования контролируются и подвергаются аудиту.



ОБЪЕКТИВНОСТЬ

Все премии субъективны! Мы обеспечиваем объективность за счет большого числа экспертов, их высокого профессионализма и двухэтапного голосования.



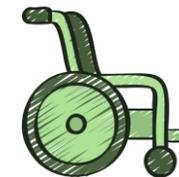
АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА

Для минимизации ошибок, связанных с человеческим фактором, процесс голосования и обработки его результатов максимально автоматизирован и проходит двойной аудит.



ГЛОБАЛЬНОСТЬ ПРЕМИИ

Помимо аптечных сетей, определяются победители по всем направлениям их взаимодействия – фармкомпания, дистрибьюторы, бренды, E-com, IT-компании и др.



СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

Поддержка социальных проектов в аптеках: благотворительность, поддержка малообеспеченных категорий граждан и лиц с ограниченными возможностями.

Преимущества участия в премии



ОТЛИЧИЕ ОТ КОНКУРЕНТОВ

Продемонстрировать уникальность по сравнению с другими компаниями, продвигать среди целевой аудитории имидж компании как лидера отрасли.



ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

О вашей продукции и услугах узнают все участники фармацевтического рынка – фармацевтические компании, аптечные сети, дистрибьюторы и др.



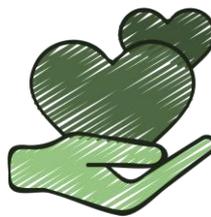
ИНФОРМАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ

Участие в рекламно-информационной кампании с использованием широкого спектра информационных носителей – СМИ, интернет, социальных сетей и др.



РЕШЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ЗАДАЧ

Использовать информационную волну для поддержания имиджа, проведения промо-акций, продвижения брендов, учреждения собственной номинации.



СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Внести вклад в развитие аптечного рынка, поддержать образовательные программы и социальные проекты аптечного сообщества.



ДЕЛОВОЙ НЕТВОРКИНГ

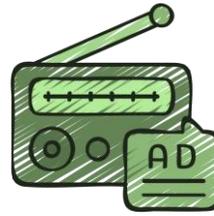
Общение с текущими и новыми партнерами и клиентами – руководителями аптечных сетей, фармкомпаний, дистрибьюторов

Как использовать победу в номинации



ВИДЕО

Ролики, фильмы, передачи, пакшоты, заставки, спонсорство, интеграции, продакт-плейсмент на ТВ, в интернет, YouTube, ВК и др. видеохостингах



РАДИО

Рекламные ролики на радио, подкастах, стриминг-сервисах и прочих аудио площадках.



ПРЕССА

Популярные публикации, научные статьи, баннеры и тизерная реклама в профессиональных изданиях и прессе для населения.



УПАКОВКА

Размещение на упаковке логотипа премии способствует продвижению, росту узнаваемости и лояльности потребителей и специалистов.



ПРОМОМАТЕРИАЛЫ

Полиграфическая продукция для продвижения: каталоги, брошюры, буклеты, лифлеты, листовки, стойки, плакаты, стенды и др.



АПТЕКА

POS-материалы: wobлеры, баннеры, шелфтокеры, органайзеры, ценники, нехенгеры, лайтбоксы, штендеры, стойки, диспенсеры, гирлянды и др.

Как использовать победу в номинации



ИНТЕРНЕТ

Автоматизированная, контекстная, нативная, баннерная и тизерная реклама, поисковая оптимизация, pop-up, брендрование упаковки.



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

SMM-маркетинг: таргетированная и баннерная реклама, посты, посеы, видео, клипы, истории, интеграции, акции и конкурсы.



БЛОГЕРЫ

Продвижение товаров и услуг через блогеров: селебрити, популярных авторов, инфлюэнсеров, экспертов, лидеров мнения, трендсеттеров и др.



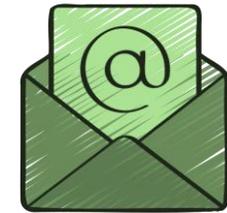
МЕССЕНДЖЕРЫ

Привлечение новых клиентов через публикации в каналах и группах, таргетированную рекламу и боты в Telegram, Viber, WhatsApp и др.



МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

Баннерная, интерстициальная, нативная реклама, игровой формат, видео, брендрование упаковки, интеграция, поисковые запросы и др.



ДРУГОЕ

Почтовые рассылки, наружная и вирусная реклама, сувенирная продукция, брендрованная форма, конструкции для выставок и др.

Этапы проведения премии



Старт премии

1 марта 2026 г.



- Конференция «День Аналитика» с участием аналитических компаний;
- Пресс-конференция.

I этап голосования

1 марта – 30 апреля 2026 г.



- Прием заявок для участия в премии;
- Голосование членов Экспертного совета премии;
- Голосование аптечного сообщества.

Подведение итогов голосования

1 – 11 мая 2026 г.



- Подсчёт голосов и проверка его итогов независимым аудитором;
- Завершение приема заявок и составление финального списка участников премии.

II этап голосования

12 – 31 мая 2026 г.



- Голосование членов Экспертного совета премии, по итогам которого определяются победители в каждой из номинаций

Независимая проверка

1 – 11 июня 2026 г.



- Контроль за соблюдением всех этапов проведения премии, правил определения победителей и итогов голосования независимым аудитором.

Конференция и Церемония награждения

26 июня 2026 г.



- Конференция «Зеленый Крест» (более 400 участников)
- Вручение наград победителям премии.

СПЕЦИАЛЬНАЯ НОМИНАЦИЯ



СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА

**Эксклюзивный, эффективный и бюджетный вариант
усиления позиций СТМ в аптечных сетях!**

Преимущества специальной номинации



КОНКУРЕНЦИЯ С ЛИДЕРАМИ

В условиях высокой конкуренции в категории – придать уникальность и выделить ваш СТМ, обратить внимание целевой аудитории



ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРВОСТОЛЬНИКОВ

Фармацевты и провизоры с высоким доверием относятся к победителям премии, чаще их рекомендуют, что приводит к росту продаж вашего СТМ



ДОВЕРИЕ НАСЕЛЕНИЯ

Премия хорошо известна населению, что увеличивает вероятность выбора вашего СТМ. Население доверяет выбору специалистов



ВЫДЕЛЕНИЕ НА ПОЛКЕ

Выделить на витрине и обратить внимание покупателей на ваш СТМ (логотип премии и статус победителя на упаковке, стикеры)



УВЕЛИЧЕНИЕ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ

Покажите на сайте аптечной сети все преимущества вашего СТМ и помогите покупателю сделать правильный выбор



АРГУМЕНТ В ПЕРЕГОВОРАХ

Статус победителя премии укрепляет позиции вашего СТМ в категории и помогает получить лучшие условия в переговорах с производителями

Преимущества специальной номинации



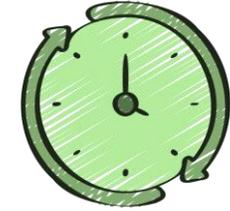
ВЫБОР КАТЕГОРИИ

Возможность использования любой категории или более узкой ниши, с учетом нозологии, состава и особенностей бренда СТМ



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Название номинации соответствует актуальному позиционированию СТМ, где его действие наиболее очевидно и эффективно



НЕОГРАНИЧЕННЫЙ СРОК

Право использования статуса победителя премии действует без ограничения по времени.



ДОКАЗАННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Многолетний опыт номинирования десятками аптечных сетей доказал эффективность премии и обеспечил значительный рост продаж СТМ

Конкуренция с лидерами

Хорошо, если категория низко дифференцирована и уровень лояльности к брендам тоже низкий. Но чаще в категории есть один или несколько явных лидеров. Это лидерство обеспечено многолетними усилиями в работе с врачами, рекламой на ТВ, прессе и интернет, продвижением среди потребителей. У аптек таких возможностей нет, и одним из таких эффективных является премия «Зеленый Крест».

Акцент на качество

Качество СТМ формируется из 3 аспектов: состав, оформление (дизайн упаковки) и восприятие. Премия поможет вам решить два последних аспекта, ведь логотип премии можно разместить прямо на упаковку.

Аргументация цены

СТМ часто придерживаются концепции ценовой замены, по принципу «то же самое, но дешевле». Победа в премии хорошо аргументирует текущую цену СТМ и позволяет поднять ее максимально близко к цене оригинальных брендов. Это особенно актуально, если СТМ позиционируется в премиальном ценовом сегменте.





Лояльность первостольников



Не секрет, что многие фармацевты и провизоры воспринимают СТМ как что-то некачественное и второсортное. Даже если в аптечной сети высокий уровень управленческой дисциплины и эффективная система мотивации, недоверие к СТМ создает психологический барьер и снижает вероятность рекомендаций, замены или допродаж СТМ.

В этих условиях победа бренда в родной и хорошо знакомой им премии позволяет устранить этот барьер, увеличить доверие фармацевтов к качеству СТМ и в результате увеличить продажи.

Напомним, в 2024 г. в премии проголосовало более 100 000 фармацевтов и провизоров, то есть практически каждый третий аптечный работник страны.



Доверие населения



За 10 лет проведения премия «Зеленый Крест» стала самой узнаваемой. Она активно используется в рекламе на ТВ, радио и интернет, ее логотип можно увидеть на упаковках десятков препаратов, брендировано более 15 000 аптек. Население с высоким доверием относится ко мнению специалистов, а в случае с премией «Зеленый Крест» - это еще и хорошо узнаваемый бренд.

Именно поэтому и ваш СТМ, и аптечная сеть в целом будет восприниматься населением максимально позитивно.

Выделение на полке

ОТС препараты, БАДы и косметика требуют обязательного размещения на витрине. В этих категориях $\approx 70\%$ посетителей аптек принимают окончательное решение о покупке только в аптеке. Качественная выкладка может оказать значительное влияние на рост продаж – от 30% до десятков раз.

В одной категории может быть до 10-15 препаратов, и все они размещаются на одной полке. Поэтому необходимо помочь покупателю обратить внимание именно на ваш СТМ, помочь ему с выбором. Текст на упаковке, различные форматы выделения (шелфтокеры, стикеры, ярлыки и др.) с информацией о победе в премии – отличный способ такого выделения.



Увеличение онлайн-продаж



от 1 900 ₽

от +9 Здорова

Комплекс витаминов, минералов и пробиотиков капс 30 ...

В наличии в 638 аптеках

Купить в один клик



Интернет-сайт аптечной сети – такая же витрина, как и полки в аптеке. Доля онлайн-продаж, заказов и бронирования через интернет активно растет. Фармацевтов, которые могли бы дать рекомендации, на сайте нет и выбор остается за покупателем. Поэтому необходимо обязательно выделить СТМ на сайте. Таким уникальным способом выделения может стать факт победы в фармацевтической премии «Зеленый Крест».

Покажите на сайте все преимущества и ценность вашего СТМ и помогите покупателю сделать правильный выбор.

Аргумент в переговорах

Наличие СТМ в категории – отличный аргумент в переговорах с фармкомпаниями. Чем успешней СТМ, тем выше продажи и доля в категории и тем сильнее начальные позиции сети в переговорах. Если ваш СТМ будет иметь статус победителя премии, это будет лучшим подтверждением вашего серьезного подхода к категории и, косвенно, показателем высокой доли и объемов продаж.

А это значит, аптечной сети будет легче убедить производителей увеличить маркетинговые выплаты или скидки при поставках.



Категория и номинация



У каждого препарата свои особенности и преимущества по сравнению с конкурентами: качественный и количественный состав, дозировка, форма выпуска, способ применения, удобство и периодичность приема, нозология, цена упаковки, курсовая стоимость и многое другое.

Выбор категории

У вас есть возможность выбрать категорию с учетом нозологии, состава и особенностей бренда СТМ.

Позиционирование

Название номинации будет соответствовать позиционированию бренда и стратегии продвижения отдела маркетинга, что позволит максимально усилить рекламную кампанию и увеличить продажи.

Неограниченный срок

Можно использовать статус победителя премии без ограничения по времени, а продление действия гарантийного письма и лицензионного договора является бесплатным.

Доказанная эффективность

За время проведения премии специальные номинации по СТМ учреждались на десятки брендов. Федеральные и региональные аптечные сети и ассоциации делали это по различным своим продуктам, при этом ряд брендов номинировались повторно.

Многолетний опыт номинирования десятками аптечных сетей своих брендов, активное использование факта победы в премии в продвижении продуктов, маркетинге и рекламной кампании является лучшим показателем эффективности премии, обеспечивающим значительный прирост продаж брендов СТМ.

Это особенно актуально сейчас, когда аптечные сети делают акцент на ВМТ, ширина полки в категории уменьшается, а доля СТМ растет.



Выбор формата сотрудничества



Аптечные сети

Аптечные сети, аптечные объединения и ассоциации, аптечные франшизы



Премия «зеленый Крест»

Подача заявок на номинации премии, участие в голосовании (для ряда номинаций заявка не требуется)

Фармацевтические компании

Производители лекарственных средств, БАД, ИМН, косметики, СТМ для сетей, эксклюзивные дистрибьюторы, контрактные площадки

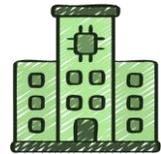


Специальная номинация премии

Уникальное выделение бренда и компании в конкурентном окружении с возможностью его продвижения.

Другие компании

Компании, предоставляющие услуги для аптечных сетей и фармкомпаний: IT, E-com, тренинговые компании, рекламные и коммуникационные агентства и др.



Партнерские пакеты

Пакеты участия в конференции и премии, включающие различные опции прямой коммуникации с аптечными сетями, фармкомпаниями и дистрибьюторами.

Компания



Необходимо продвижение компании, продуктового портфеля компании в целом или пакета услуг.

Бренд



Необходимо продвижение отдельного бренда или линейки, решения и услуги, или компании в целом как бренда.

Коммуникация



Требуется прямая коммуникация и выход на руководителей аптечных сетей, фармкомпаний и дистрибьюторов.

Проекты и возможности



ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ПРЕМИЯ

Самая влиятельная, известная и представительная аптечная премия в России – премия «Зеленый Крест».

Дифференцируйся или умирай



ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ

Единственное мероприятие в Фарме в формате деловых переговоров – переговорная сессия «Pharma Meeting Point»

Здесь рождаются контракты



КОНФЕРЕНЦИИ

Организация крупнейших в Фарме B2B конференций, клуба, круглых столов, выставок, тренингов и др. Конференции на заказ.

Учись у всех, не подражай никому



НЕФОРМАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Развлекательные, спортивные, интеллектуальные и другие мероприятия, винный клуб. Мероприятия на заказ.

Отношения – ключ к успеху



ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИИ

Специализированные вебинары и конференции по аналитике, Ecom, ИТ и другим темам для Фармы. Конференции на заказ.

Включи экран – вступи успех



ДОГОВОРА С СЕТЯМИ

Анализ портфеля продуктов и проведение переговоров с аптечными сетями (поставки, ввод, маркетинг, СТМ и др.)

От склада до полки – один шаг

Контактная информация

Будем рады обсудить сотрудничество по любому проекту, участие в конференциях, организацию мероприятий, продвижение в мессенджерах и много другое.



Телефон
+7 (915) 034-64-54



Электронная почта
info@green-cross.pro



Общий сайт компании
green-cross.pro



Сайт конференции «Зеленый Крест»
apteka.green-cross.pro



Сайт переговорной сессии
meeting.green-cross.pro



Сайт премии «Зеленый Крест»
awards.green-cross.pro



Канал компании в Telegram
Зеленый Крест



Написать сообщение в Telegram
@tadevosyan

Будем рады обсудить сотрудничество



awards.green-cross.pro

+7 (499) 722-47-06

info@green-cross.pro

Гарик Тадевосян

+7 (915) 034-64-54

garik@green-cross.pro