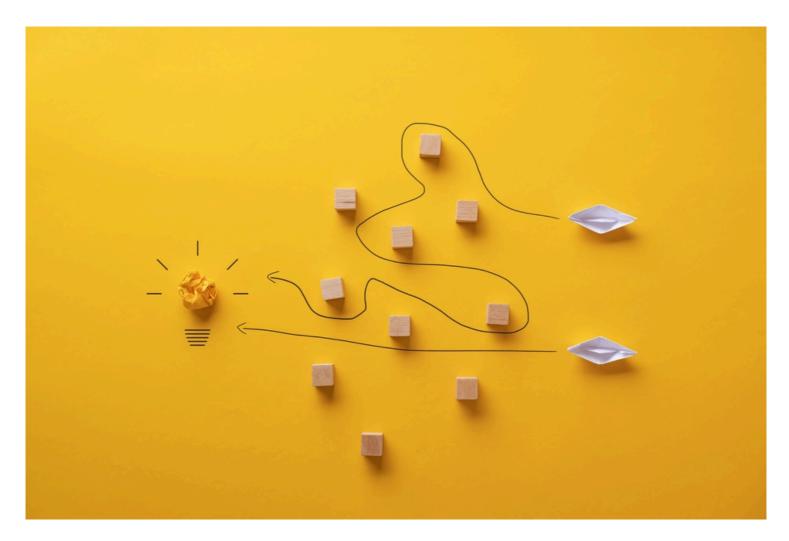


Инструменты СЈМ в фармацевтике: персонализация опыта



Введение

В эпоху цифровой трансформации фармацевтическая отрасль сталкивается с необходимостью глубокого понимания поведения пациентов и клиентов. Категория опыта клиента (Customer Experience, CX) и персонализации играет ключевую роль в повышении вовлеченности, соблюдении регуляторных норм и эффективности маркетинговых кампаний. Тема инструментов картирования пути клиента (Journey Mapping Tools) позволяет визуализировать весь путь пациента от осознания проблемы здоровья до постпокупочного взаимодействия.

Эта статья посвящена применению CJM (Customer Journey Map) в фармацевтике. Мы рассмотрим популярные инструменты CJM, их преимущества и недостатки, а также кейсы из Европы и США. Фокус — на улучшении вовлечения пациентов, соблюдении регуляций, персонализированной медицине и data-driven продвижении лекарств.

Что такое картирование пути клиента и его значение в фармацевтике Определение СЈМ

Карта пути клиента (CJM) — это визуальное представление этапов взаимодействия клиента с брендом. В фармацевтической отрасли клиентами могут быть пациенты, врачи или дистрибьюторы. СЈМ помогает выявить болевые точки, оптимизировать персонализацию и повысить лояльность.

Значение СЈМ в здравоохранении

Здравоохранение характеризуется сложностью пути клиента, начиная от поиска информации о симптомах и заканчивая покупкой лекарств и мониторингом лечения. СЈМ позволяет:

- Выявлять болевые точки на каждом этапе взаимодействия.
- Оптимизировать персонализацию коммуникаций.
- Повышать удовлетворенность пациентов.

Согласно данным McKinsey, внедрение CJM увеличивает удовлетворенность пациентов на 20–30%.

martechnews.ru Страница 2 из 7

Применение СЈМ в фармацевтике

Для фармацевтических компаний СЈМ решает несколько ключевых задач:

- **Вовлечение пациентов**. Персонализированные коммуникации повышают доверие и adherence к лечению.
- Соблюдение регуляций. Интеграция с GDPR в Европе и HIPAA в США.
- Персонализированная медицина. Кампании адаптируются под генетические данные и историю болезни.
- Data-driven маркетинг. Анализ данных помогает нацеливать кампании.

Пример: Pfizer использует СЈМ для кампаний по вакцинам, увеличивая вовлеченность пациентов на 25%.

Обзор популярных инструментов CJM Salesforce Health Cloud

Особенности

Salesforce Health Cloud предлагает комплексное решение для картирования пути клиента в здравоохранении. Функционал включает:

- Интеграцию с электронными медицинскими картами (EHR).
- Анализ данных с использованием Al.
- Соответствие требованиям НІРАА.

Пример использования

Novartis применяет этот инструмент для персонализированных кампаний в онкологии, что повышает удержание пациентов на 18%.

Плюсы и минусы

- Плюсы: Масштабируемость, интеграция с Al.
- Минусы: Высокая стоимость (от \$300 за пользователя в месяц).

Adobe Experience Platform

Особенности

martechnews.ru Страница 3 из 7

Adobe предлагает мощные инструменты для создания интерактивных СЈМ. Платформа помогает объединять данные из различных каналов и формировать омниканальный опыт.

Пример использования

Johnson & Johnson применяет Adobe Experience Platform для анализа данных из приложений и сайтов, достигая роста конверсии на 22%.

Плюсы и минусы

- Плюсы: Удобство использования, мощные аналитические инструменты.
- Минусы: Требует высокой квалификации для настройки.

Microsoft Dynamics 365 for Healthcare

Особенности

Microsoft Dynamics 365 интегрируется с Azure AI, предоставляя инструменты для картирования пути клиента и анализа данных.

Пример использования

GSK применяет Dynamics 365 для управления путями пациентов с респираторными заболеваниями в Великобритании.

Плюсы и минусы

- Плюсы: Доступная цена (от \$100 в месяц).
- Минусы: Ограниченные возможности кастомизации.

Специализированные инструменты: Smaply и Custellence

Особенности

Smaply и Custellence — это узкоспециализированные инструменты для картирования пути клиента. Они упрощают процесс создания карт и подходят для небольших компаний.

Пример использования

martechnews.ru Страница 4 из 7

Мелкие клиники применяют эти инструменты для визуализации пути пациента с минимальными затратами.

Плюсы и минусы

- Плюсы: Простота использования, низкая стоимость.
- Минусы: Ограниченная функциональность.

Кейс-стади: успешное применение CJM Pfizer в США

Pfizer использовала Salesforce Health Cloud для создания CJM в кампании по COVID-вакцинам. Результаты:

- Увеличение вовлеченности на 30%.
- Соблюдение требований НІРАА.

Novartis в Европе

Novartis применяла Adobe Experience Platform для персонализированных онкологических кампаний. Результаты:

- Рост лояльности пациентов на 25%.
- Интеграция с GDPR.

Johnson & Johnson в США

J&J использовала Microsoft Dynamics 365 для телемедицинских решений. Результаты:

• Снижение оттока пациентов на 15%.

Лучшие практики использования СЈМ

- 1. Сбор данных. Используйте анонимизированные данные из электронных медицинских карт, приложений и соцсетей.
- 2. Визуализация. Формируйте карты с этапами: Awareness, Consideration, Purchase, Retention.
- 3. Интеграция AI. Применяйте предиктивный анализ.
- 4. Тестирование. Проводите А/В-тесты.

martechnews.ru Страница 5 из 7

5. **Соблюдение регуляций**. Убедитесь в соответствии требованиям GDPR и HIPAA.

Сравнительный анализ инструментов СЈМ

Инструмен т	Цена	Функциона льность	Compliance	Примеры использова ния
Salesforce Health Cloud	Высокая	Отличная	HIPAA/ GDPR	Pfizer (США)
Adobe Experience Platform	Средняя	Хорошая	GDPR	Novartis (Европа)
Microsoft Dynamics 365	Низкая	Хорошая	HIPAA	J&J (США/ EC)
Smaply	Низкая	Средняя	Базовая	Мелкие клиники

Прогнозы на будущее Тренды до 2030 года

- 1. Al и ML. Автоматизация создания карт.
- 2. Метавселенные. Виртуальные пути пациентов.
- 3. Блокчейн. Безопасное хранение данных.
- 4. Глобализация. Адаптация под локальные регуляции.

Ожидания роста

- В Европе рост на 18% благодаря GDPR.
- В США рост на 22% из-за телемедицины.

Заключение

martechnews.ru Страница 6 из 7

Инструменты СЈМ — ключ к персонализации в фармацевтике. Они помогают улучшить опыт клиента, повысить вовлеченность и соблюдать регуляции. Используйте СЈМ для оптимизации вашего бизнеса.

martechnews.ru Страница 7 из 7