



IA sob o capô do CRM pharma





Como o histórico de visitas, as tendências Rx, os dados do GeoForce e a frequência de contato ajudam representantes médicos pharma a decidir quem visitar, quando agir e como avançar o relacionamento com cada HCP

Um playbook prático para líderes pharma que querem entender como a **IA** pode transformar sinais de campo em decisões diárias mais claras.

A partir de registros de visitas e transcrições de visitas remotas até cobertura territorial, frequência de contato, tendências Rx e engajamento do HCP, este guia explica como o **Proxima Cloud CRM** pode ajudar equipes de campo a melhorar o planejamento de visitas, tornar as conversas com profissionais de saúde mais relevantes, fortalecer a disciplina de follow up e dar aos gestores uma visibilidade mais antecipada sobre a execução em campo.



Por que a IA no CRM pharma precisa começar pelas decisões de campo

As empresas farmacêuticas estão investindo em **IA**, plataformas de **CRM pharma** e analytics. As equipes de campo têm mais dados do que nunca. Mas, em muitas organizações, as decisões mais importantes ainda acontecem sob pressão: pela manhã antes da primeira visita, entre um compromisso e outro, ou logo depois de uma conversa com um profissional de saúde.

Quem o representante deve visitar primeiro? Qual HCP precisa de follow up hoje? Qual conta está mostrando sinais iniciais de risco? Qual oportunidade começa a ficar visível no território?

Essas perguntas definem a execução diária em campo. Elas também revelam um dos maiores desafios do **CRM pharma**: os dados estão disponíveis, mas a próxima ação nem sempre está clara.

Por que a IA no CRM pharma precisa começar pelas decisões de campo

A **IA** se torna valiosa quando ajuda a reduzir essa distância. Um representante médico pharma não precisa de outra tela cheia de informações desconectadas. Ele precisa de uma forma mais clara de entender o que mudou, o que importa agora e qual ação pode avançar o relacionamento com cada HCP.

Este playbook olha sob o capô do CRM pharma para explicar como a IA pode ajudar a transformar sinais de campo em decisões mais claras, mais rápidas e mais fáceis de executar.

A lacuna de decisão no CRM pharma

A maioria dos sistemas de **CRM** em pharma é boa para manter registros. Eles capturam visitas, armazenam atividades, organizam contatos e dão aos gestores uma visão do que aconteceu. Isso importa. Mas a execução em campo depende de algo mais difícil: ajudar o representante a decidir o que fazer depois, enquanto ainda há tempo para agir.

A lacuna aparece quando os dados do **CRM** estão disponíveis, mas a decisão continua dependendo principalmente de hábito, memória ou interpretação pessoal.

Um representante pode conhecer bem seu território. Pode entender os profissionais de saúde que visita. Pode ter uma forte intuição comercial. Mas nenhuma pessoa consegue processar manualmente, todos os dias e com a mesma velocidade e consistência, cada sinal relacionado a histórico de visitas, frequência de contato, tendências Rx, notas de visitas remotas, engajamento do HCP e cobertura geográfica.

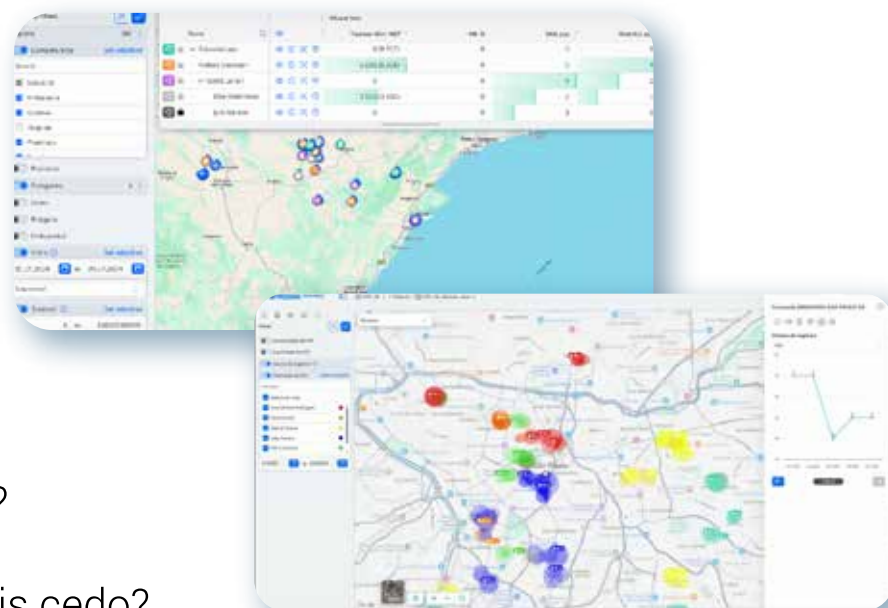


É aqui que a IA começa a criar valor prático

O objetivo é reduzir a distância entre um sinal e uma ação. A **IA** pode ajudar a organizar informações, detectar padrões e sugerir um próximo passo. O representante continua trazendo julgamento, contexto do relacionamento e capacidade de adaptar a conversa.

Para líderes pharma, isso muda o papel do **CRM**. A pergunta deixa de estar centrada apenas no controle de atividades e passa a se concentrar na qualidade das decisões. Um ambiente de **CRM pharma** mais forte ajuda a responder perguntas práticas de campo.

- ✓ O que mudou no território?
- ✓ Qual HCP precisa de atenção agora?
- ✓ O que o representante deve fazer em seguida?
- ✓ Por que essa ação importa?
- ✓ Como os gestores podem enxergar riscos mais cedo?



Quando o **CRM** começa a ajudar as equipes a responder essas perguntas, ele se torna mais do que um repositório de atividades. Torna-se uma camada prática para melhorar a execução em campo.

Do CRM como registro ao CRM como advisor

Durante anos, o **CRM pharma** foi tratado principalmente como o lugar onde a atividade de campo é armazenada. Um representante conclui uma visita, adiciona notas, atualiza a conta e segue para o próximo profissional de saúde. Essa informação se torna útil para gestores, relatórios e revisões de desempenho. Mas o representante muitas vezes recebe pouco suporte no momento exato em que precisa tomar a próxima decisão.

Esse é o verdadeiro desafio de maturidade.



Do CRM como registro ao CRM como advisor

Um **CRM pharma** pode conter uma grande quantidade de informações e ainda assim deixar a equipe de campo com trabalho demais de interpretação. Um dashboard pode mostrar frequência de visitas, cobertura territorial, níveis de atividade ou engajamento com campanhas. Esses sinais importam. Mas, se o representante ainda precisa abrir várias visualizações, conectar os pontos manualmente e decidir sozinho o que fazer depois, o **CRM** está informando o usuário, mas ainda não está guiando o fluxo de trabalho.

Uma forma prática de entender essa mudança é observar três níveis de maturidade do CRM:

NÍVEL 1: —

CRM como sistema de registro

Neste nível, o **CRM** responde a uma pergunta básica: o que aconteceu?

O sistema captura a atividade concluída. Registra visitas, notas, contatos e tarefas. Isso cria um histórico do relacionamento com os profissionais de saúde e dá à organização um registro formal da execução em campo.

O valor é claro: a empresa ganha visibilidade. A limitação também é clara: grande parte dessa visibilidade chega depois que a ação já aconteceu.

O representante pode terminar a semana com dados inseridos no CRM, mas durante a semana muitas decisões ainda são tomadas com base em memória, hábito ou experiência pessoal.

NÍVEL 2: —

CRM como sistema analítico

Neste nível, o **CRM** ajuda a responder: o que está acontecendo?

Dashboards e analytics tornam os padrões mais fáceis de enxergar. Gestores podem revisar cobertura, frequência, níveis de atividade e desempenho de campo. As equipes podem comparar territórios, identificar lacunas e entender onde a execução está avançando na direção correta.

Este é um passo importante. Mas ainda depende muito da interpretação humana. O sistema mostra a imagem. O usuário decide o que essa imagem significa. Para um gestor, isso pode ser possível durante uma reunião de planejamento. Para um representante entre visitas, pode ser lento demais.

O resultado é uma lacuna conhecida na execução de campo pharma: os dados existem, mas a próxima ação nem sempre está clara.

NÍVEL 3: —

CRM como advisor prescritivo

Neste nível, o **CRM** ajuda a responder: o que devemos fazer em seguida e por quê?

É aqui que a **IA** começa a criar um tipo de valor mais prático. Um **CRM prescritivo** pode utilizar sinais de campo como histórico de visitas, tendências Rx, dados do **GeoForce**, frequência de contato, transcrições de visitas remotas e engajamento do **HCP** para sugerir a próxima melhor ação.

Essa recomendação se torna valiosa quando é específica.

O representante não precisa de um alerta vago. Precisa saber qual profissional de saúde merece atenção, por que esse **HCP** importa agora, qual ação faz sentido e como essa ação se conecta ao contexto da conta.

NÍVEL 3: —

CRM como advisor prescritivo

Por exemplo, o sistema pode identificar que um HCP tem potencial Rx em crescimento, menor frequência recente de contato e uma resposta relevante a uma campanha anterior. Nesse caso, a próxima ação pode ser uma visita com um objetivo claro.

Em outra conta, o sistema pode detectar queda na responsividade e um follow up pendente. Isso pode exigir uma ação diferente.

O ponto é simples: a **IA** cria valor quando encurta a distância entre sinal e decisão. Em pharma, esse nível de maturidade mantém o ser humano no controle. O representante traz julgamento, contexto do relacionamento e capacidade de adaptar a conversa. O gestor traz coaching e direção comercial. A camada de **IA** ajuda a organizar sinais, explicar padrões e recomendar ações dentro do fluxo de trabalho.

Para o **Proxima Cloud CRM**, essa é a direção do **CRM prescritivo**: ajudar equipes de campo a passar da revisão de informações para a ação com melhor contexto.

Quais sinais de campo a IA pode usar?

A **IA** no **CRM pharma** se torna útil quando trabalha com sinais que já existem dentro da operação comercial.

Esses sinais não são abstratos. Eles vêm do trabalho diário da equipe de campo e dos sistemas ao redor dela.



Histórico de visitas

Visitas anteriores mostram com que frequência o **HCP** foi contatado, o que foi discutido e se o relacionamento está avançando.

O histórico de visitas pode ajudar a identificar padrões fáceis de perder quando cada interação é revisada isoladamente. Pode mostrar se uma conta recebeu atenção suficiente, se o relacionamento perdeu impulso ou se a próxima visita precisa de um objetivo mais específico.





Transcrições de visitas remotas

Conversas remotas podem conter informações valiosas, mas esse valor muitas vezes se perde quando o representante precisa resumir tudo manualmente depois da interação.

Quando visitas remotas são transcritas e estruturadas, o **CRM** pode capturar resultados, acordos e próximos passos com menos esforço manual para o representante. Isso melhora a qualidade dos dados e torna a informação disponível mais rapidamente para gestores, analytics e futuras recomendações de **IA**.



Tendências Rx

As tendências Rx podem ajudar a identificar onde é necessária atenção, onde uma oportunidade está crescendo ou onde o desempenho está mudando.

Para uma equipe de campo, isso pode apoiar uma melhor priorização. Um representante pode entender quais **HCPs** ou contas podem exigir ação, quais mudanças merecem atenção e onde uma conversa pode precisar ser ajustada com base no que está acontecendo no território.



Dados do GeoForce

A execução territorial também é um desafio geográfico. Representantes precisam entender onde o tempo está sendo investido, quais áreas estão recebendo cobertura suficiente e como as rotas podem ser planejadas com melhor contexto.

Os dados do **GeoForce** podem ajudar a conectar a atividade de campo com a visibilidade territorial. Isso permite identificar lacunas de cobertura, melhorar o planejamento e apoiar um melhor uso do tempo em campo.



Frequência de contato

A frequência de contato ajuda a detectar se um **HCP** está recebendo o nível adequado de atenção.

Se a frequência for muito baixa, o relacionamento pode perder impulso. Se acontecer em um momento ruim, a conversa pode chegar tarde demais. Quando esse sinal é conectado com histórico de visitas, tendências Rx e engajamento do **HCP**, ele pode ajudar a orientar uma próxima ação mais relevante.



Engajamento do HCP

Interações com conteúdos, campanhas ou touchpoints anteriores podem ajudar o representante a preparar uma conversa mais relevante com o profissional de saúde.

O engajamento do **HCP** traz contexto. Ajuda o representante a entender o que o profissional de saúde viu, como interagiu e qual tema pode merecer atenção na próxima conversa.

Quando esses sinais estão conectados, o **CRM** pode passar de mostrar informações para guiar a próxima decisão de campo.

Humano, processo e máquina: o modelo operacional

A **IA cria** valor em pharma quando apoia o sistema ao redor da equipe de campo.

O modelo mais forte conecta três elementos: julgamento humano, processo disciplinado e inteligência de máquina.



Julgamento humano

A parte humana importa porque os relacionamentos pharma dependem de confiança.

Um representante médico entende o tom, o contexto, a conversa clínica e a realidade de cada profissional de saúde. A **IA** pode apoiar a preparação, mas o relacionamento continua sendo humano.

O representante continua decidindo como abrir a conversa, como responder ao **HCP**, como adaptar a mensagem e quando escalar uma oportunidade ou um risco.



Processo disciplinado

A parte do processo importa porque a **IA** precisa de estrutura.

Se os resultados das visitas estão incompletos, se o follow up não é capturado, se os representantes descrevem o mesmo evento de formas diferentes, o sistema recebe ruído em vez de informação utilizável.

Um processo sólido de **CRM** cria a base para uma **IA** melhor. Define como a atividade é capturada, como os resultados são estruturados, como os follow ups são registrados e como os sinais de campo se tornam insumos confiáveis para o suporte à decisão.



Inteligência de máquina

A parte da máquina importa porque nenhuma pessoa consegue processar cada sinal de um território completo na mesma velocidade.

A **IA** pode ajudar a ranquear contas, detectar riscos iniciais, identificar oportunidades e recomendar uma próxima ação com raciocínio. Pode apoiar o representante antes da visita, durante o planejamento e depois da conversa, quando o follow up precisa ser capturado rapidamente.

Este é o princípio operacional:

**A máquina sugere. O humano decide.
A execução em campo melhora.**

Esse princípio é especialmente importante em pharma. Mantém a responsabilidade com a equipe enquanto dá aos representantes melhor suporte nos momentos que moldam a execução em campo.

Checagem rápida de preparação

Antes de esperar que a **IA** crie valor real em campo, líderes pharma devem fazer quatro perguntas práticas.

- ☒ 1. Os resultados das visitas estão estruturados ou são escritos como notas soltas?
- ☒ 2. Os representantes capturam eventos semelhantes de forma consistente?
- ☒ 3. Com que rapidez os dados de visita ficam disponíveis para analytics e IA?
- ☒ 4. Quem é responsável pela qualidade dos dados dentro da organização?

Essas perguntas importam porque a **IA** prescritiva depende da qualidade da base operacional. Se os dados estão incompletos, inconsistentes ou atrasados, as recomendações serão mais fracas.

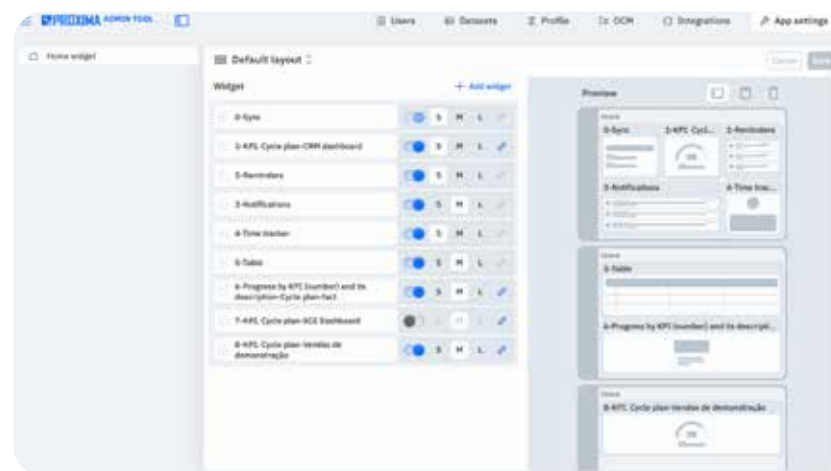
A **IA** funciona melhor quando o processo por trás dela está preparado.

A melhor IA em pharma começa antes do algoritmo

O futuro da IA no **CRM pharma** será definido pela qualidade da base operacional por trás de cada recomendação. Uma recomendação só é útil quando o sistema entende a realidade de campo o suficiente para torná-la relevante.

Isso significa registros de visitas estruturados, hábitos consistentes de follow up, dados territoriais claros, frequência de contato confiável e sinais que chegam a tempo de apoiar a ação.

Por isso, o avanço em direção a um **CRM prescritivo** começa antes do Smart Assistant, antes das recomendações avançadas e antes de qualquer camada de **IA** se tornar visível para o representante. Começa com a forma como a organização captura a atividade diária de campo e a transforma em contexto utilizável.



Para líderes pharma, a pergunta real é prática:

Seu ambiente de **CRM** consegue ajudar representantes a tomar melhores decisões enquanto ainda estão em campo?

- ✓ Uma base mais forte ajuda toda a equipe comercial.
- ✓ Representantes conseguem planejar visitas com prioridades mais claras.
- ✓ Gestores conseguem identificar riscos mais cedo.
- ✓ Equipes de SFE conseguem entender como os padrões de execução se conectam aos resultados.
- ✓ Equipes de Omnichannel conseguem alinhar sinais digitais com engajamento pessoal.
- ✓ Equipes de **CRM** e IT conseguem apoiar um fluxo de trabalho mais conectado sem adicionar complexidade extra para a força de campo.

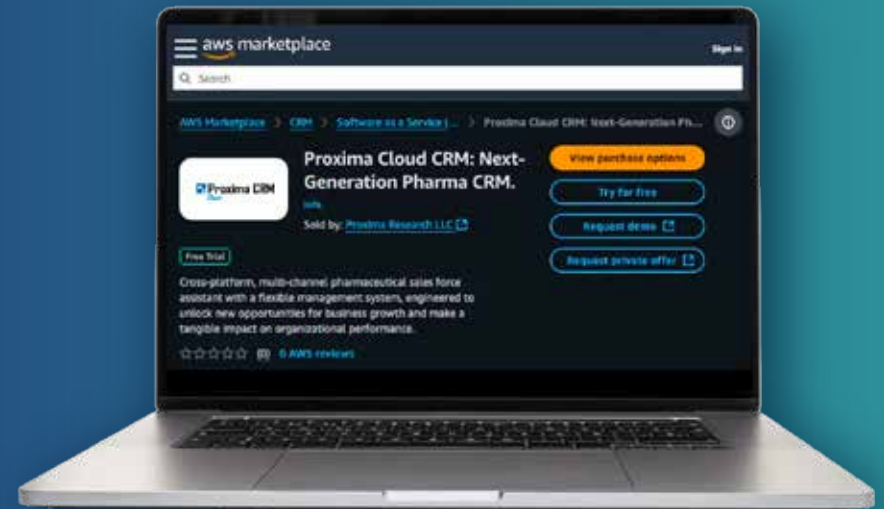
O **Proxima Cloud CRM** foi desenhado para ajudar equipes pharma a construir essa base hoje. Ele conecta atividade de campo, visibilidade territorial, analytics e execução comercial em um único ambiente, com capacidades como integração MDM, transcrição de visitas remotas, CRM autofill, GeoForce e analytics em Power BI.



O **Smart Assistant** faz parte do roadmap do Proxima Cloud CRM como o próximo passo de maturidade. Seu propósito é ajudar representantes médicos pharma a priorizar HCPs, entender por que uma recomendação importa e agir com melhor contexto dentro do fluxo de trabalho diário.

O insight é claro: a **IA** se torna mais valiosa quando a operação está preparada para ela.

As empresas que estruturarem seus dados de campo, disciplinarem seus processos e reduzirem a fricção agora estarão em uma posição mais forte para se beneficiar do **CRM prescritivo** quando a próxima camada de **IA** estiver disponível.



Fale com a **Proxima Research** para explorar como o **Proxima Cloud CRM** pode ajudar sua equipe de campo pharma a construir a base operacional para um engajamento com HCPs mais inteligente, uma disciplina de follow up mais forte e melhor visibilidade em todo o território.

Agende uma conversa de 30 minutos para ver como o **Proxima Cloud CRM** pode apoiar suas necessidades atuais de **CRM** pharma e ajudar sua equipe a se preparar para a próxima etapa da execução de campo assistida por **IA**.