



Sechs Tipps zur Beschleunigung Ihrer digitalen Transformation

EINFÜHRUNG:

Digitaler Wandel im Gesundheitswesen

Vor vier Jahren war die Pharmaindustrie im Bereich Einsatz digitaler Technologien noch hinter 33 anderen Branchen im Verzug¹

Das ist nicht mehr der Fall.

Organisationen des Gesundheitswesens haben die Bedeutung einer soliden Datenbasis erkannt, um mit dem digitalen Wandel Schritt zu halten.

- › Mehr als zwei Drittel der Pharmaunternehmen planen, 25 % bis 50 % ihres Budgets für den digitalen Wandel der Verbesserung des Datenmanagements zu widmen².
- › Vas Narasimhan, CEO von Novartis, der sein Bemühen um die Digitalisierung bereits angekündigt hat, erkannte erst vor kurzer Zeit, wie wichtig es ist, über hervorragende Daten zur Unterstützung der digitalen Initiativen zu verfügen³.
- › Philippe Houben, globaler Leiter im Bereich Data Excellence bei Boehringer Ingelheim, erläuterte, wie Daten das digitale Engagement und die Verbesserung der Kundenerfahrung antreiben⁴.

Wie können Sie Ihre Daten besser verwalten,

Ihrer Konkurrenz enteilen und Ihre digitale Transformation beschleunigen?

“ Daten sind die Grundlage des digitalen Wandels. Die Branche benötigt zuverlässige und qualitativ hochwertige Daten, auf die schnell zugegriffen werden kann. ”

Eric Newmark, Program Vice President – SaaS, Unternehmensressourcen, Branchen-Cloud und digitale Geschäftsmodelle bei IDC

Zufriedenheit mit der Datenqualität vom wichtigsten Anbieter von Kundenreferenzdaten

Die meisten Unternehmen des Gesundheitswesens sind sich einig, dass Daten unerlässlich sind denn nur 22% sind mit der Qualität ihrer Kundendaten zufrieden⁵.



1. Quelle: [Closing the digital gap in pharma](#), Forschungsarbeit von McKinsey & Company

2. Quelle: [IDC's Industry CloudPath, 2019: Executive Summary Report](#) (Zusammenfassender Bericht)

3. Quelle: Forbes, 16. Januar 2019: „Novartis CEO Who Wanted to Bring Tech Into Pharma Now Explains Why it's So Hard“, von David Shaywitz.

4. Quelle: [Exklusiver Inhalt vom Summit 2019 Veeva Commercial & Medical Summit, Europe](#)

5. Quelle: [2018 Customer Reference Data Survey](#) (Bericht von 2018 zur Umfrage zu Kundenreferenzdaten)



TIPP 1:

Kundendaten einfacher gemacht

Starkes Data Governance ist ein Hauptbestandteil von Qualitätsdaten. Ohne diese entscheidende Grundlage werden Sie datengesteuerte Erkenntnisse nicht nutzen und die digitalen Vertriebswege zur Verbesserung der Kundenerfahrung nicht voll ausschöpfen können.

Ersetzen Sie traditionelle Stammdaten aus verschiedenen Quellen durch ein **einheitliches Datenmodell**. Dieses einheitliche globale Datenmodell bietet konsistente Datenverwaltungsprozesse egal an welchem Ort an, ohne Datensilos und Schwachpunkte zu schaffen.

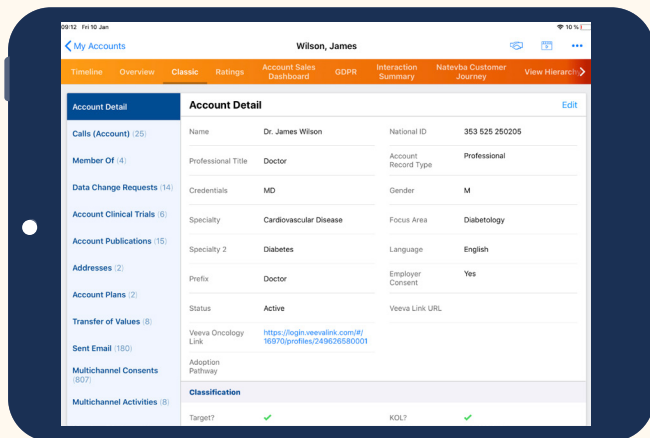
Daten sind dynamisch. Da der Wandel die einzige Konstante ist, verbessern Kundendaten in Echtzeit über das Gesundheitspersonal die Effizienz unserer regionalen Vertriebskräfte sowie die Kundenerfahrung. Wenn die richtige Botschaft, an die richtige Person, zur richtigen Zeit, über den richtigen Kanal ankommt, dann bedeutet das, dass Ihr Aktionsplan klarer und schneller ausgeführt wird. Was würden Sie tun, wenn Sie 5 % der im Vertrieb aufgewendeten Zeit einsparen könnten?

TIPP 2:

Machen Sie es Ihrem Verkaufsteam leicht

Oftmals sind Verkaufsteams aufgrund von Besuchen an falsch zugeordnetes oder nicht existierendes Gesundheitspersonal und von langsamen Datenänderungsanforderungen frustriert. Eine effiziente Data-Governance-Strategie, die schnell auf Änderungsanforderungen reagiert und Datenaktualisierungen verifiziert, steigert die Produktivität und Zufriedenheit im Vertrieb. Sie erhöhen noch am selben Tag den Prozentsatz abgeschlossener Besuche und gewinnen Erkenntnisse aus dem Bereich Gesundheitswesen.

Steigern Sie Ihre Vertriebseffizienz



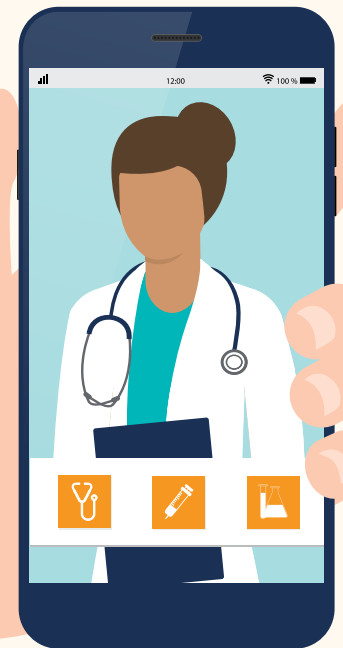
Präzise Daten in Echtzeit



Mehr abgeschlossene Besuche



Tiefere Einblick in die Branche

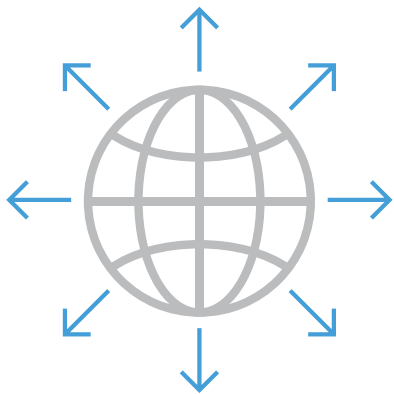


TIPP 3:

Optimieren Sie Ihre Prozesse und Lösungen



Kundendaten, Marketinginhalte und Interaktionsinformationen sollten nahtlos in Ihr CRM integriert werden. Wenn Ihre Systeme in einem Silo untergebracht sind, sind Sie im Nachteil. Befindet sich alles jedoch an einem Ort, kann Ihr Team in Echtzeit mit demselben Datensatz für alle Kundeninteraktionen arbeiten.



Im Zuge der Weiterentwicklung Ihres Unternehmens sollte Ihre kommerzielle Lösung mitwachsen oder geändert werden, ohne die bestehende Funktionalität zu stören. Ihre Außendienstmitarbeiter müssen leichten Zugang zu den Informationen erhalten, die sie benötigen, unabhängig davon, wo sie sich weltweit befinden oder welches Gerät sie benutzen. Sie müssen sich darauf verlassen können, dass sich Ihre aktuellen Prozesse und Lösungen weiterentwickeln. Ihre Mitarbeiter sollten die Möglichkeit haben, die Produktivität auf einem hohen Niveau zu halten.

“ Mit der Commercial Cloud von Veeva können wir den gesamten Vermarktungsprozess beschleunigen – von der Pre-Launch-Planung mit besserer Datenerhebung über die Erstellung und Verteilung von Inhalten bis hin zur Verwaltung unserer Interaktionen. ”

Indivior beschleunigt die Bereitstellung von Informationen zu Suchtbehandlungen für mehr medizinisches Fachpersonal weltweit. Erfahren Sie hier mehr dazu: [Erfahren Sie mehr >](#)

TIPP 4:

Umgehen Sie die Informationsflut

Einflussreiches Gesundheitspersonal erhalten über 300 digitale oder persönliche Interaktionen pro Monat¹.

Gewinnen Sie Einblick in die Präferenzen der Kunden, gruppieren und ordnen Sie Ihre Engagements und Botschaften auf sinnvolle Weise. Übermitteln Sie die richtige Botschaft zur richtigen Zeit über den richtigen Kanal, um ein nahtloses Gespräch und ein verbessertes Kundenerlebnis zu schaffen.

Die Perspektive der besten Onkologen kennenlernen

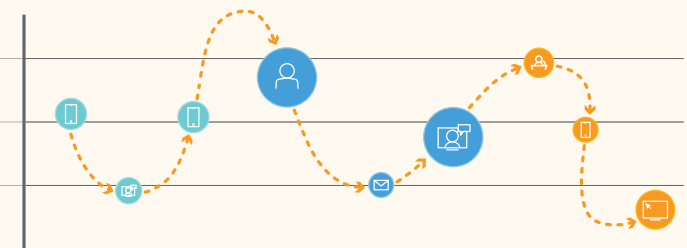
Bisherige Erfahrung

Umfang der Interaktionen von Pharmaunternehmen



Die Chance

Intelligentes vertriebswegübergreifendes Engagement



1. Quelle: Veeva Internal – Durchschnittliche Kommunikation mit den wichtigsten Onkologen in den USA

TIPP 5:

Verbessern. Verfeinern. Wiederholen.

Nutzen Sie Echtzeitdaten, um fundierte Entscheidungen zu treffen. Ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitern, Maßnahmen zu ergreifen und intelligentere Strategien zur Förderung des Engagements mithilfe von relevanten und zeitnahen Kundeneinblicken direkt in ihrem CRM zu erstellen.

Verwenden Sie Daten zur Analyse, Verfeinerung und Verbesserung Ihrer Interaktionsstrategien und Ihrer Werbebotschaften. Erfahren Sie, was großen Anklang findet, und schaffen Sie attraktivere Wege für Ihre Kunden.

Bringen Sie alle Informationen an einem Ort zusammen. Stellen Sie Ihre Kunden in den Mittelpunkt und personalisieren Sie ihre Erfahrungen, während Sie gleichzeitig die Planung, Zusammenarbeit und Ausführung der Teams verbessern.

Erstellen Sie Dashboards, die Ihrem Vertriebsteam helfen, den aktuellen Status des Kunden einzusehen, Verkaufstrends zu folgen oder zu beobachten, wie einflussreich die KOLs in ihren Gebieten sind.

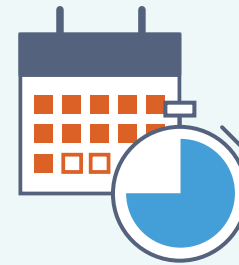
Ihre Werbung findet Anklang



Konzentrieren
Sie sich auf Ihre
wichtigsten Ziele



Erfahren Sie welche
Botschaften sich
tatsächlich durchsetzen



Bevorstehende
Kommunikationen
planen

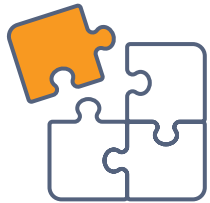
TIPP 6:

Wählen Sie einen Partner mit gemeinsamen Werten

Gehen Sie Partnerschaften mit Organisationen ein, die nicht nur großartige Lösungen anbieten, sondern auch in die Förderung einer Gemeinschaft investieren, die Sie zum Lernen, Teilen und Wachsen ermutigt. Der Zugang zu Supportportalen, Dienstleistungen, Veranstaltungen und Schulungen hilft Ihnen, das Beste aus Ihren neuen Lösungen herauszuholen.

→ Ein strategischer Partner ist eine Erweiterung Ihres Teams.

Finden Sie eine Organisation, die sich für Ihren Erfolg einsetzt und die Ihnen bei den folgenden Aufgaben helfen wird:



Aufbau und Entwicklung sachkundiger und leistungsfähiger Verkaufsteams



Beschleunigung des gesamten Ablaufs



Verwirklichung Ihrer Betriebsziele

“ Die Bedürfnisse unserer Kunden zu verstehen und die Bereitstellung der richtigen Informationen zur richtigen Zeit über den richtigen Vertriebsweg ist die Grundlage unserer Geschäftsstrategie. Wir sind dabei auf eine einheitliche globale CRM-Lösung umzustellen. Hierfür haben wir uns für Veeva als unseren vertrauenswürdigen globalen Partner entschieden, um gemeinsam unsere Vision zu verwirklichen. ”

Chetak Buaria - Globaler Leiter für Commercial Excellence im Bereich Gesundheitswesen der Merck KGaA, Darmstadt, Germany

Merck KGaA, Darmstadt, Germany setzt weltweit Veeva CRM ein, um den Vertrieb über alle Vertriebswege verbessern zu können. [Erfahren Sie mehr >](#)



Erfahren Sie mehr

Qualitativ hochwertige Kundendaten, die vollständig in eine fortschrittliche und bewährte CRM-Plattform integriert sind, helfen Ihnen dabei, die Vertriebsproduktivität, das Engagement Ihrer Interessenspartner und Kunden zu steigern und besser informierte Geschäftsentscheidungen zu treffen. Es handelt sich um eine wichtige Voraussetzung für einen erfolgreichen digitalen Wandel und intelligentes Engagement.



Kommen Sie mit uns ins Gespräch

Finden Sie heraus, wie wir Ihnen dabei helfen können, Ihre Organisation digital umzuwandeln und Ihre Vertriebsteams zu stärken.

Erfahren Sie mehr unter

veeva.com/eu

+34 931 870 200