



Veeva

# Six conseils pour accélérer votre transformation digitale

## INTRODUCTION :

# La transformation digitale appliquée aux sciences de la vie

Plus de 60 % des médecins comptent limiter sensiblement le nombre de réunions en présentiel en privilégiant celles à distance<sup>1</sup>. La mise à disposition de données de référence complètes et à jour est essentielle pour favoriser un tel engagement multicanal.

Les organisations des sciences de la vie prennent ainsi conscience de l'importance d'une base de données solide pour alimenter la transformation digitale :

- > IDC Health Insights prévoit que près d'un tiers des organisations des sciences de la vie atteindront l'excellence des données d'ici 2022<sup>2</sup>.
- > 91 % des entreprises européennes considèrent les données de référence comme une ressource stratégique globale, mais seulement 43 % estiment disposer à la fois de la base et de la stratégie de gestion des données adéquates pour soutenir de telles transformations digitales<sup>3</sup>.

Dans cet e-book, découvrez 6 conseils pour accélérer votre transformation digitale grâce aux données.

« Sans une solide gestion des données à tous les échelons, les organisations ne peuvent pas disposer des fondations nécessaires à leurs initiatives digitales. »

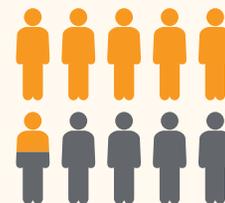
Philippe Houben, responsable mondial de l'excellence des données chez Boehringer Ingelheim

## Rares sont ceux qui disposent d'une base de données adéquate

Moins de la moitié estiment disposer de la base et de la stratégie de gestion des données associée pour soutenir leur transformation digitale<sup>3</sup>.

**57 %**

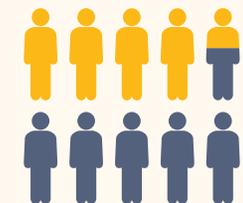
considèrent qu'ils disposent des données de référence client adéquates pour leur transformation digitale



**43 %**

lorsqu'ils ne disposent pas d'une stratégie de gestion des données efficace

DESCEND À



1. Source : Across Health, étude Navigator Spotcheck 2020  
2. Source : IDC, étude Industry CloudPath 2019, rapport de synthèse  
3. Source : rapport sur l'étude 2020 European Customer Reference Data  
4. Source : Veeva Commercial & Medical Summit 2019, Europe



## CONSEIL N° 1 :

# Prenez le contrôle de vos données clients

**Une gouvernance des données solide est primordiale pour obtenir des données de qualité.** Sans cette fondation essentielle, vous ne pourrez disposer de données de confiance permettant d'exploiter pleinement les canaux digitaux et d'améliorer l'expérience client.

Remplacez les données de référence traditionnelles par **un modèle de données unifié**. Un modèle de données global unique permet de mettre en place des processus de gestion de données cohérents en tout lieu, sans créer de silos de données.

Les données sont dynamiques. **Les données clients en temps réel sur les professionnels de santé améliorent l'efficacité des actions commerciales et de l'expérience client.** Le bon message, adressé à la bonne personne, au bon moment, par le bon canal, vous permet d'affiner votre plan d'engagement et de l'exécuter plus rapidement. Imaginez les résultats que vous pourriez obtenir si vous économisiez 5 % sur le temps d'exécution des ventes.

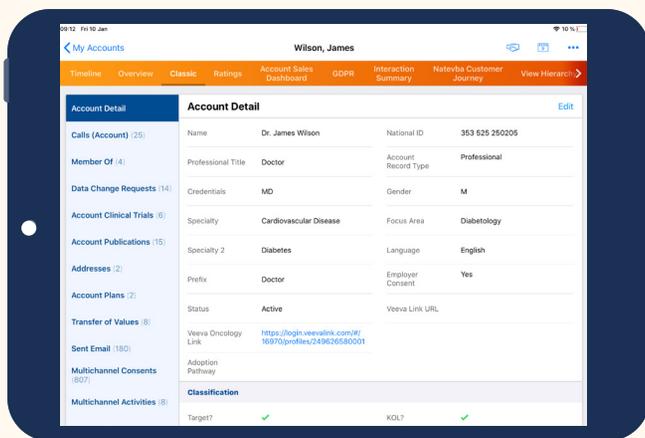
## CONSEIL N° 2 :

# Facilitez la tâche de vos équipes de vente

Les équipes commerciales sont frustrées par le nombre d'interactions manquées ou interrompues du fait de données incomplètes ou manquantes sur les professionnels de santé. Lorsqu'ils constatent des problèmes liés à leur qualité ou complétude, la lenteur des réponses à leurs demandes de mise à jour renforce cette insatisfaction.

Une stratégie efficace de gouvernance des données permet de **traiter rapidement les demandes de modification** et de **vérifier les mises à jour des données**, ce qui améliore la productivité et la satisfaction des équipes terrains. Des données précises permettent d'augmenter le nombre quotidien d'interactions commerciales et d'améliorer leur qualité.

## Augmentez l'efficacité des ventes



The screenshot shows a mobile application interface for account management. The top navigation bar includes 'My Accounts', 'Wilson, James', and various tabs like 'Timeline', 'Overview', 'Classic', 'Ratings', 'Account Sales Dashboard', 'GDPR', 'Interaction Summary', 'Natevha Customer Journey', and 'View Hierarchy'. The main content area is titled 'Account Detail' and contains a table with the following information:

Field	Value	Field	Value
Name	Dr. James Wilson	National ID	353 525 250205
Professional Title	Doctor	Account Record Type	Professional
Credentials	MD	Gender	M
Specialty	Cardiovascular Disease	Focus Area	Diabetology
Specialty 2	Diabetes	Language	English
Prefix	Doctor	Employer Consent	Yes
Status	Active	Veeva Link URL	
Veeva Oncology Link	<a href="https://login.veeva.com/#/16870/profile/249626586001">https://login.veeva.com/#/16870/profile/249626586001</a>		
Adoption Pathway			
Classification			
Target?	✓	KOL?	✓



Des données précises et en temps réel



Plus de rapports de visite complétés



De meilleurs insights

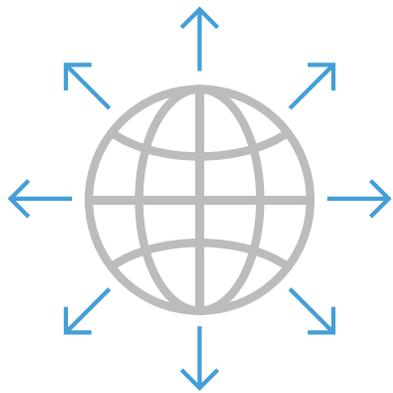


### CONSEIL N° 3 :

## Optimisez vos processus et solutions



Les données clients, le contenu marketing et les informations sur les interactions doivent être intégrés nativement à votre CRM. Le cloisonnement de vos systèmes vous désavantage, car il engendre des processus décousus et des opportunités manquées. Le fait de tout regrouper en un seul endroit permet à vos équipes d'avoir **une seule version de la réalité pour toutes les interactions avec les clients**.



À mesure que votre entreprise change, **vos solutions et outils commerciaux doivent évoluer sans pour autant perturber les fonctionnalités existantes**. Vos visiteurs médicaux doivent pouvoir accéder facilement aux informations dont ils ont besoin, quel que soit l'endroit où ils se trouvent ou l'équipement qu'ils utilisent. Vous devez avoir la conviction que vos processus et solutions actuels évolueront et permettront à vos visiteurs médicaux de maintenir une productivité élevée.

« L'expérience client est très importante pour nous, car elle contribue à fidéliser les clients. Veeva CRM et Veeva OpenData constituent nos fondations pour bâtir une expérience client d'exception. »

Angela Genco, directrice du marketing et des ventes multicanal intégrés, Bayer Italie

## CONSEIL N° 4 : Soyez entendu

Les professionnels de santé influents reçoivent plus de 300 interactions digitales ou en personne chaque mois<sup>1</sup>.

Mériter leur attention nécessite de comprendre leurs préférences, respecter leur vie privée et de séquencer vos interactions et messages de façon coordonnée. Délivrez le bon message, via le bon canal, au bon moment et optimisez ainsi l'expérience client.

### Perspective d'un oncologue réputé

#### Expérience actuelle

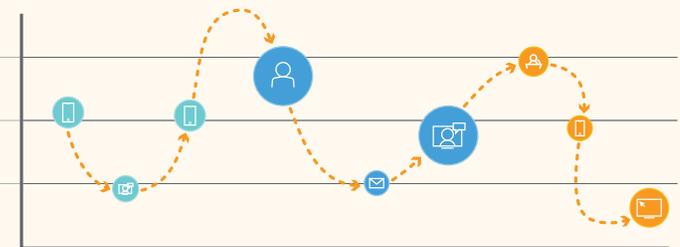
Volume d'interactions des entreprises pharmaceutiques

Ventas  
Marketing  
Digital



#### Votre opportunité

L'excellence digitale sur tous les canaux



1. Source: Veeva Internal - Top Oncologist Outreach Average in the US

## CONSEIL N° 5 :

# Fondez vos décisions sur les données et informations

Utilisez les données en temps réel pour prendre des décisions au bon moment, en toute connaissance de cause. Donnez à vos visiteurs médicaux les moyens d'agir et de créer des stratégies d'engagement plus impactantes, sur la base d'informations pertinentes et opportunes sur les clients, directement accessibles depuis leur CRM.

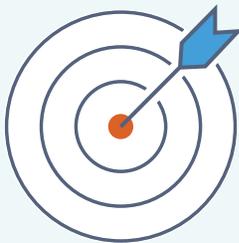
**Analysez, affinez et améliorez en permanence vos stratégies d'interaction** et vos messages. Découvrez ce qui suscite un intérêt et créez des parcours clients plus attrayants.

**Favorisez l'adoption des canaux et la gestion du changement** en montrant aux visiteurs médicaux les possibilités offertes par les données d'engagement par canal.

**Centralisez vos informations.** Mettez vos clients au cœur de votre stratégie et personnalisez leur expérience tout en améliorant la planification, collaboration et exécution parmi vos équipes.

**Créez des tableaux de bord** qui aident votre équipe de vente à visualiser l'état actuel du compte, à comprendre les tendances des ventes ou à voir l'influence des KOLs sur leur territoire.

## Faites passer vos messages



Concentrez-vous  
sur les objectifs les  
plus importants



Découvrez les  
messages qui ont  
été efficaces



Planifiez les  
prochaines  
communications

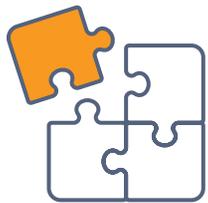
## CONSEIL N° 6 :

# Choisissez un partenaire de confiance

Sélectionnez un partenaire qui non seulement propose les données et solutions les plus complètes et faciles à exploiter, mais qui investit également dans l'animation d'une communauté qui vous encourage à apprendre, partager et vous développer. La possibilité d'accéder à des portails de support et services, des événements et formations vous aidera à exploiter au mieux vos nouvelles solutions.

→ Un partenaire stratégique est le complément de votre équipe.

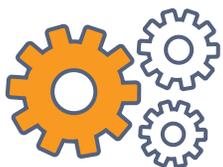
Trouvez une organisation **engagée dans votre réussite** qui vous aidera :



À constituer et développer des équipes de vente compétentes



À accélérer votre processus global



À concrétiser vos objectifs opérationnels

« Comprendre nos clients et leur fournir la bonne information au bon moment, par le bon canal, constitue la clé de notre stratégie commerciale. Nous avons opté pour une solution CRM unique au niveau mondial pour réaliser cette vision avec Veeva, notre partenaire de confiance. »

Chetak Buaria - Global Head of Commercial Excellence  
chez Merck KGaA, Darmstadt, Germany

Merck KGaA, Darmstadt, Germany adopte Veeva CRM au  
niveau mondial.  
[En savoir plus >](#)



## Pour en savoir plus

Pour en savoir davantage sur l'accélération de votre transformation digitale avec Veeva OpenData, consultez la page [veeva.com/eu/bettercustomerdata](https://veeva.com/eu/bettercustomerdata).



### Contactez-nous

Découvrez comment nous pouvons vous accompagner dans votre transformation digitale et dynamiser vos forces de vente.

**Pour en savoir plus, consultez le site**

[veeva.com/eu/fr](https://veeva.com/eu/fr)

**+33 (1) 88 54 60 70**