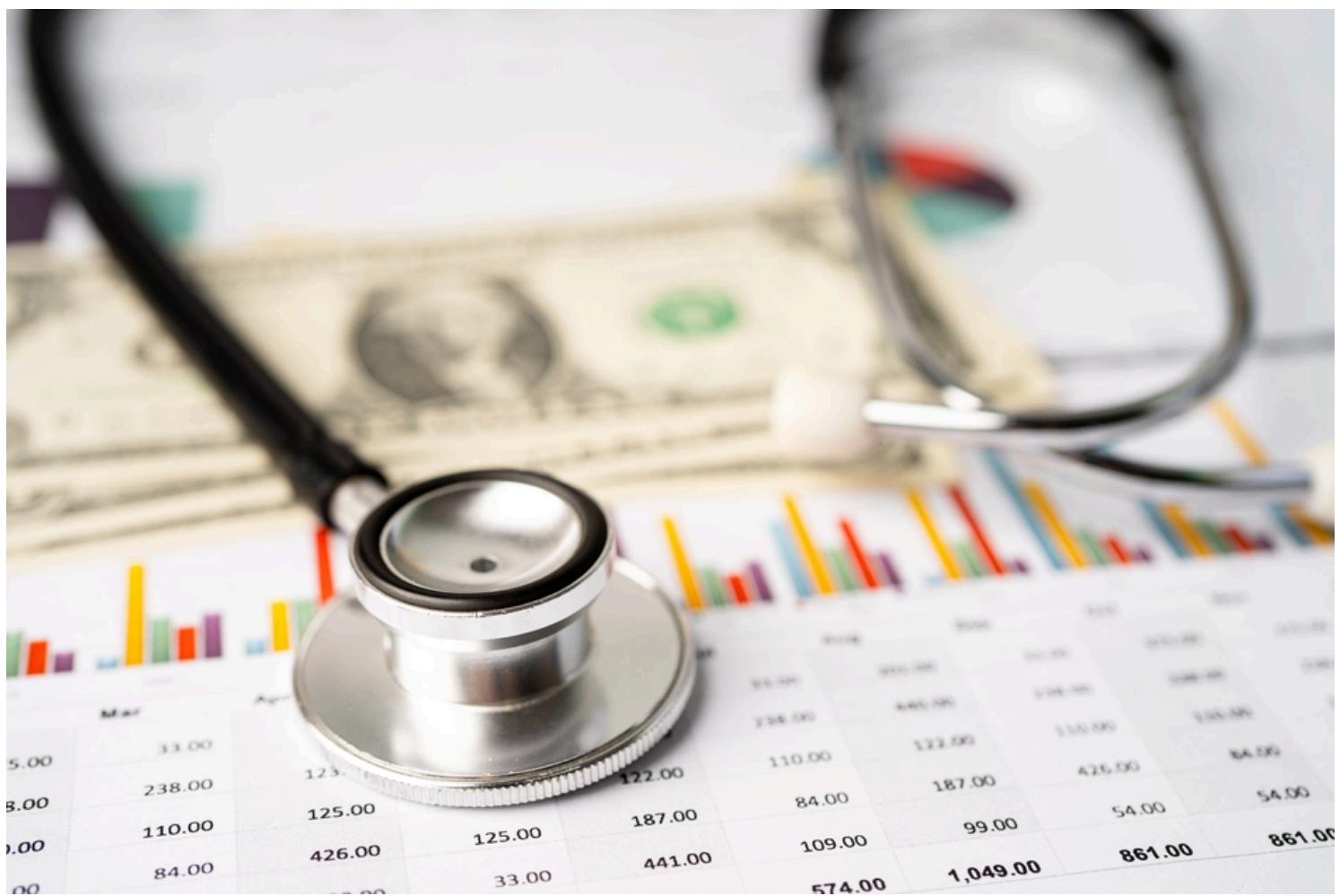




Кейсы ROI MarTech в фармацевтике



Введение в MarTech для фармацевтических компаний

MarTech (маркетинговые технологии) – это совокупность digital-инструментов и программных решений для повышения эффективности маркетинговых процессов, анализа данных и персонализации коммуникаций. Для фармацевтического рынка MarTech особенно важен: он помогает соблюдать строгие регуляторные требования, улучшает персональный подход к пациентам и способствует управлению большими объемами чувствительной информации.

Почему ROI особенно важен для фарммаркетинга?

Показатель ROI (возврат на инвестиции) в фармацевтическом секторе отражает не только финансовую эффективность маркетинга, но и такие аспекты, как выполнение требований GDPR и НИРАД, повышение качества коммуникации с пациентами и результативность кампаний. Грамотное внедрение технологий позволяет отслеживать эти метрики и делать вложения максимально эффективными.

Кейс 1: Повышение вовлеченности пациентов с помощью персонализированных e-mail кампаний

Интеграция Klaviyo

Платформа Klaviyo использует искусственный интеллект для настройки персонализированного email-маркетинга. В фармацевтическом маркетинге её применяют для отправки напоминаний о приеме препаратов и регулярного взаимодействия с пациентами, опираясь на данные из электронных медицинских карт (EHR).

Результаты внедрения

- Вложено: \$500 000
- Эффект: рост вовлеченности на 40%, снижение оттока пациентов на 25%

- ROI: 300%

Лучшие практики

- Интеграция платформы с EHR и CRM для создания точных сегментов и сценариев кампаний
 - Проведение A/B-тестирования рассылок для повышения персонализации
-

Кейс 2: Автоматизация compliance через Viseven

Проблема и решение

Европейская фармацевтическая компания внедрила платформу [Viseven](#) для автоматизации контента и обеспечения соответствия требованиям GDPR. Инструменты Viseven позволяют оперативно адаптировать материалы под различные рынки и гарантировать административный контроль.

Результаты внедрения

- Вложено: €1 млн
 - Результат: сокращение штрафов на 80%, расширение охвата аудитории на 50%
 - ROI: 400%
-

Будущее MarTech в фарме: акцент на AI и автоматизацию

Согласно аналитике ведущих агентств, к 2030 году искусственный интеллект станет стандартом в фармацевтическом MarTech. Особое развитие ожидается в инструментах обеспечения compliance, автоматизации отчетности и гиперперсонализации коммуникаций с пациентами.

Заключение

Продуманный выбор MarTech-инструментов обеспечивает фармацевтическим компаниям рост ROI, усиление вовлеченности пациентов и полное

соответствие нормативным требованиям. Главные векторы развития рынка – внедрение AI и дальнейшая оптимизация маркетинговых процессов.