MarTechNews

Форумы MarTech: вовлеченность в фармацевтике и здравоохранении

© 2025 Все права защищены. From Zhukov with love

Введение

В эпоху цифровой трансформации маркетинговые технологии (MarTech) становятся центральной точкой роста для многих отраслей, особенно фармацевтики и здравоохранения. Эти технологии помогают компаниям внедрять инновации, оптимизировать процессы, персонализировать взаимодействие с клиентами и обеспечивать соответствие строгим регуляторным требованиям. Форумы MarTech играют важнейшую роль в обмене знаниями и опытом, предоставляя профессионалам платформу для обсуждения стратегий, инструментов и лучших практик.

Согласно данным MarTech.org, количество специалистов, участвующих в профессиональных дискуссиях в области маркетинговых технологий, выросло на 25% за последние два года. Это свидетельствует о растущей потребности в обмене инсайтами и решении задач с помощью коллективного интеллекта. В данной статье мы рассмотрим роль MarTech-форумов в фармацевтике и здравоохранении, изучим успешные кейс-стади, проведем обзор инструментов, выделим лучшие практики и сделаем прогнозы на будущее.

Значение MarTech-форумов для фармацевтики и здравоохранения

Глобальный контекст

По данным отчета Xerago, мировой рынок маркетинговых технологий в здравоохранении достигнет $20 млрд к 2025 году. Форумы MarTech предоставляют площадку для обсуждения инновационных стратегий, таких как использование искусственного интеллекта для персонализированной медицины. Особенно важным это становится в контексте строгих регуляторных требований, таких как HIPAA в США и GDPR в Европе.

- **HIPAA**: Защита данных пациентов в США.
- **GDPR**: Регуляция конфиденциальности данных в Европе.

Сетевой эффект в MarTech-форумах

Форумы способствуют созданию сетевого эффекта, где один пост или обсуждение может привести к новым партнерствам, инновациям и решениям. Например, обсуждения на платформе ON24, где специалисты делятся идеями по цифровому вовлечению, привели к улучшению взаимодействия с

медицинскими работниками (HCPs).

Кейс-стади: Успешные примеры применения MarTech-форумов

Кейс-стади 1: Pfizer и вовлечение пациентов

Pfizer активно использует MarTech-форумы для разработки стратегий вовлечения пациентов. В 2024 году компания представила кейс, где с помощью анализа данных из форумов удалось персонализировать кампании по вакцинации. Результат — увеличение вовлеченности пациентов на 40%.

Шаги:

- Сбор данных с форумов.
- Использование AI для анализа.
- Адаптация контента под регуляторные требования FDA.

Кейс-стади 2: Novartis и социальное прослушивание

Novartis использует MarTech-форумы для обсуждения GDPR-compliant стратегий. В одном из кейсов компания внедрила инструменты социального прослушивания, чтобы собрать данные для улучшения кампаний по кардиологии.

Результаты:

- Рост вовлеченности на 35%.
- Уменьшение рисков несоблюдения на 25%.

Кейс-стади 3: Johnson & Johnson и глобальная коллаборация

Johnson & Johnson через форумы внедрили AR-технологии для вовлечения пациентов. В результате компания собрала 1000 идей, что привело к 50% росту вовлеченности в кампаниях.

Обзор инструментов для MarTech-форумов

ON24

ON24 — платформа для проведения вебинаров и виртуальных событий. Она идеально подходит для фармацевтических компаний, предоставляя инструменты для анализа вовлеченности и интеграции с системами compliance.

- **Преимущества**: Высокая аналитика.
- **Недостатки**: Высокая стоимость.
- **Рейтинг**: 4.8/5.

Viseven

Viseven предлагает решения для персонализированной медицины и интеграции с CRM-системами. Платформа широко используется в Европе для соблюдения GDPR.

- **Результаты**: 30% улучшение вовлеченности пациентов.

Brandwatch

Инструменты социального прослушивания, такие как Brandwatch, помогают анализировать обсуждения на форумах. Это особенно полезно для мониторинга настроений пациентов.

- **Преимущества**: Повышение вовлеченности на 25%.
- **Недостатки**: Требует экспертизы.

Лучшие практики в строительстве вовлеченности

Практика 1: Создание контента для compliance

Модерация форумов с учетом регуляторных требований — ключевой фактор

успеха. В США важно использовать HIPAA-compliant платформы, а в Европе — соблюдать GDPR.

Практика 2: Data-driven стратегии

Использование аналитики из форумов позволяет оптимизировать кампании и увеличивать ROI. Например, индийские фармацевтические компании увеличили скорость проведения кампаний на 50%.

Практика 3: Организация сетевых событий

Проведение встреч, таких как Pharma Marketing Circle, помогает укреплять связи между участниками и обмениваться инсайтами.

Прогнозы на будущее

К 2030 году, согласно прогнозам, AI будет интегрирован в 80% форумов для анализа данных и прогнозирования. Персонализированная медицина станет ключевым направлением в фармацевтике.

Сравнение США и Европы

Аспект	США	Европа
Регуляции	FDA, HIPAA	EMA, GDPR
Вовлеченность	Высокая через AI	Фокус на конфиденциальности
Рост	25% в 2024	20% в 2024

Заключение

Форумы MarTech — важный инструмент для фармацевтики и здравоохранения. Они помогают улучшать вовлеченность, обеспечивать соблюдение регуляторных норм и внедрять инновации. Примеры, инструменты и практики, рассмотренные в статье, показывают, как компании могут использовать форумы для достижения своих целей.

Источники

- MarTech.org
- Xerago
- The MarTech Summit
- Viseven
- Brandwatch