

Огляд компанії

Alpha, раніше відома як **Olainfarm**, – провідна фармацевтична компанія, представлена у 12 країнах. Заснована у 1965 році в Латвії, Alpha спеціалізується на виробництві високоякісних препаратів для лікування неврологічних захворювань, серцево-судинних порушень, бактеріальних інфекцій та вірусних хвороб. Компанія активно підтримує медичних спеціалістів і пацієнтів, пропонуючи освітні програми та інноваційні фармацевтичні рішення.

Завдання

Alpha потребувала **кросплатформної CRM-системи з інтегрованим CLM-модулем і централізованим управлінням даними** для аналізу та контролю процесів у 12 країнах. Основні вимоги до системи включали оптимізацію роботи медичних представників, підвищення ефективності взаємодії з лікарями та інтеграцію з наявними базами даних із дотриманням регуляторних норм.

Рішення

Proxima Cloud CRM була впроваджена як **комплексна екосистема**, адаптована до бізнес-завдань Alpha, що дозволило підвищити ефективність продажів та налагодити омніканальну взаємодію. Реалізовані рішення включали:



- **Proxima Cloud CRM** – CRM-система для управління роботою польової команди.
- **Axioma** – синдикативна база даних лікарів та медичних закладів для точного таргетингу.
- **Proxima OCM** – платформа для віддаленої комунікації з медичними спеціалістами.
- **GeoForce** – інструмент для управління територіями та оптимізації роботи медпредставників.
- **Proxima PAS** – рішення для стратегічного планування продажів та розподілу ресурсів.

Результати

Успішне впровадження **Proxima Cloud CRM + CLM + Axioma** дозволило Olpha підвищити ефективність роботи польової команди та покращити управління даними у 12 країнах. У результаті компанія продовжила цифрову трансформацію, впровадивши:

- **Proxima OCM** для ефективної взаємодії з лікарями через омніканальні канали.
- **GeoForce** для оптимізації управління територіями та підвищення продуктивності продажів.
- **Proxima PAS** для стратегічного планування та розподілу ресурсів.

Завдяки співпраці з **Proxima Research**, Olpha змогла суттєво покращити комерційну діяльність, підвищити рівень аналітики та створити стійку стратегію управління продажами у фармацевтичній галузі.

