

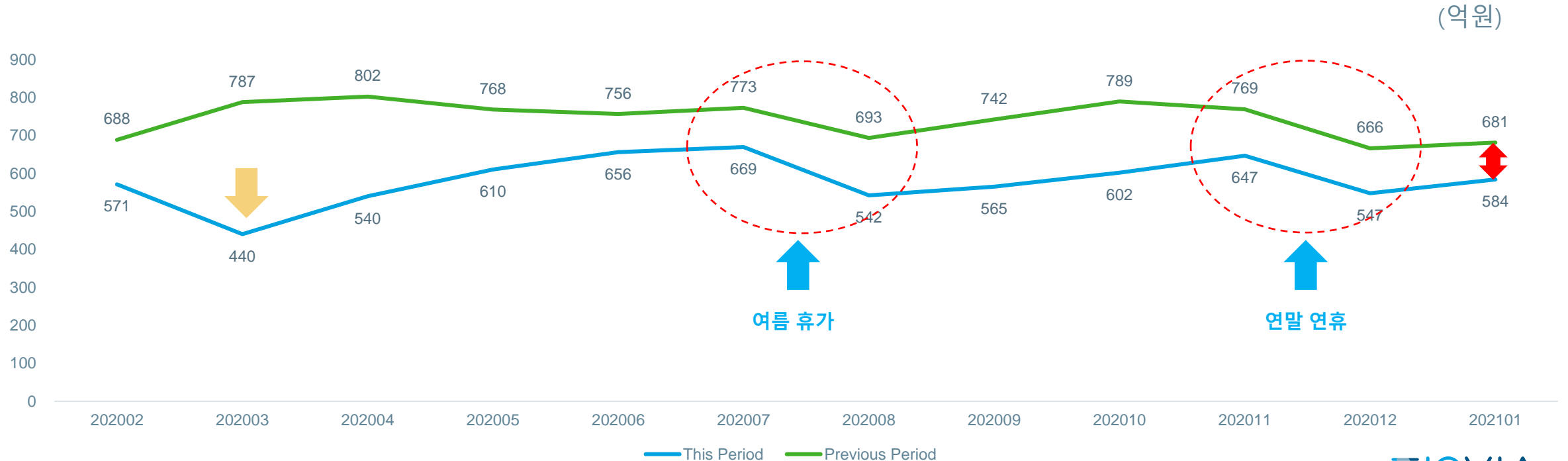
COVID-19 이후 전체 영업활동 Spending Trend 분석

*Based on IQVIA ChannelDynamics Data
February 2021*

March 2021

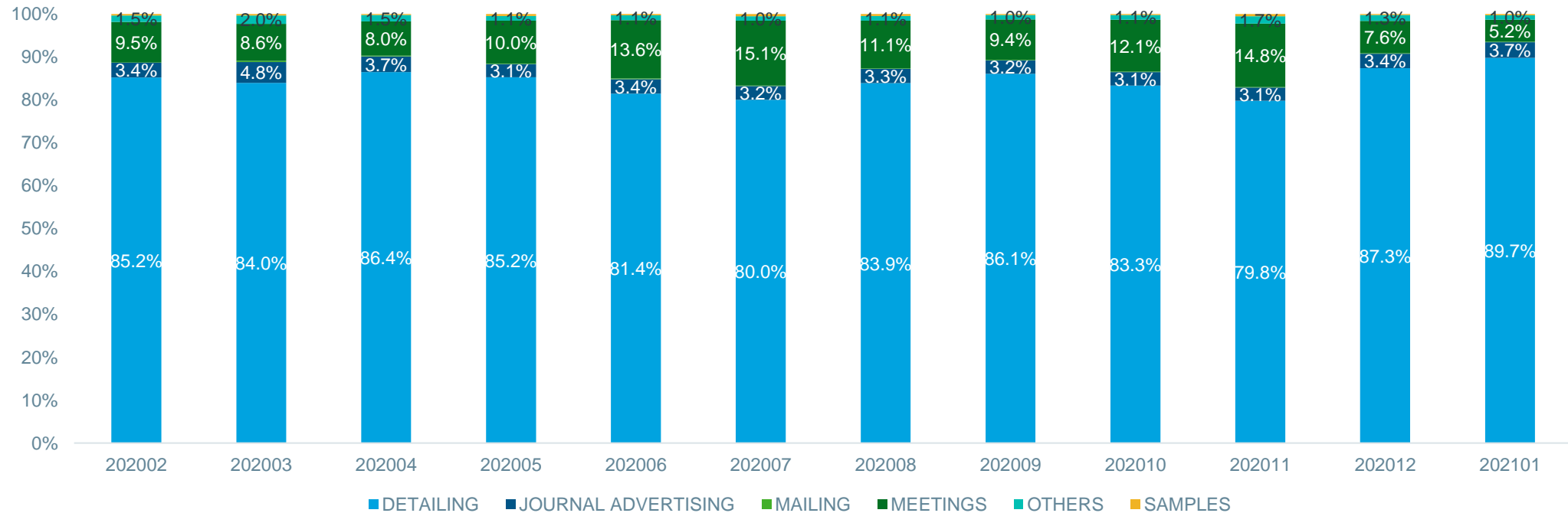
Impact of COVID19 to SPENDING

- 2021년 1월 기준 Spending 금액은 약 584억원.
- 전반적으로 COVID-19로 인해 3월 활동이 위축되었다가 7월 기준으로 다시 회복 후 여름휴가 기간과 연말 연휴 때 하락
- 이는 각 기간의 1년 전과 비슷한 Trend로 연휴/휴가 등의 영향은 동일하게 받고 있음
- 하지만 전년 대비 여전히 활동이 위축되어 있음 (20년 1월 기준으로 전년동월 대비 spending이 약 100억원정도 낮음)



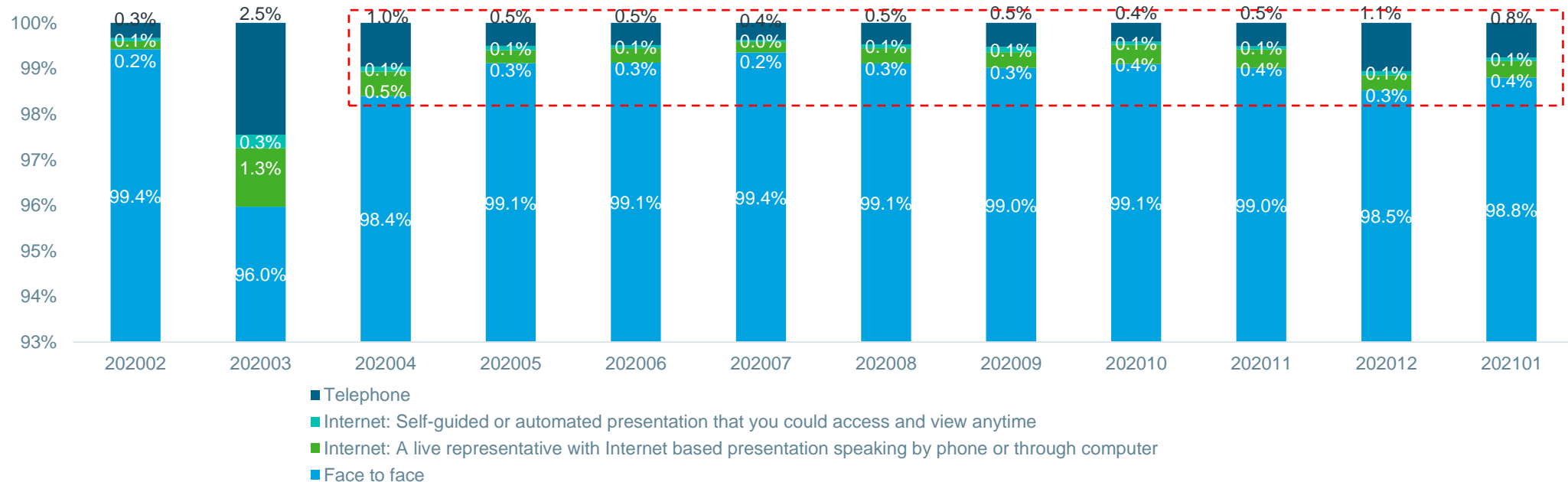
Spending Activity Trend

- 전반적인 활동을 보면 여전히 Detailing의 비중이 높음.
- 미팅과 다른 활동들은 COVID19 이후 지난 7월에 조금 회복 되었으나 12월 이후 비중이 더 줄어듬.



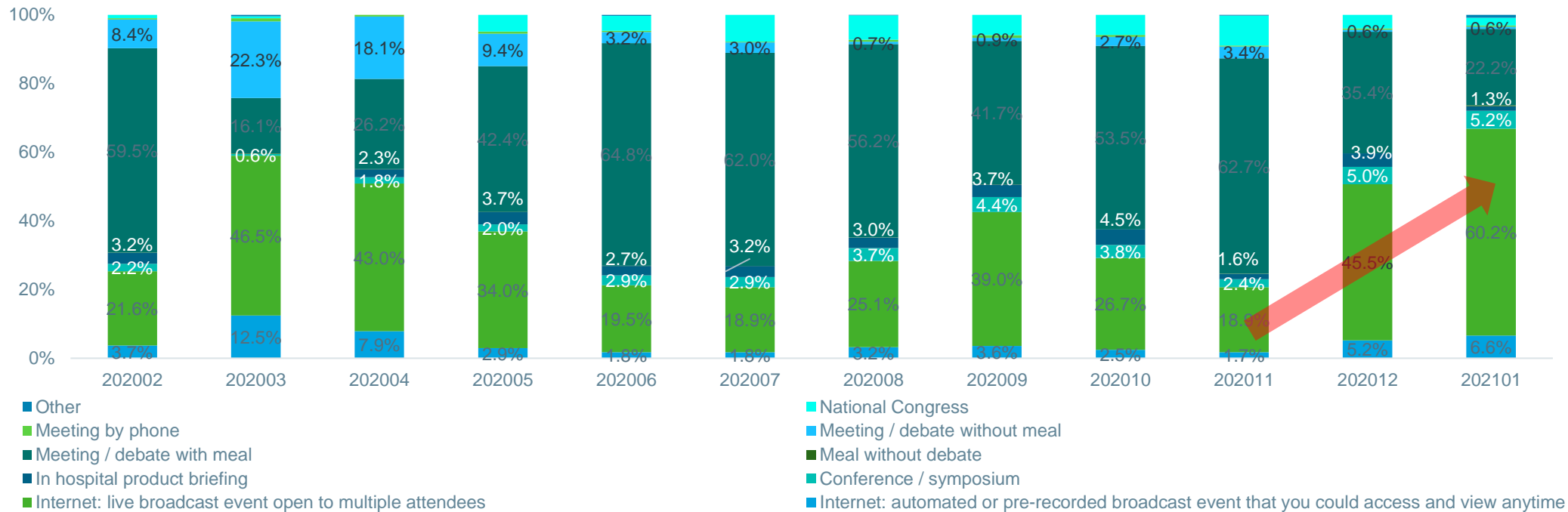
Spending Activity Trend-Detailing

- Detailing 활동을 세부활동별로 보면, Face to Face 활동을 여전히 중점적인 방법으로 활용
- 관찰되는 Trend 특이점을 보면, COVID-19이 발생했던 3월에 Remote 활동이 급격히 증가하였으며 4월 이후 다시 서서히 F2F 중심이 활동이 이루어지고 있음
- 그러다 최근 들어 다시 Remote 활동이 증가한 추세. 전반적으로 3월 이전에 비해서 Remote 의 비중은 약 1% 이상 꾸준히 발생



Spending Activity Trend-Meeting

- Meeting의 종류별로 보면, Meeting/ Debate with meal의 비중은 COVID-19가 심각했던 3,4월 이후 꾸준히 활동이 이루어짐
- Internet 을 통한 활동은 3월에 크게 증가했다가 지난 7월에 감소하였으나 최근 들어 60% 이상으로 활동이 늘어나 다시 상승추세





Please contact us for more information

Dong Kun Kim
Account Manager
Specialty Team / ChannelDynamics

dong-kun.kim@iqvia.com

