

A **GSK** é uma das principais empresas farmacêuticas internacionais de pesquisa, com sede no Reino Unido.

Atua em áreas terapêuticas-chave, incluindo doenças respiratórias, terapia antiviral, terapia antibacteriana, dermatologia e vacinas.

Está presente na Ucrânia desde 1994, com um portfólio que abrange uma ampla gama de medicamentos.

Implementa abordagens modernas de gestão de negócios, aumentando a eficiência das equipes de campo e ampliando o acesso dos pacientes a medicamentos inovadores.

PRODUTOS IMPLEMENTADOS



Proxima CRM



Market Audit
SELL OUT



GeoForce



DESAFIO DE NEGÓCIO

A **GSK Ukraine** buscava uma solução moderna para uma gestão mais precisa de territórios, equipes de campo e análises de mercado. Era necessária uma ferramenta que permitisse integrar dados de Sell-Out e analisar vendas e o ambiente competitivo no nível dos territórios dos representantes médicos, em todas as unidades de negócio da empresa.

Uma parte significativa dos processos baseava-se no processamento manual de dados.



SOLUÇÃO

Desde 2019, a **GSK Ukraine** implementou o **GeoForce** como plataforma estratégica para gestão de territórios, análises de mercado e aumento da eficiência da força de campo.

A **principal vantagem** da solução foi a possibilidade de criar territórios customizados com alto nível de detalhamento e integrar dados de Sell-Out a eles para analisar vendas, avaliar o potencial de mercado e o ambiente competitivo no nível dos territórios individuais dos representantes médicos.

Outro valor importante para a GSK Ukraine foi a possibilidade de criar diferentes versões de mapas e estruturas territoriais para áreas de produtos e unidades de negócio específicas.

Para comparar diferentes modelos de divisão territorial, foi utilizada a capacidade do GeoForce de manter versões históricas de territórios e estruturas de equipes.





RESULTADO

A implementação do GeoForce permitiu à GSK Ukraine migrar para uma abordagem data-driven flexível e transparente na gestão da força de campo.

Os principais resultados incluem:

- transição do Excel e do processamento manual de dados para uma plataforma centralizada de análise territorial;
- análise de vendas e do ambiente competitivo no nível de microterritórios customizados;
- aumento da transparência do trabalho das equipes de campo;
- melhoria da qualidade do planejamento e balanceamento de territórios;
- fortalecimento do controle de KPIs e da eficiência dos representantes médicos;
- targeting mais preciso e otimização da cobertura de mercado;
- suporte a territory re-alignment, reestruturações e lançamentos de novos produtos;
- tomada de decisões gerenciais mais rápida com base em dados de mercado.

Resultado especialmente importante: a possibilidade de visualizar o potencial de mercado, as vendas e o ambiente competitivo no nível dos territórios individuais dos representantes médicos.

COBERTURA DA EQUIPE

Hoje, o GeoForce é utilizado **por toda a equipe da força de campo da GSK Ukraine**, incluindo cerca de **50 representantes médicos** e até **10 gerentes regionais**.

CONCLUSÃO

A parceria com a Proxima Research forneceu à **GSK Ukraine** uma plataforma estratégica para data-driven field force management.

O GeoForce ajudou a empresa a aumentar a transparência das operações de campo, obter análises territoriais mais profundas, avaliar com maior precisão o potencial de mercado e tomar decisões comerciais fundamentadas com mais rapidez em um ambiente farmacêutico altamente competitivo.

O uso de longo prazo do GeoForce confirma o valor da plataforma como uma ferramenta flexível para gestão de territórios, análises de mercado e aumento da eficiência da força de campo da GSK Ukraine.

