



# SAS® for Physician Targeting

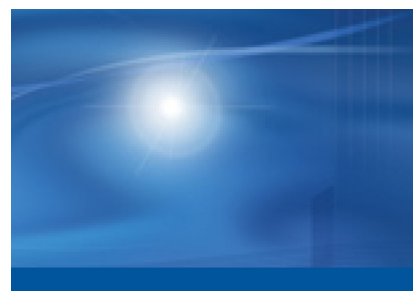
## Wprowadzenie

Od kilku dekad przemysł farmaceutyczny osiągał niczym niezagrożone dwucyfrowe tempo wzrostu. Jednak nieuchronnie zbliża się czas wygaśnięcia patentów na leki, które zapewniały dotąd tak dynamiczny rozwój. Wielomilionowe przychody mogą zniknąć dosłownie z dnia na dzień. Koniec ery wielkich „hitów rynkowych” sprawi, że firmy będą musiały stawić czoła nowym wyzwaniom w zakresie zwiększenia przychodów oraz zapewnienia bardziej wyspecjalizowanego portfolio produktów. Działania te będą wymagały zdecydowanej zmiany w zakresie organizacji procesu sprzedaży.

Kwestie te w połączeniu z malejącą efektywnością przedstawicieli handlowych, powodują, że koncerny farmaceutyczne dążą do zmiany metody wyboru docelowej grupy lekarzy. Po pokonaniu nielicznych wyzwań dotyczących strategii sprzedaży, bazujących głównie na uzyskaniu nieograniczonego dostępu do lekarzy wystawiających recepty, przemysł poszukiwaniu nowych sposobów redukcji kosztów i bardziej precyzyjnym definiowaniu grup docelowych.

Wykorzystując rozwiązanie SAS® for Physician Targeting koncerny farmaceutyczne mogą mieć pewność, że każda rozmowa z klientem przyniesie konkretne korzyści biznesowe.

SAS® for Physician Targeting pozwala na implementację ciągłego, iteracyjnego modelu uczonego w ramach organizacji, który pozwoli wytypować właściwą grupę docelową lekarzy dla konkretnej strategii sprzedaży.



## Wyzwania

- Założenie, że przyszłe schematy wystawiania recept będą oparte na dotychczasowych trendach.
- Brak informacji, czy wyselekcjonowani lekarze, do których kierowana jest większość działań marketingowych, rzeczywiście stanowią najbardziej dochodową grupę docelową.
- Niepewność, czy zdobyta lista lekarzy zawiera osoby o najwyższym potencjale rozwoju sprzedaży.
- Trudności w uzyskaniu przewagi konkurencyjnej - każda z firm konkurencyjnych kieruje swoje działania marketingowe do tej samej grupy lekarzy.
- Limitowany zakres analizy



# Przetworzenie danych sprzedażowych w kompletną wiedzę umożliwiającą podejmowanie właściwych decyzji biznesowych

## Wewnętrzna realizacja analiz – nowy kierunek rozwoju

Panujące obecnie w przemyśle trendy zakładają realizację wielu funkcji, głównie sprzedażowych i marketingowych, wewnątrz firmy, zamiast zlecania ich zewnętrznym usługodawcom.

Przez wiele lat koncerny farmaceutyczne płaciły zewnętrznym konsultantom wysokie honoraria, aby analizowali recepty, profile lekarzy i pacjentów, a także dane uzyskane z systemów CRM i dane sprzedażowe, które ostatecznie pozwalały na utworzenie listy docelowych lekarzy.

Obecnie koncerny farmaceutyczne zaczynają doceniać możliwość dokonania wyboru grupy docelowej za pomocą własnych zasobów. W przeprowadzeniu tego procesu oprogramowanie SAS® for Physician Targeting okazuje się być użyteczne z wielu powodów:

- Redukuje koszty
- Skraca czas wdrożenia zmodyfikowanej strategii
- Zapewnia przewagę konkurencyjną
- Tworzy unikalny majątek firmy – indywidualną strategię wyboru grupy docelowej.

## Dlaczego SAS?

SAS Institute w oparciu o własne oprogramowanie i usługi dostarcza innowacyjne narzędzia umożliwiające precyzyjną identyfikację właściwych grup docelowych. Rozwiązanie SAS umożliwia wydobycie, uporządkowanie i analizę danych sprzedażowych, danych z systemów CRM i innych dodatkowych informacji o kliencie oraz przetworzenie ich w kompletną wiedzę umożliwiającą podejmowanie właściwych decyzji.

### Zyskaj pełny dostęp do danych

Oprogramowanie SAS® for Physician Targeting pozwala na zintegrowanie różnorodnych danych dotyczących recept, lekarzy, pacjentów pochodzących z systemów CRM oraz innych źródeł, które mogą okazać się istotne podczas tworzenia przyszłej strategii.

### Wyznacz precyzyjnie grupę docelową

Dostępne w rozwiązaniu SAS różnorodne techniki modelowania predykcyjnego dają szerokie możliwości w zakresie wieloaspektowego wyboru docelowych grup lekarzy. Dzięki temu można:

- Identyfikować „najcenniejszych” lekarzy. W oparciu o informacje, jakie czynniki wpłynęły na to, że lekarz przepisał dany lek w przeszłości, można prognozować, którzy lekarze będą najbardziej aktywni w przyszłości.
- Docierać do lekarzy, którzy generują najwyższe dochody i przynoszą największą wartość w perspektywie długookresowej.

- Identyfikować lekarzy, którzy będą najbardziej lojalni względem dostawcy.
- Określać efektywność obecnej strategii docierania do lekarzy, a także monitorować oraz mierzyć odpowiedź grup docelowych na konkretne akcje promocyjne.

### Wizualizacja wyników

Oprogramowanie SAS ułatwia dostęp do danych w dowolnym formacie w każdej chwili i miejscu.

## Kluczowe korzyści

### Lepsza ocena potencjału lekarzy, implementacja najefektywniejszej strategii w zakresie wyboru grupy docelowej

Wyszukiwanie lekarzy, którzy w przeszłości wypisywali leki o dużej wartości, okazało się strategią nieefektywną. Coraz więcej firm korzysta z modeli prognostycznych, aby zróżnicować swoje strategie. Dotychczasowe doświadczenia wskazują na wyższą efektywność takiego podejścia w porównaniu ze strategią docierania jedynie do kilku procent lekarzy przepisujących najwięcej leków. Dlatego obecnie wyłania się najlepszych nawet spośród grup uważanych za mniej efektywne.

### Zwiększona rentowność wizyt lekarskich

Rozwiązanie SAS® for Physician Targeting pozwala przewidywać i szacować skłonność lekarza do przepisania konkretnego leku, jak również jego rentowność, wartość w perspektywie długookresowej oraz lojalność wobec

marki. Możliwości testowania, nauki oraz wielokrotnego modyfikowania ułatwiają wybór optymalnej grupy docelowej.

### **Korzyści płynące z wielopoziomowego dostępu do danych**

W ostatnim czasie obserwuje się wzmożone zapotrzebowanie na narzędzia ułatwiające wybór docelowych grup lekarzy. Przyczyną takiego stanu jest fakt, że coraz więcej państw decyduje się na wprowadzanie ustaw zabraniających przedstawicielom handlowym poznawania schematów wystawiania recept. Ponadto nie mogą oni zabiegać o dane, które pozwolą na bezpośrednią identyfikację lekarza. Oprogramowanie SAS umożliwia przeszukiwanie zaszyfrowanych kodów pocztowych i innych informacji (np. dotyczących wizyt), co z kolei pozwala na zidentyfikowanie lekarzy odpowiedzialnych za wystawianie recept w odpowiednich segmentach.

### **Długookresowa przewaga nad konkurentami**

Obecne stosowane metody identyfikowania grup docelowych powodują, że wyselekcjonowana grupa lekarzy jest oblegana przez przedstawicieli konkurencyjnych firm farmaceutycznych. Wybór grupy docelowej wsparty różnorodnymi metodami predykcji realizowany wewnątrz firmy gwarantuje, że lista docelowych lekarzy pozostanie prywatną własnością intelektualną danego koncernu.

### **Znaczące oszczędności przy krótszym okresie zwrotu z inwestycji**

Tworzenie własnego modelu wewnątrz firmy umożliwia rezygnację z zewnętrznych usług konsultingowych, co przekłada się na znaczące oszczędności oraz skrócenie okresu zwrotu z inwestycji. W rezultacie przedsiębiorstwo będzie zdolne wdrażać nowe plany sprzedaży znacznie szybciej, niż konkurenci.

### **Potrzeba szkoleń lub innych usług?**

Wdrożenie rozwiązania SAS® for Physician Targeting jest kluczowym przedsięwzięciem, które bezpośrednio wpłynie zarówno na pracowników, jak i na procedury oraz technologie wewnątrz firmy. Aby usprawnić proces wdrażania i pomóc firmom osiągnąć jak najlepsze rezultaty, SAS stworzył światową sieć Centrów Badawczo-Rozwojowych. Doświadczeni doradcy będą wspierać klientów w instalacji oprogramowania, przygotowaniu oraz załadowaniu danych, a także dostosują opcje aplikacji do indywidualnych potrzeb klienta. SAS oferuje również szeroki wybór środków, które pomogą w zapoznaniu się ze wszystkich możliwościami programu – od szkoleń, aż po pomoc techniczną i wiele innych.

### **Wersja OnDemand**

Jest zrozumiałe, że nie wszystkie koncerny farmaceutyczne są zainteresowane inwestowaniem i rozwojem własnego rozwiązania służącego do identyfikowania docelowych grup

lekarzy. Dla klientów, którzy chcą skorzystać z wersji hostowej, firma SAS przygotowała specjalną ofertę – rozwiązanie SAS® for Physician Targeting w wersji OnDemand. Umożliwia ona klientom dostęp do pełnej gamy funkcjonalności rozwiązania bez potrzeby instalacji programu bezpośrednio na komputerze klienta. Stworzona przez najlepszych ekspertów aplikacja oparta jest na skalowalnej infrastrukturze, która może być dostosowana do potrzeb programu. Dzięki niej możliwe jest jednoczesne korzystanie z programu przez wielu użytkowników.

SAS® OnDemand for Physician Targeting to rozwiązanie, które umożliwia realizację procesu identyfikacji grup docelowych w sposób powtarzalny, minimalizuje ryzyko, zapewnia krótki czas implementacji i uzyskania pierwszych korzyści w stosunku do poniesionych nakładów. Jednocześnie SAS zapewnia wszechstronne wsparcie w zakresie rozwoju rozwiązania i jego wdrożenia. Zakres funkcjonalny rozwiązania SAS® OnDemand for Physician Targeting zaspokaja wszelkie potrzeby biznesowe przedsiębiorstwa w zakresie identyfikowania i wyboru grup docelowych lekarzy w celu zwiększenia sprzedaży poszczególnych produktów.



**SAS Institute Polska**  
ul. Gdańska 27/31  
01-633 Warszawa  
tel. +48 22 560 46 00 do 02  
fax. +48 22 560 46 04

[www.sas.com/poland](http://www.sas.com/poland)

SAS Institute Sp. z o.o. jest spółką zależną SAS Institute Inc., Cary Karolina Północna, USA. SAS i wszystkie inne nazwy produktów lub usług SAS Institute Inc. są zarejestrowanymi znakami handlowymi lub znakami handlowymi spółki SAS Institute Inc. w USA oraz w innych krajach. Znak ® wskazuje na rejestrację w USA. Inne nazwy firmowe lub nazwy produktów są zarejestrowanymi znakami handlowymi lub znakami handlowymi odpowiednich firm.