



ACXIOM

HCP Engage

Die Erfolgsformel für
die Pharmaindustrie

SOLVE(D)

Echte Partnerschaft statt bloßer Verkauf

Nachdem die Pharmaindustrie ihre Marketingstrategien im Zuge der Pandemie angepasst hat, mehren sich nun Anzeichen für eine Rückkehr zu bisherigen Gewohnheiten. Die etwas außer Mode gekommenen Außendienstvertreter erweisen sich inzwischen wieder als erste Wahl in Sachen Pharmamarketing. Doch wie lassen sich eigene digitale Angebote besser nutzen, um das medizinische Fachpersonal (HCP) richtig anzusprechen, den passenden Content zum richtigen Zeitpunkt bereitzustellen und so auf das eigene Angebot aufmerksam zu machen?

In den letzten Jahren sind die Marketingstrategien im Pharmasegment immer besser geworden und das HCP-Engagement hat sich nach Corona intensiviert. Doch noch immer sind die meisten Strategien kurzfristig angelegt und nehmen nur einige wenige der Kanäle in den Blick, auf die medizinisches Fachpersonal in Sachen Weiterbildung setzt. Gefragt sind also neue Ansätze, die HCP-Verhaltensdaten unmittelbar mit einer persönlichen Ansprache bei Fortbildungen kombinieren, um langfristige Beziehungen aufzubauen und das Interesse zu steigern – ohne von vornherein auf den Verkauf zu spielen.

HCPs richtig verstehen, ansprechen und informieren

Digitalen Content überhaupt erst zu finden erweist sich in der medizinischen Praxis zunehmend als schwierig. Das liegt sowohl an dessen wachsender Menge als auch an suboptimalen Kanälen. Doch mittlerweile braucht es mehr als nur passenden personalisierten Content. Gefragt sind vielmehr eigenständige, leicht verständliche und interaktive Gelegenheiten für Austausch und Information. Denn die Mediziner verlangen vertrauenswürdige Datenquellen, die zu ihren Lernzielen passen.

Entsprechende Angebote müssen also relevant und leicht auffindbar sein und einen echten Mehrwert bieten. Zudem sollte man die Praktiker dort ansprechen, wo sie sich gerne aufhalten, und sollte außerdem ihre Vorlieben kennen. So gelingt auch das richtige Gleichgewicht zwischen inhaltlichen und wirtschaftlichen Erwartungen.

Doch wie knüpft man solche belastbaren Beziehungen in der Pharmabranche und schafft echtes Wachstum?



**PERSÖNLICHE,
RELEVANTE
ANSPRACHE**



**BINDUNG,
VERTRAUEN UND
TREUE STÄRKEN**



**MARKETING MIT
PRAXISDATEN
UNTERFÜTTERN**



**HCP-DATEN
BÜNDELN UND
AUSWERTEN**



ROI



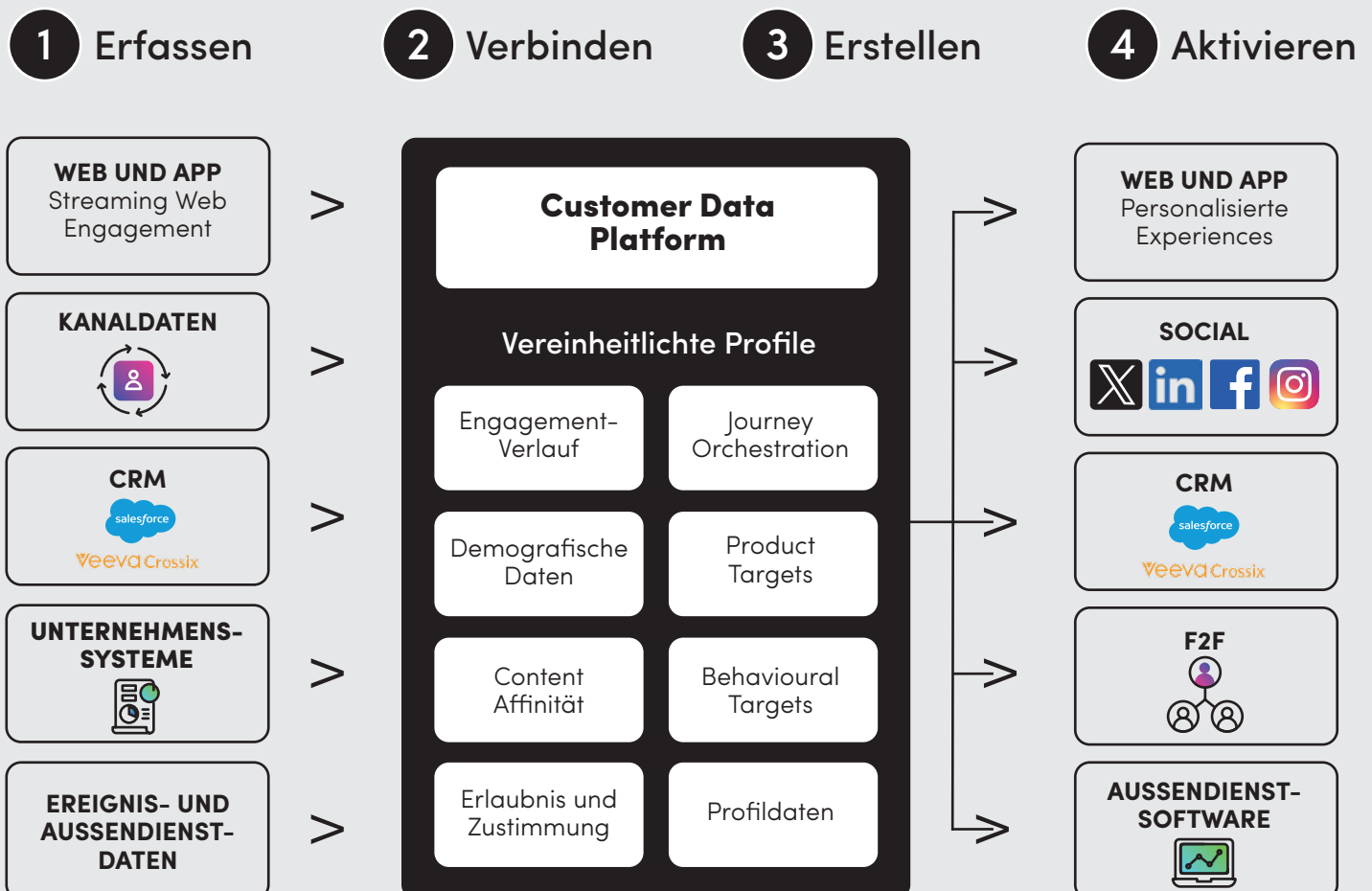
**DER RICHTIGE
CONTENT ZUM
RICHTIGEN ZEITPUNKT
AM RICHTIGEN ORT**

HCP-Engagement neu gedacht

HCP Engage ist mehr als eine Marketinglösung, sondern ein bahnbrechendes Konzept für langfristige Beziehungen und echte Ergebnisse – und zwar sowohl in der klinischen Praxis als auch in Pharmaunternehmen, die wirklich etwas bewegen wollen. So können Sie Ihre Engagement-Strategien nachschärfen, die Kundenansprache optimieren, Ihre Kunden informieren und echte Erfolge erzielen. HCP Engage kombiniert Datenanalysen und professionelle Beratungs- und Implementierungsdienste der Acxiom Customer Intelligence Services Ihrer Wahl sowie von Acxiom empfohlene MarTech- und Omnichanneldienste für Customer Engagement von SOLVE(D), einem Unternehmen von IPG Health.

Pharmavermarktern eine einfache Möglichkeit zu bieten, ihre Personalisierungsbemühungen anzupassen und zu verwirklichen. Die Lösungsexperten von Acxiom erfassen und verknüpfen HCP-Kundendaten aus ehemals isolierten Systemen und Kanälen, um genaue Daten zu gewinnen und ein einheitliches HCP-Profil zu erstellen, das auf Kontaktverlauf, demografischen Daten und Content-Interaktion basiert. Anhand dieser HCP-Profile können Ihre Vermarkter im Bereich CDP-/Dateninfrastruktur (je nach Priorität) dann Engagementstrategien entwickeln und umsetzen. Dazu werden die jeweiligen Daten einfach in den erforderlichen Zielplattformen wie Web, App, Social Media oder CRM aktiviert.

HCP ENGAGE: ABLAUF



HCP-Engagement und -Weiterbildung

4 Schritte



Erfassen

Daten aus mehreren Quellen erfassen

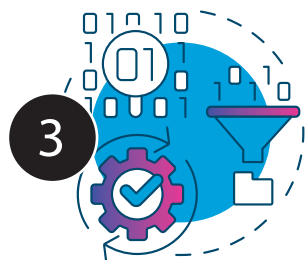
- Web und Apps
- CRM
- Firmensysteme wie Veeva
- Ereignis- und Außendienstdaten



Verbindent

HCP-Profil erstellen

- Engagement-Verlauf
- Demografische Daten
- Content-Affinität
- Erlaubnis und Zustimmung



Erstellen

Targeting strukturieren und mit Daten unterfüttern

- Journey Orchestration
- Product Targets
- Behavioural Targets
- Interaktionsverlauf



Aktivieren

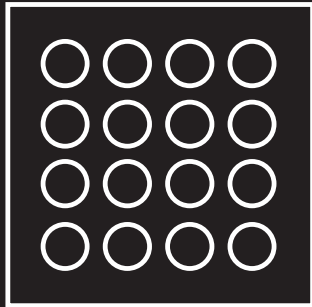
Personalisierte Experiences schaffen und Verkauf fördern

- Web und App
- Omnichannel
- Social
- CRM-E-Mail
- Persönlich



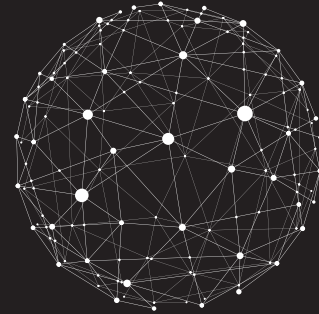
Ohne Änderung der Unternehmenslogik und -kultur gestaltet sich die Verwertung von Systemen grundsätzlich schwierig

SILOS



Voneinander abgeschottete Silos erschweren koordiniertes Arbeiten und Verwertung

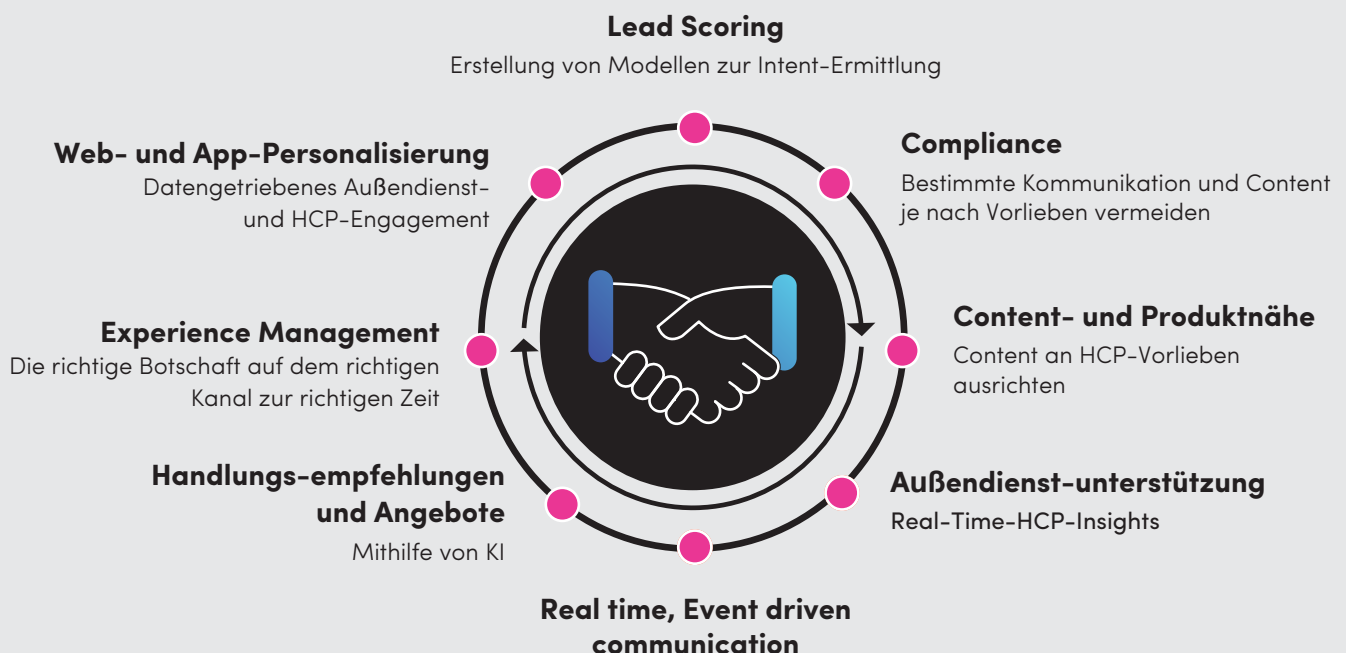
SYSTEMISCHER ANSATZ



Vernetztes, aufeinander abgestimmtes System für einheitliche Customer Experience

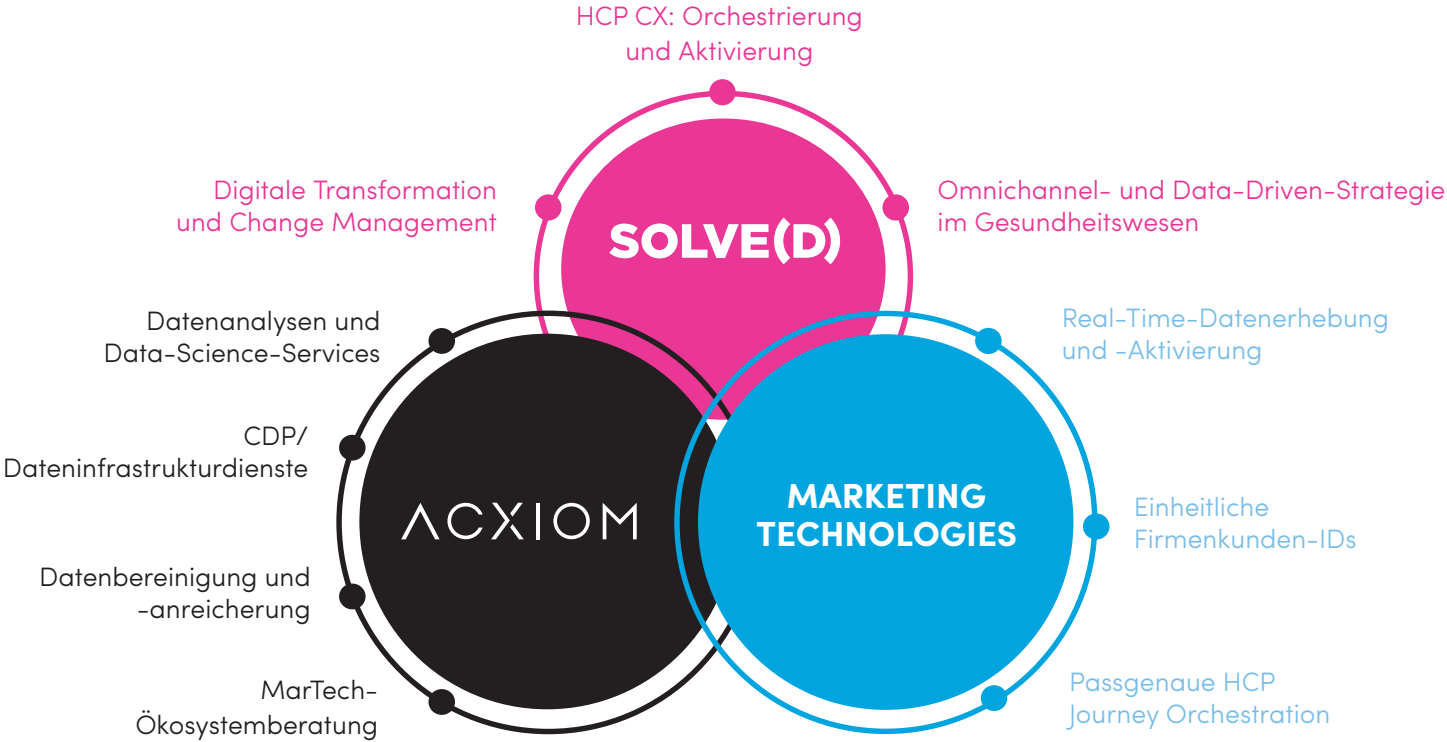
Think BIG, start small

Hier einige Beispiele aus unserem Leistungsangebot:



Darum ist Acxiom für Sie die richtige Wahl

KUNDEN-ORIENTIERTES WACHSTUM	BETRIEBS EFFIZIENZ	AUSWIRKUNGEN AUF VERHALTEN (WETTBEWERBSVORTEIL)	RISIKO UND COMPLIANCE	GESAMTKOSTEN
Direkt und persönlich – Unternehmens-freundliche Daten für treffsicheres Targeting und mehr Umsatz	Automatische Datenaufnahme und schnelle Insights für bessere CX und optimiertes Medien-budget	CX-Präzisierung durch bessere Kundenkenntnis (Marketing) und engere Bindung (Kunden)	Zuverlässiger Datenschutz und umfassende Datensicherheit für Unternehmen und Vermarkter dank integrierter Datenschutzfunktionen	Geringe Gesamtkosten mit Blick auf Investitionsbedarf und strategischen Nutzen für Unternehmen, Datenmanagement und Kundenzufriedenheit
KUNDENERFAHRUNGEN				
2 x ROMI	Reduzierung der Betriebskosten	Zeitersparnis durch Profilvereinheitlichung		



Contact us at
acxiom.de or
info-germany@acxiom.com
to learn more.

ΛCXIOM