



Veeva

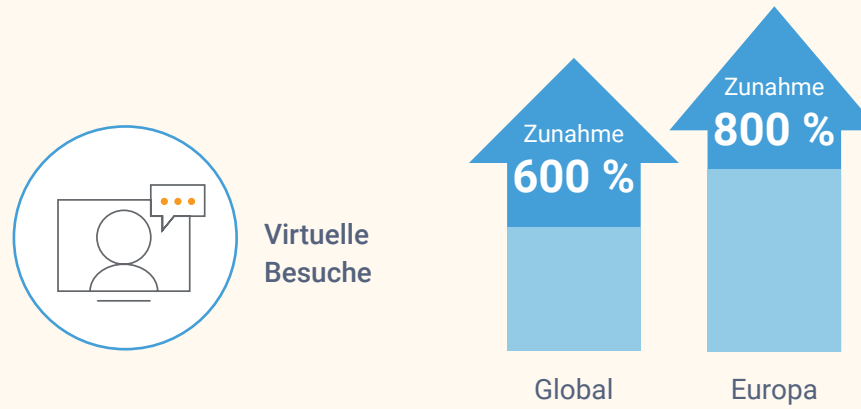
Vier Erfolgsfaktoren für ein
datengesteuertes Unternehmen

EINFÜHRUNG:

Der digitale Wandel ist in vollem Gange

Im Jahr 2020 hat die virtuelle Kommunikation zwischen Außendienstmitarbeitern und Gesundheitspersonal sprunghaft zugenommen. Weltweit hat sich die Anzahl der Veeva CRM Engage Meetings von Januar bis Dezember versechsfacht, während in Europa die Zahl um das Achtfache gestiegen ist.¹ Im November wurden in Europa rund 115.000 Remote-Meetings durchgeführt.

Beschleunigter Übergang zur digitalen Technologie



Vergleich Januar 2020 bis Dezember 2020

Dieser Trend zeigt, dass Life Sciences-Unternehmen trotz der COVID-19-Pandemie Technologielösungen zur Verfügung stehen, mit denen sie ihre geschäftskritischen Aufgaben durchführen und Gesundheitspersonal mit den erforderlichen Geräten und Medikamenten unterstützen können. Der digitale Wandel nimmt infolge der Einschränkungen, die zur Bekämpfung der Pandemie in Kraft gesetzt wurden, an Geschwindigkeit zu.

Zur Unterstützung dieses digitalen Wandels und der sich ändernden Methoden des Informationsaustauschs mit Gesundheitspersonal ist es wichtiger als jemals zuvor, aktuelle Kundenstammdaten zur Verfügung zu haben. Dies gilt insbesondere, da virtuelle Kontakte zur Norm werden.

¹. Quelle: 2021 Veeva Pulse Report

Die Kosten schlechter Daten

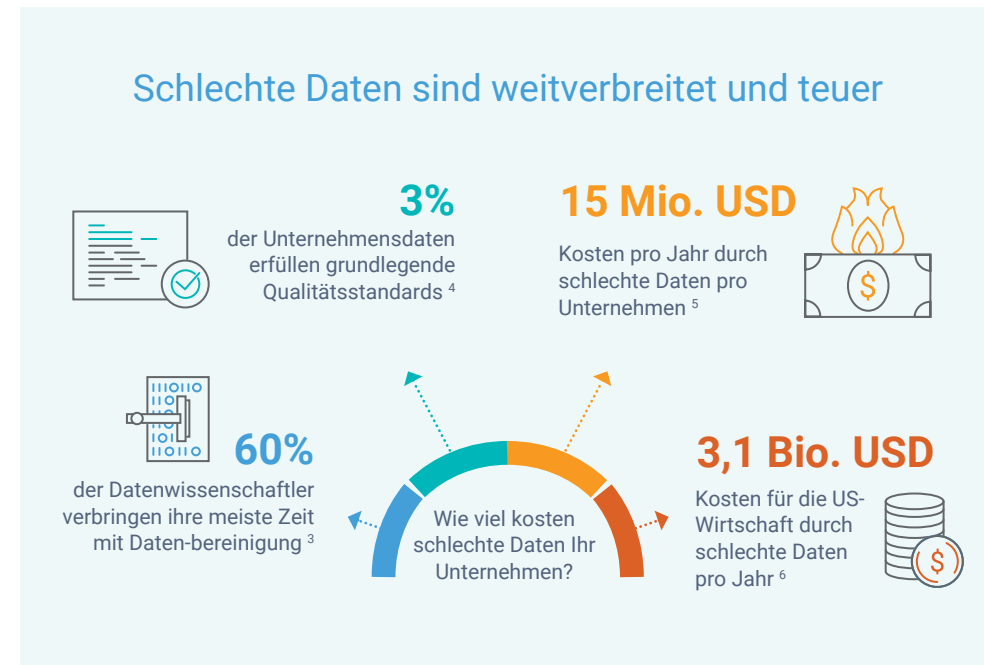
Außendienstmitarbeiter müssen in Echtzeit mit den korrekten Daten versorgt werden, um einen umfassenden Überblick über einen Gesundheitsdienstleister und das Gesamtengagement zu haben. Das Problem mit Daten ist jedoch leider, dass sich Gesundheitsdienstleister-Daten ständig ändern. Es ist ausgesprochen schwierig, den Überblick über die Zusammenarbeit und Standorte von Gesundheitsdienstleistern zu behalten, insbesondere angesichts des durch die aktuelle Krise bedingten Chaos. Eine fehlerhafte und verspätete Aktualisierung der Daten kann erhebliche Auswirkungen auf die Geschäftskosten haben und sich in der Bilanz niederschlagen.

Leider ist zu beobachten, dass häufig etwa 20 % der von Unternehmen selbst verwalteten Daten ungenau sind. Nur eine kleine Minderheit (7 %) der Befragten, ist derzeit wirklich zufrieden mit den Möglichkeiten, die ihnen mit den Kundenstammdaten ihres Unternehmens bereitstehen, um genaue Analyseberichte zu erstellen. Dies lässt offensichtlich viel Raum für Verbesserungen in diesem Bereich². Unternehmen, die sich nicht auf die Korrektheit ihrer Daten verlassen können, verlieren ggf. unnötigerweise erhebliche Beträge.

Eine datengesteuerte Unternehmenskultur ist für Innovationen unerlässlich, aber die Wirtschaft sieht sich auf dem Weg dorthin noch klaren Herausforderungen gegenüber. Anstatt einfach nur zu überleben, muss die Life Sciences-Branche proaktiv agieren. Unternehmen, die derzeit keine datengesteuerte Unternehmenskultur pflegen, sollten in den Aufbau einer solchen investieren. Und hierzu benötigen sie die richtigen Voraussetzungen.

„Daten sind die Grundlage des digitalen Wandels. Die Branche braucht 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.



2. Quelle: Veeva 2020 European Customer Reference Data Survey

3. Quelle: CrowdFlower

4. Quelle: Harvard Business Review

5. Quelle: Gartner

6. Quelle: IBM

ERFOLGSFAKTOR 1:

Daten müssen von Datenexperten gemanaged werden

Für einen erfolgreichen digitalen Wandel brauchen Life Sciences-Unternehmen Führungskräfte, die den Wert und die Dringlichkeit eines Wechsels zu einem datengesteuerten Geschäftsmodell erkennen. Außerdem müssen sie die Dateneigentümer und -experten stärken, die verstehen, wie geschäftsrelevante Erkenntnisse aus Daten gewonnen werden können, und sich auf den Aufbau einer datengesteuerten Unternehmenskultur fokussieren.

Fachkompetenz ist eine Schlüsselkomponente bei der Besetzung eines Datenteams. Die Fähigkeit, Daten einzugeben und Berichte zu erstellen, reicht nicht aus, um einen Mehrwert zu erzielen. Personen, die die Daten verstehen, können sie auswerten und nutzen, um strategische Entscheidungen für das Unternehmen zu treffen. Ein gutes Beispiel ist die Entscheidung, ob neue Märkte verfolgt werden sollen oder ob andere Trends vorliegen, die beachtet werden müssen.

Neben Datenwissenschaftlern, die in der Lage sind, Zahlen zu berechnen und zu interpretieren, sollte auch noch anderes Expertenwissen einbezogen werden. Compliance-Experten, Ethik-Fachleute und IT-Experten spielen eine wichtige Rolle in einem Datenteam.

Außerdem ist es unerlässlich, dem Team das Management der Daten anzuvertrauen und eine Teamleitung zu benennen. Mit dem Management geht die Verantwortung für die Qualität, die Genauigkeit und den Wert der Daten einher. Die Teamleitung muss berechtigt sein, Ressourcen anzufordern und zuzuweisen, um die Perspektive und die Abläufe innerhalb des Teams zu steuern. Wenn all diese Komponenten eingerichtet wurden, ist das Datenteam besser in der Lage, eine Datengrundlage zu erstellen und eine datengesteuerte Unternehmenskultur zu entwickeln.

Unternehmensanwender sollten Unternehmensdaten managen

Unternehmen müssen mithilfe ihrer IT-Abteilungen eine Datenkultur entwickeln. Eines der 20 führenden Pharmaunternehmen hat erkannt, dass das Geschäftsteam und nicht die IT-Abteilung, besser in der Lage waren die Daten zu analysieren und deren Auswirkungen auf datengesteuerte Entscheidungen zu bewerten. Die historische Vorgehensweise der IT-Abteilungen bestand darin, die entsprechenden Datenwege einzurichten. Sie waren jedoch nicht darin geschult, die Auswirkungen der Daten auf das Unternehmen zu berücksichtigen.

Unternehmenslenker waren somit auch nicht in der Lage, die Verwaltung des Dateneigentums weg von den IT-Abteilungen hin zu einem separaten Geschäftsteam zu verlagern, das sich weniger um die Datenwege als um die Geschäftsauswirkungen kümmert.



ERFOLGSFAKTOR 2:

Datengesteuerte Entscheidungsprozesse

Für Unternehmen, die in der Vergangenheit über keine datengesteuerte Unternehmenskultur verfügten, kann die Erkenntnis, dass die vorhandene Mitarbeitererfahrung für die strategische Entscheidungsfindung nicht mehr ausreichend ist, herausfordernd sein. Für die Änderung von Abläufen können die Unterstützung der Geschäftsleitung und die Zustimmung von Führungskräften innerhalb des gesamten Unternehmens nötig sein. Möglicherweise müssen auch Schulungen durchgeführt werden, damit Führungskräfte und Mitarbeiter lernen, wie sie sich auf Meetings vorbereiten müssen und was erforderlich ist, um Entscheidungen herbeizuführen.

Formulieren Sie die Botschaft einfach: Das „Bauchgefühl“ ist als Argument nicht mehr ausreichend, wenn es nicht durch relevante Daten gestützt wird. Richten Sie einen Prozess ein, der die Verwendung von Daten für die Entscheidungsfindung stärkt. Und verfolgen Sie, wie Daten, die zu einer Entscheidung geführt haben, sich entwickeln – denn manchmal können auch Daten in die Irre führen. Es ist wichtig, zu lernen, Schwachpunkte zu erkennen und Zusatzinformationen anzufordern.



ERFOLGSFAKTOR 3:

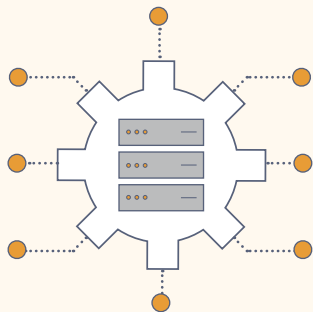
Aufbau einer Dateninfrastruktur

Egal, ob ein Unternehmen plant, die eigene Dateninfrastruktur aufzubauen oder diese an einen strategischen Partner auszulagern, die aktuellen Anforderungen sollte, mit genügend Flexibilität erfüllt werden, um sich an die ändernden Bedürfnisse anpassen zu können.

Ein weiterer Aspekt ist die Datenaggregation. Es gibt zahlreiche Kanäle und Arten von Daten, und bei manchen von ihnen dauert eine Aktualisierung länger als bei anderen. Die große Mehrzahl der Umfrageteilnehmer (76 %) ⁷ gab an, dass ihre Unternehmen Schwierigkeiten haben, ihre Daten effektiv zu aggregieren. Bei einigen Laborergebnissen, elektronischen Patientenakten oder Geolokalisierungsdaten kann es bis zu 3 Monate dauern, bis sie in vollem Umfang verfügbar sind und hochgeladen werden können. Um diese Daten nutzen zu können, müssen Unternehmen die Datenaggregation und ihre Einpflegung in die relevanten Systeme beschleunigen.

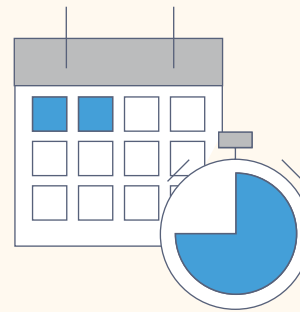
Natürlich sind Daten nutzlos, wenn die Personen, die sie benötigen, nicht auf sie zugreifen können. Die Integration von Kundendaten in alle Lösungen versetzt Ihre Außendienstmitarbeiter in die Lage, sie effektiv zu verwenden. Sie sollten außerdem die Daten aller Anbieter in allen Systemen und für alle Zwecke heranziehen können.

Sollte der Aufbau der erforderlichen Infrastruktur letztlich einen zu großen Aufwand für Sie darstellen, sollten Sie die Arbeit mit einem Datenpartner in Betracht ziehen. Der Vorteil einer Partnerschaft besteht darin, dass die gewünschten Vorteile schneller und möglicherweise zu niedrigeren Kosten genutzt werden können, als wenn Sie alles von Grund auf neu erstellen müssen. Bei der Zusammenarbeit mit einem Partner sollten Sie eine universelle Drittanbietervereinbarung anstreben, die keinerlei Einschränkungen dazu beinhaltet, wie Sie die Daten verwenden müssen oder können. In Kombination mit einer effektiven Integrationsstrategie erhalten Sie so jederzeit und überall Zugriff auf alle erforderlichen Daten und Komponenten.



76 %

geben an, dass ihre Unternehmen Schwierigkeiten haben, ihre Daten effektiv zu aggregieren



Bei manchen Laborergebnissen, elektronischen Patientenakten oder Geolokalisierungsdaten gibt es Verzögerungen von bis zu

3 Monaten

Veeva 2020 European Customer Reference Data Survey (Bericht von 2020 zur Umfrage zu Kundenreferenzdaten)

7. Quelle: Veeva 2020 European Customer Reference Data Survey (Bericht von 2020 zur Umfrage zu Kundenreferenzdaten)

ERFOLGSFAKTOR 4:

Machen Sie es dem Vertriebsteam einfach

Für Vertriebsteams ist es frustrierend Besuche an falsch qualifizierte oder inexistente Gesundheitsdienstleister durchzuführen oder lange auf Dateänderungsanträge zu warten. Eine effiziente Data Governance-Strategie, die Änderungsanträge schnell bearbeitet und Datenaktualisierungen umgehend verifiziert, stärkt Produktivität und Zufriedenheit der Vertriebsmitarbeiter. Die Gewährleistung qualitativ hochwertiger Daten steigert den Prozentsatz von noch am selben Tag abgeschlossenen Besuchen und verbessert den Erkenntnisgewinn aus der Praxis vor Ort.

Die Integration ist ein entscheidender Aspekt, wenn es darum geht, dem Vertriebsteam die Daten bereitzustellen. Auch andere nachfolgende Konfigurationen können die Zugriffsmöglichkeiten auf verwertbare Daten beeinflussen. Die Begrenzung bestimmter Daten auf Regionen sowie die Geschwindigkeit der Bearbeitung der Datenänderungsanträge können, zum Beispiel, erhebliche Auswirkungen auf die Effizienz haben. Wenn Ihre Lösungen nicht integriert sind und zu unterschiedlichen Zeiten aktualisiert werden, kommt es zu Verwirrung und verschwendeter Mühe aufgrund von Diskrepanzen. Neben der Fähigkeit, Lösungen auf einem hohen Niveau bereitzustellen, muss das Unternehmen die spezifischen konfigurationsanforderungen seiner Vertriebsteams berücksichtigen, um ihre Leistungen zu unterstützen und nicht einzuschränken.

ANWENDUNGSFALL

Alexion

„ Wir mussten sehr viele Herausforderungen bewältigen. Die erste war die mangelnde Qualität der Daten über Gesundheitsdienstleister und Gesundheitspersonal. Dies machte unsere Vertriebsmitarbeiter weniger effizient und führte zu Frustration mit erheblichen Auswirkungen.

Zweitens dauerte die Datenverifizierung zur Verarbeitung der Datenaktualisierungsanforderungen unserer Vertriebsteams unendlich lange, manchmal mehr als eine Woche. Dies trug natürlich nicht zum Vertrauen in die Daten bei, sondern förderte Zweifel an der Qualität unserer Daten und an unserer Governance.

Drittens gab es keine globale Suche. Die Art und Weise, wie unsere Systeme konzipiert und konfiguriert waren, erlaubte unseren Außendienstmitarbeitern nicht, nach Ärzten außerhalb ihres Landes zu suchen. Wir organisierten bei Alexion viele grenzübergreifende Veranstaltungen, sodass unsere Vertriebs- und Außendienstmitarbeiter das richtige Gesundheitspersonal in der Datenbank finden konnten, selbst wenn sie sich nicht in ihrem Gebiet befanden.

Und schließlich waren die verschiedenen Systeme, die Daten über Gesundheitsdienstleister und Gesundheitspersonal nutzten, nicht synchronisiert, sodass wir in unterschiedlichen Systemen mit inkonsistenten Daten arbeiten mussten, was zu einem erhöhten Risiko von Compliance Problemen führte. “

Luigi Fassari, Associate Director of IT, International Sales Operations at Alexion Pharmaceuticals

Ein vertrauenswürdiger Datenmanagement-Partner

Kundenstammdaten sind keine Ware, sondern ein globaler strategischer Aktivposten und die Grundlage für einen innovativen digitalen Wandel und die Einführung von Technologien künstlicher Intelligenz (KI). Die Einrichtung technologischer Systeme zum Erstellen und Verwalten dieser Daten ist keine triviale Aufgabe.

Anstatt das entsprechende Fachwissen und eine Datenbank selbst aufzubauen, wenden sich viele Unternehmen an Drittanbieter, die solche Lösungen bereitstellen. Sie bieten Qualitätsgarantien und zeitnahe Antworten auf Datenänderungsanträge und unterstützen außerdem Integrationstechnologien sowie Drittanbietervereinbarungen, die den freien Zugriff auf Daten für alle Zwecke des Kunden erlauben. Sie bauen im Auftrag von Life Sciences-Kunden Fachwissen auf und nehmen Unternehmen somit eine arbeitsaufwendige Aufgabe ab.

Es muss hierbei überlegt werden, welche Fähigkeiten das Unternehmen braucht, wie etwa die Fähigkeit, Innovationen schnell voranzutreiben oder in der Zukunft KI-Lösungen einzusetzen. Davon ausgehend muss dann rückwärts gearbeitet werden, um zu bestimmen, welche Technologien verfügbar sind, um diese Ziele zu erreichen.

„ Durch den Wechsel zu Veeva OpenData und Veeva Network konnten wir eine große Qualitätsverbesserung bei den Daten von Gesundheitspersonal und Gesundheitsdienstleistern beobachten. Die Zufriedenheit unserer Vertriebs- und Außendienstmitarbeiter hat sich verbessert. Wir konnten die Datenänderungsanträge-Bearbeitungszeiten um 52 % reduzieren. Zuvor dauerte es eine Woche, um die Datenänderungs-Bestätigung zu erhalten. Nun mit Veeva werden die meisten innerhalb eines Tages bearbeitet, was ziemlich beeindruckend ist. Wir haben daher viel mehr Vertrauen, Transparenz und weniger manuelle Prozesse. “

Luigi Fassari, Alexion

FALLSTUDIE

Überblick über den Geschäftswert von Veeva OpenData

				Jährliche Einsparungen	
				EU	Weltweit
 Pharma weltweit Top 20 Anz. Außendienstmitarbeiter weltweit 8000 Anz. Besuche pro Monat / Außendienstmitarbeiter 100	Weniger schlechte	10 % verbesserte Datenqualität		3 Mio. USD	8 Mio. USD
	Weniger Datenänderungsanträge	75 % weniger FTE-Zeit zur Bearbeitung von Datenänderungsanträgen		1 Mio. USD	1,5 Mio. USD
	Zunahme von Besuchen	1 % höhere Produktivität bei Suche und Download		12 Mio. USD	17 Mio. USD
				16 Mio. USD	26,5 Mio. USD

Weitere Informationen über Veeva OpenData und wie es die Effektivität Ihres Vertriebsteams steigern kann, finden Sie auf www.veeva.com/eu/opendata