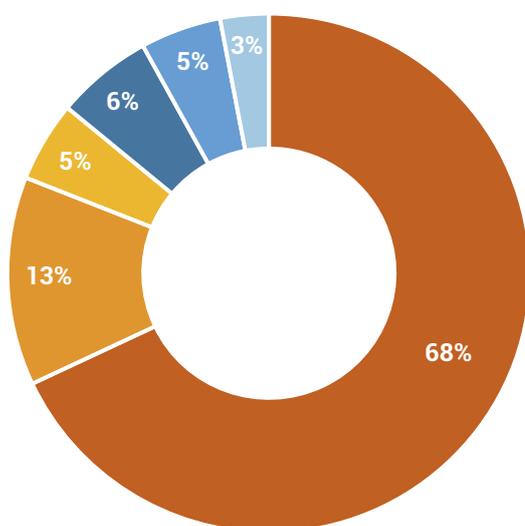
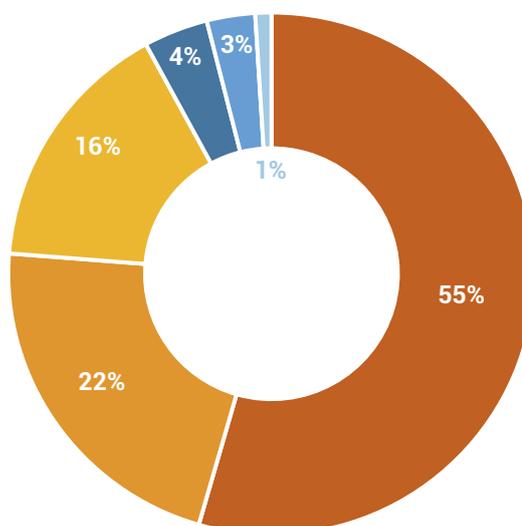


A ONCOLOGIA É A ESPECIALIDADE COM O MIX DE CANAIS MAIS VARIADO

Mercado Farma Total



Oncologia



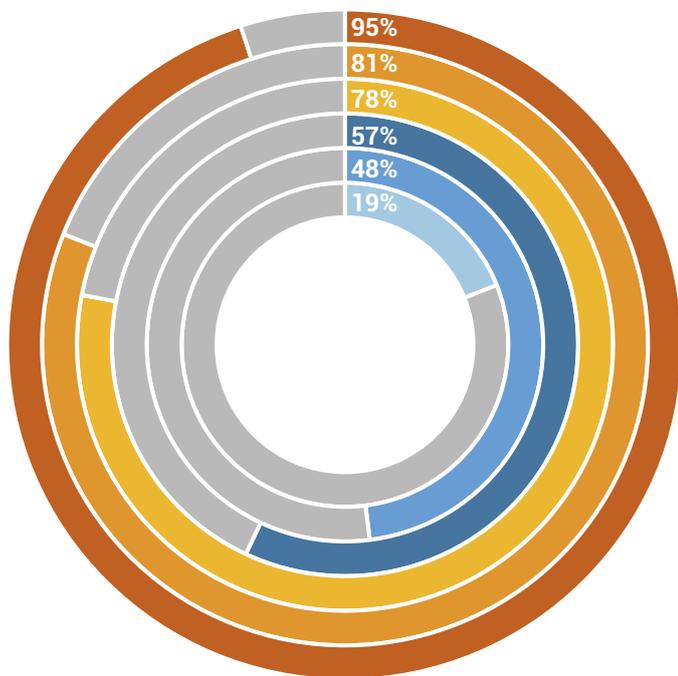
Atualmente vemos que as interações com os médicos têm sido trabalhadas através de um mix de canais mais variado, comparado à realidade pré-pandemia onde 90% das interações se davam de maneira presencial.

Apesar do mercado farmacêutico ainda possuir um mix de canais onde as interações F2F são predominantes, conseguimos perceber um crescimento significativo das interações digitais, chegando a 32% do total do engajamento com médicos.

A Oncologia é a área terapêutica que possui o maior nível de engajamento em canais alternativos, onde o envio de e-mail representa 22% e é o segundo canal mais utilizado, seguido do contato por telefone (16%) e visitas virtuais (4%).

Ativação de Canais

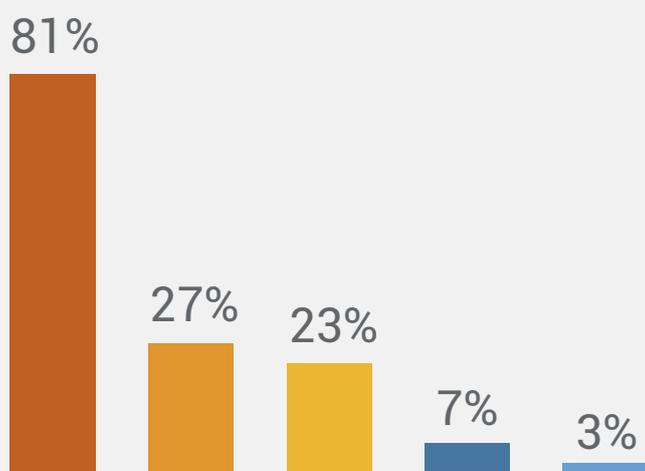
- F2F
- Telefone
- Mensagem
- E-mail
- Visita Virtual
- Outros



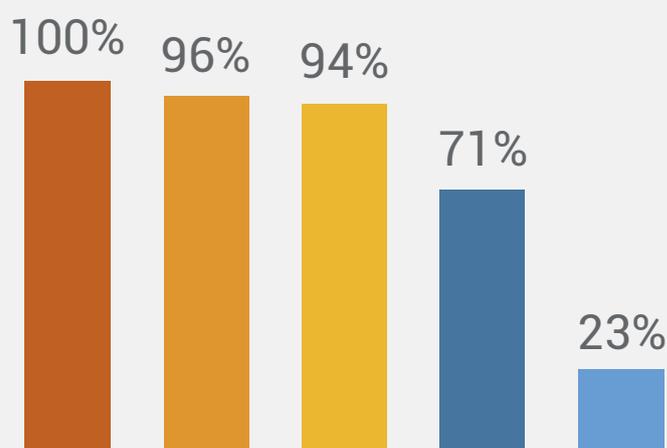
Apesar da visitação presencial ainda ser o canal predominante no engajamento, os médicos oncologistas possuem uma alta taxa de experimentação aos diferentes canais.

81% dos oncologistas abriram emails enviados pelos laboratórios, 78% atenderam alguma ligação telefônica e 57% participaram de pelo menos uma visita virtual no período deste estudo.

21% dos oncologistas 1 a 2 canais



79% dos oncologistas 3 a 5 canais



- F2F
- Telefone
- E-mail
- Visita Virtual
- Mensagem

Quando analisamos a distribuição dos Oncologistas impactados de acordo com o número de canais diferentes, vemos que 79% dos Oncologistas tiveram 3 ou mais canais utilizados pela indústria no período de Abr a Out/22.

Os canais com maior adesão dos Oncologistas são F2F, telefone e email. Vale destacar que dos Oncologistas que utilizam 3 ou mais canais, 71% deles foram impactados por Visitas Virtuais, o que demonstra uma receptividade relevante a esse modelo de interação.

O engajamento virtual é um complemento e acelerador natural do presencial e traz enormes benefícios para a experiência do cliente.

É importante ressaltar que as visitas virtuais são uma ferramenta para complementar os esforços de vendas presenciais, estendendo a conversa e aprofundando os relacionamentos com pontos de contato digitais entre as visitas presenciais.

Fonte: Veeva Pulse Abr a Out/22

SOBRE O VEEVA PULSE

O Veeva Pulse Field Trends Report apresenta dados e insights de atividades de engajamento de campo de mais de 80% de todos os representantes da indústria em todo o mundo e fornece insights únicos sobre o engajamento dos profissionais de saúde, para comparação com os líderes do setor e definição de metas acionáveis para alcançar a excelência comercial.

O Veeva CRM Standard Metrics – agora usado por toda a indústria – fornece a base para coleta e medição consistentes de KPIs de engajamento, tais como mix de canais e produtividade entre regiões, funções e segmentos de mercado. Com esses insights, agora você pode comparar o desempenho e definir as metas corretas.

Autores:
Gabriela Rodrigues
Vinicius Castro



Veeva Business Consulting combina expertise comercial com dados e tecnologia de propriedade da Veeva para oferecer melhores soluções focadas em negócios para nossos clientes.

Nossa equipe sênior de consultores comerciais composta por profissionais de longa experiência em consultoria e executivos da indústria farmacêutica oferece um conjunto de ofertas de consultoria, incluindo estratégia de Go-to-Market, launch readiness, aceleração digital, otimização de conteúdo, tudo isso apoiado através de insights e análises exclusivas de HCPs.

Para saber mais, visite:

<https://www.veeva.com/br/business-consulting-services/>