

GSK es una de las principales compañías farmacéuticas internacionales de investigación, con sede en el Reino Unido.

Opera en áreas terapéuticas clave, incluidas enfermedades respiratorias, terapia antiviral, terapia antibacteriana, dermatología y vacunas.

Está presente en Ucrania desde 1994, con un portafolio que abarca una amplia gama de medicamentos.

Implementa enfoques modernos de gestión empresarial, mejora la eficiencia de los equipos de campo y amplía el acceso de los pacientes a medicamentos innovadores.

PRODUCTOS IMPLEMENTADOS



Proxima CRM
Cloud



Market Audit
SELL OUT



GeoForce



DESAFÍO DE NEGOCIO

GSK Ukraine buscaba una solución moderna para gestionar con mayor precisión los territorios, los equipos de campo y la analítica de mercado. Se requería una herramienta que permitiera integrar datos de Sell-Out y analizar ventas y el entorno competitivo a nivel de los territorios de los representantes médicos en todas las unidades de negocio de la compañía.

Una parte significativa de los procesos se basaba en el procesamiento manual de datos.



SOLUCIÓN

Desde 2019, GSK Ukraine implementó GeoForce como una plataforma estratégica para la gestión de territorios, la analítica de mercado y la mejora de la eficiencia de la fuerza de campo.

La principal ventaja de la solución fue la posibilidad de crear territorios personalizados con un alto nivel de detalle e integrar en ellos datos de Sell-Out para analizar ventas, evaluar el potencial de mercado y el entorno competitivo a nivel de territorios individuales de los representantes médicos.

Un valor adicional para GSK Ukraine fue la posibilidad de crear diferentes versiones de mapas y estructuras territoriales para áreas de producto y unidades de negocio específicas.

Para comparar diferentes modelos de división territorial, se utilizó la capacidad de GeoForce de mantener versiones históricas de territorios y estructuras de equipos.





RESULTADO

La implementación de GeoForce permitió a GSK Ukraine pasar a un enfoque data-driven flexible y transparente en la gestión de la fuerza de campo.

Los principales resultados incluyen:

transición de Excel y del procesamiento manual de datos a una plataforma centralizada de analítica territorial;

análisis de ventas y del entorno competitivo a nivel de microterritorios personalizados;

mayor transparencia en el trabajo de los equipos de campo;

mejora de la calidad de la planificación y balanceo de territorios;

fortalecimiento del control de KPI y de la eficiencia de los representantes médicos;

targeting más preciso y optimización de la cobertura de mercado;

soporte para territory re-alignment, reestructuraciones y lanzamientos de nuevos productos;

toma de decisiones gerenciales más rápida basada en datos de mercado.

Resultado especialmente importante: la posibilidad de visualizar el potencial de mercado, las ventas y el entorno competitivo a nivel de territorios individuales de los representantes médicos.

COBERTURA DEL EQUIPO

Hoy, GeoForce es utilizado **por todo el equipo de la fuerza de campo de GSK Ukraine**, incluidos cerca de **50 representantes médicos** y hasta **10 gerentes regionales**.

CONCLUSIÓN

La alianza con Proxima Research proporcionó a **GSK Ukraine** una plataforma estratégica para data-driven field force management.

GeoForce ayudó a la compañía a aumentar la transparencia de las operaciones de campo, obtener una analítica territorial más profunda, evaluar con mayor precisión el potencial de mercado y tomar decisiones comerciales fundamentadas con mayor rapidez en un entorno farmacéutico altamente competitivo.

El uso a largo plazo de GeoForce confirma el valor de la plataforma como una herramienta flexible para la gestión de territorios, la analítica de mercado y la mejora de la eficiencia de la fuerza de campo de GSK Ukraine.

