



## MarTech 2025: тренды в фармацевтике и здравоохранении



# Введение

Индустрия Marketing Technology (MarTech) стремительно развивается, интегрируя инновационные инструменты для оптимизации маркетинговых процессов. В 2025 году глобальный рынок MarTech будет оцениваться в сотни миллиардов долларов, с акцентом на искусственный интеллект (AI), автоматизацию, персонализацию и соответствие регуляторным требованиям. В секторах фармацевтики и здравоохранения MarTech становится незаменимым компонентом для повышения вовлеченности пациентов, соблюдения нормативных актов, продвижения персонализированной медицины и управления data-driven кампаниями.

Согласно прогнозам, к 2035 году глобальный фармацевтический рынок вырастет до \$3528,9 млрд при среднем годовом темпе роста (CAGR) 6,49% ([Spherical Insights](#)). Это открывает новые возможности для применения MarTech в продвижении лекарственных препаратов и медицинских услуг. В данной статье мы рассмотрим ключевые тенденции, кейсы успешного применения, обзор инструментов, лучшие практики и прогнозы развития MarTech в фармацевтике и здравоохранении.

## Текущее состояние глобального рынка MarTech

### Обзор рынка

С 2023 по 2025 годы рынок MarTech демонстрирует устойчивый рост. По данным аналитиков, объем рынка технологий для маркетинга превысил \$300 млрд в 2024 году, с прогнозом на дальнейшее расширение. Особое внимание уделяется интеграции MarTech в фармацевтический сектор, где его применение помогает решать специфические задачи, такие как соблюдение нормативных актов (GDPR в Европе, HIPAA в США) и повышение вовлеченности пациентов через цифровые каналы.

### Региональные особенности:

- Европа:** Растущая цифровизация и фокус на пациентское вовлечение через мобильные приложения и платформы. Регуляторные требования, такие как GDPR, формируют строгую среду для обработки данных.
- США:** Преобладание data-driven подходов, где компании, такие как Pfizer, активно используют AI для персонализированных маркетинговых

кампаний. 70% фармацевтических компаний в США инвестируют в MarTech для повышения ROI ([DSM Group](#)).

## Ключевые тенденции 2025 года

- **Персонализация и искусственный интеллект:** AI позволяет создавать таргетированные кампании, основанные на индивидуальных данных пациента. Это особенно актуально в контексте персонализированной медицины.
- **Пациентское вовлечение:** Использование чат-ботов, VR и мобильных приложений для повышения вовлеченности пациентов.
- **Соблюдение регуляторных норм:** MarTech помогает автоматизировать процессы compliance, минимизируя риски штрафов.
- **Data-driven продвижение:** Анализ больших данных для оптимизации маркетинговых стратегий и прогнозирования спроса.

По прогнозам, рынок программного обеспечения для управления медицинскими лабораториями вырастет до \$4.6 млрд к 2030 году ([Forinsights Consultancy](#)).

## Кейс-стади: Применение MarTech в фармацевтике

### Кейс 1: Pfizer в США – Data-driven кампании

Pfizer, ведущая фармацевтическая компания, внедрила платформу на базе AI для продвижения вакцин. С помощью Adobe Experience Cloud они анализировали данные пациентов и запускали персонализированные email-кампании. Результаты:

- Рост вовлеченности на 40%.
- Соблюдение требований НИПАА.
- Рост продаж на 15% в 2024 году.

### Кейс 2: Novartis в Европе – Пациентское вовлечение через мобильные приложения

Novartis запустила приложение для пациентов с хроническими заболеваниями, которое отправляет персонализированные напоминания о

приеме лекарств. Преимущества:

- Соблюдение GDPR.
- Повышение adherence на 25%.
- Увеличение лояльности пациентов.

## Кейс 3: Johnson & Johnson – Регуляторное соответствие

J&J использовала инструменты MarTech для автоматизации compliance в продвижении радиофармпрепаратов. Интеграция с Veeva Systems позволила минимизировать риски нарушений FDA. Рынок радиофармпрепаратов вырос до \$6.81 млрд в 2024 году ([Zdrav Expert](#)).

## Обзоры инструментов MarTech для здравоохранения

### Veeva CRM

- Функции: управление данными пациентов, автоматизированные отчеты.
- Преимущества: интеграция с EHR, поддержка персонализированной медицины.
- Минусы: высокая стоимость.

### Adobe Experience Cloud

- Фокус: омниканальные кампании.
- Преимущества: AI-аналитика, рост конверсии на 35%.

### HubSpot для здравоохранения

- Поддержка compliance.
- ROI до 200% в кампаниях по продвижению услуг.

## Лучшие практики применения MarTech в фармацевтике

## Интеграция данных для персонализированной медицины

- Сбор данных из EHR и wearables.
- Использование AI для сегментации.
- Consent management для compliance.

## Омниканальный подход

- Комбинирование email, social media и мобильных приложений.
- Мониторинг вовлеченности в реальном времени.

## Прогнозы на будущее

К 2030 году рынок MarTech в здравоохранении вырастет на 15% ежегодно.  
Основные драйверы роста:

- AI и blockchain.
- Омниканальные стратегии.
- Устойчивое развитие.

## Заключение

MarTech трансформирует фармацевтический сектор, открывая новые возможности для персонализации, автоматизации и compliance. Инвестирование в эти технологии позволит компаниям оставаться конкурентоспособными и адаптироваться к требованиям рынка.