



Уникальные
потребности CRM
в фармацевтической
отрасли



Содержание

| | |
|---|----|
| Введение | 3 |
| Роль CRM в современной фармацевтической отрасли | 6 |
| Почему стандартные решения не работают | 9 |
| Заключение: необходимость специализированной CRM для фармацевтики | 16 |



Введение: Проблемы CRM в фармацевтической отрасли

В современной фармацевтической сфере цифровая трансформация — это не просто модное слово, а жизненная необходимость. В центре этой эволюции находится система управления взаимоотношениями с клиентами (**CRM**), которая стала основой того, как фармацевтические компании взаимодействуют с медицинскими специалистами (**HCP**), управляют командами продаж и обеспечивают соблюдение нормативных требований.

Однако реальность, с которой сталкиваются многие руководители фармацевтических компаний, такова: стандартные **CRM-системы**, разработанные для широкого бизнес-применения, часто не решают уникальных задачи отрасли. Это приводит к неэффективным процессам, рискам несоответствия требованиям и упущенным возможностям в коммуникации с **HCP**.

Цифровая трансформация фармацевтики

Согласно недавнему исследованию McKinsey о приоритетах в области медицинских коммуникаций, более 70% медицинских специалистов сегодня предпочитают цифровое взаимодействие с фармацевтическими компаниями. Этот сдвиг, ускоренный глобальными событиями, сделал эффективное цифровое взаимодействие не просто вариантом, а необходимостью. Тем не менее, многие компании продолжают использовать **CRM**, которые не учитывают их специфических потребностей.

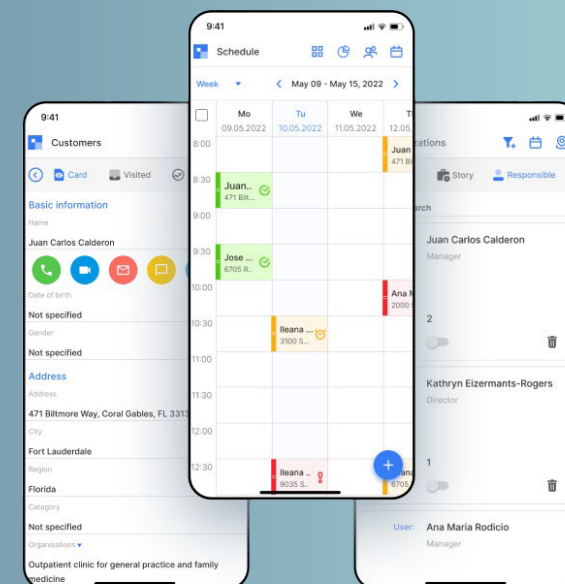
В этом руководстве рассматриваются уникальные требования, которые отличают фармацевтические **CRM** от систем других отраслей. Мы разберем, почему универсальные **CRM** не справляются, какова роль соответствия нормативам, почему омниканальные возможности становятся критически важными, а также какие требования предъявляются к масштабируемости и управлению полевыми командами.

Цифровая трансформация фармацевтики

Понимание этих аспектов — первый шаг к осознанному выбору **CRM**, которая поможет развивать ваш фармацевтический бизнес в условиях цифровой трансформации.

Роль CRM в современной фармацевтике

Надежная **система CRM** является основой цифровой трансформации. Она предназначена не только для управления данными клиентов, но и для того, чтобы:



повышать вовлеченность НСР:

предоставлять персонализированные, своевременные и релевантные коммуникации через различные каналы.

повышать эффективность продаж:

предоставлять аналитические инструменты, помогающие приоритезировать усилия и повышать результативность.

обеспечивать соответствие требованиям:

поддерживать строгие стандарты защиты данных и соблюдение законодательства.

Почему выбор правильной CRM критически важен

Правильно подобранная CRM может стать переломным моментом для вашего фармацевтического бизнеса. Она способна:



ПОВЫСИТЬ

производительность продаж до 30%



увеличить

удовлетворенность клиентов на 35%



СНИЗИТЬ

расходы на маркетинг на 25%

Однако неправильный выбор может привести к потере ресурсов, демотивации сотрудников и упущенным возможностям. Поэтому **этот гид по выбору оптимальной Pharma CRM** поможет вам разобраться в сложном мире **фармацевтических CRM** и принять решение, соответствующее вашим целям



В последующих разделах мы рассмотрим:

- ✓ уникальные потребности фармацевтических CRM
- ✓ контрольный список функций, на которые стоит обратить внимание
- ✓ сравнение ведущих решений
- ✓ типичные ошибки, которых следует избегать
- ✓ взгляд в будущее технологий **Pharma CRM**

После прочтения вы будете готовы сделать стратегический выбор, который приведет ваш бизнес к успеху.



Почему стандартные решения не работают

Фармацевтическая отрасль функционирует в уникальных условиях: высокие ставки, строгие регуляции и сложные взаимоотношения. **Это требует CRM**, созданной специально под задачи фармацевтического сектора.



Универсальные CRM vs. специализированные Pharma CRM

Хотя **универсальные CRM** предоставляют широкий набор функций, им часто не хватает специфических возможностей, необходимых фармацевтическим **компаниям**.

Вот сравнение:

| Аспект | Универсальная CRM | Фармацевтическая CRM (например, Proxima Cloud CRM) |
|--------------------------|---|--|
| Отраслевой фокус | Широкий, адаптируется к разным секторам | Разработана специально для фармацевтических нужд |
| Соответствие требованиям | Базовая защита данных | Встроенное соответствие фармацевтическим нормам (GDPR, HIPAA и др.) |
| Управление данными HCP | Общие контактные данные | Специализированные профили HCP, история назначений, карты влияния |
| Продажи | Общая воронка продаж | Фармацевтические циклы продаж, управление жизненным циклом препарата |
| Маркетинг | Общая автоматизация | Замкнутый цикл маркетинга, e-detailing, управление контентом |
| Аналитика | Общая бизнес-аналитика | Фарма-аналитика: KPI, эффективность территорий, поведение врачей |
| Интеграции | Ограниченные | Интеграция с отраслевыми базами (например, IQVIA OneKey) |

 **Попробуйте бесплатную версию Proxima Cloud CRM**

Важность соблюдения нормативных требований

В фармацевтической отрасли соответствие нормам — это не опция, а обязательное условие. Нарушение может привести к штрафам, репутационным потерям и судебным искам.

CRM для фармацевтики должна учитывать такие стандарты,



✓ **GDPR** — защита персональных данных граждан ЕС.;






✓ **HIPAA** — защита конфиденциальной медицинской информации в США.;

✓ **ISO 27001** — стандарты управления информационной безопасностью.

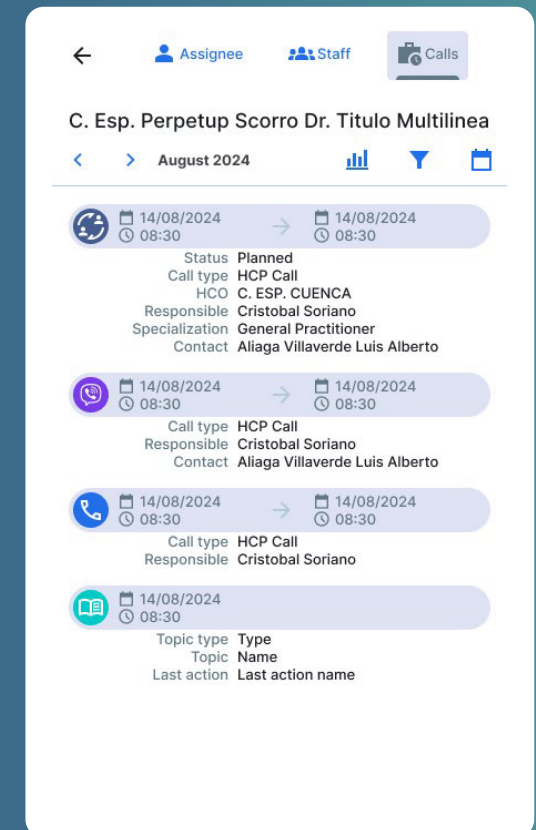
Proxima Cloud CRM создана с учетом этих норм и помогает компаниям оставаться в соответствии и без снижения эффективности.

Оmnиканальные возможности — обязательное требование современности

CRM должна объединять различные коммуникационные каналы, создавая единый пользовательский опыт:

-  **WhatsApp** — мгновенная и безопасная связь с НСР;
-  **Viber** — популярный мессенджер в отдельных регионах;
-  **Email** — официальный канал для деловой переписки;
-  **VoIP** — качественные звонки прямо из CRM
-  **CLM** — интерактивные цифровые презентации продуктов.

Proxima Cloud CRM обеспечивает интеграцию всех этих каналов, помогая компаниям взаимодействовать с НСР на их условиях и поддерживать единый голос бренда.



Масштабируемость: для локальных и глобальных команд

Фармацевтические компании часто работают одновременно на местных и международных рынках. **CRM** должна:

- ✓ поддерживать несколько языков и валют
- ✓ соответствовать региональным требованиям
- ✓ обеспечивать централизованное управление с локальным доступом
- ✓ масштабироваться от малых команд до глобальных структур

Proxima Cloud CRM построена на масштабируемой архитектуре, которая растет вместе с вашим бизнесом.

Управление полевыми командами: основа фармацевтических продаж

Для фармацевтических компаний эффективная полевых команда — ключевой элемент успеха. CRM должна обеспечивать:



планирование территорий — оптимизация маршрутов и контроль визитов.



планирование графика — Para una planificación eficiente de visitas a **HCPs** y eventos.



подготовку к визитам — доступ к актуальным данным и контенту

Proxima Cloud CRM предоставляет все необходимые инструменты для полевых сотрудников, чтобы они могли работать эффективно как в офисе, так и на выезде.

Учитывая эти уникальные потребности, **специализированная CRM-система для фармацевтической** отрасли может значительно повысить эффективность ваших продаж и маркетинговых усилий, обеспечить соответствие требованиям и, в конечном итоге, привести к лучшим бизнес-результатам.

В следующем разделе мы подробнее рассмотрим ключевые функции, на которые стоит обратить внимание при выборе фармацевтической **CRM-системы**, и представим подробный контрольный список, который поможет вам принять взвешенное решение.



Заключение: необходимость специализированной CRM для фармацевтики

Как мы увидели, уникальные вызовы фармацевтической отрасли требуют **специализированных решений**. Универсальные **CRM** не предназначены для работы в условиях строгого регулирования, омниканальных взаимодействий и глобальных структур.

Инвестиции в специализированную **фармацевтическую CRM** — это не просто новые функции, это стратегическое преимущество: снижение рисков, повышение эффективности, укрепление отношений с врачами и улучшение бизнес-результатов.



При выборе **CRM** стоит задать себе вопросы:

- ✓ есть ли встроенные инструменты соответствия фарм-ацевтическим?;
- ✓ поддерживает ли система омниканальные коммуникации?;
- ✓ способна ли она масштабироваться под рост компании?;
- ✓ обеспечивает ли эффективное управление полевыми командами?

Современная **CRM** для фармацевтики выходит за рамки управления контактами — она включает контроль соответствия, аналитику и управление образцами.

Proxima Cloud CRM интегрируется с ключевыми отраслевыми базами данных и устраняет необходимость в сложных обходных решениях.

Сделайте следующий шаг

Proxima Cloud CRM решает ключевые задачи фармацевтических продаж и маркетинга благодаря:

- ✓ отраслевым бизнес-процессам
- ✓ соответствию требованиям (GDPR, HIPAA, ISO 27001)
- ✓ омниканальной коммуникации
- ✓ интеграции с медицинскими базами данных
- ✓ интуитивно понятному интерфейсу

Убедитесь сами в эффективности. Свяжитесь с нами: connect@proximacloudcrm.com чтобы заказать персональную демонстрацию.

Ваш успех на фармацевтическом рынке будущего начинается с правильного решения **CRM** уже сегодня.

