



Veeva

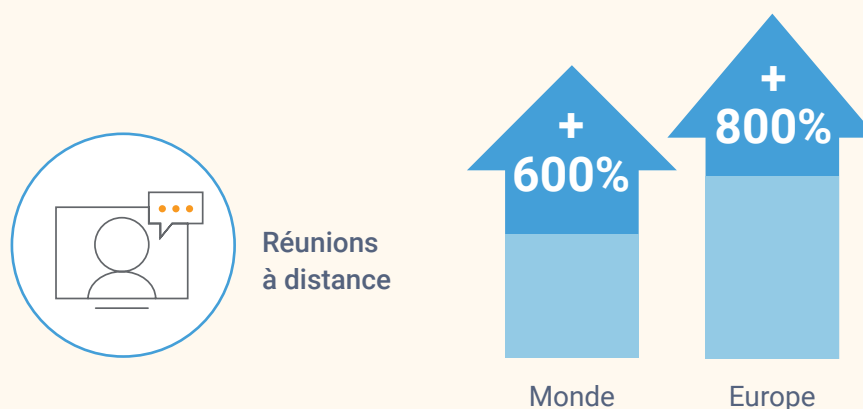
Les quatre piliers d'une
entreprise « data-driven »

INTRODUCTION:

La transformation digitale s'accélère

En 2020, les communications digitales entre les visiteurs médicaux et les professionnels de santé ont considérablement augmenté. À l'échelle mondiale, le nombre de réunions organisées avec Veeva CRM Engage Meeting a été multiplié par six de janvier à décembre, tandis que l'Europe a vu une multiplication par huit.¹ Environ 115,000 réunions Engage se sont déroulées en Europe pour le seul mois de novembre.

La rapidité d'adoption du digital est sans précédent



Évolution entre janvier 2020 et décembre 2020

Ces études montrent que, grâce à la mise en place rapide de solutions technologiques adaptées, les entreprises des sciences de la vie se sont réinventées pendant la pandémie de COVID-19 pour mener à bien leur mission, à savoir fournir aux professionnels de santé les équipements et médicaments dont ils ont besoin. Les contraintes rencontrées pendant cette période ont eu pour effet d'accélérer leur transformation digitale.

Cependant, l'adoption des canaux numériques est certes nécessaire, mais pas suffisante pour soutenir cette transformation digitale et les nouvelles méthodes d'interaction avec les professionnels de santé : il est tout aussi crucial de disposer de données de référence client à jour pour donner plus d'impact et d'efficacité à ces interactions virtuelles qui sont devenues la norme.

1. Source: 2021 Veeva Pulse Report

Le coût des données incorrectes

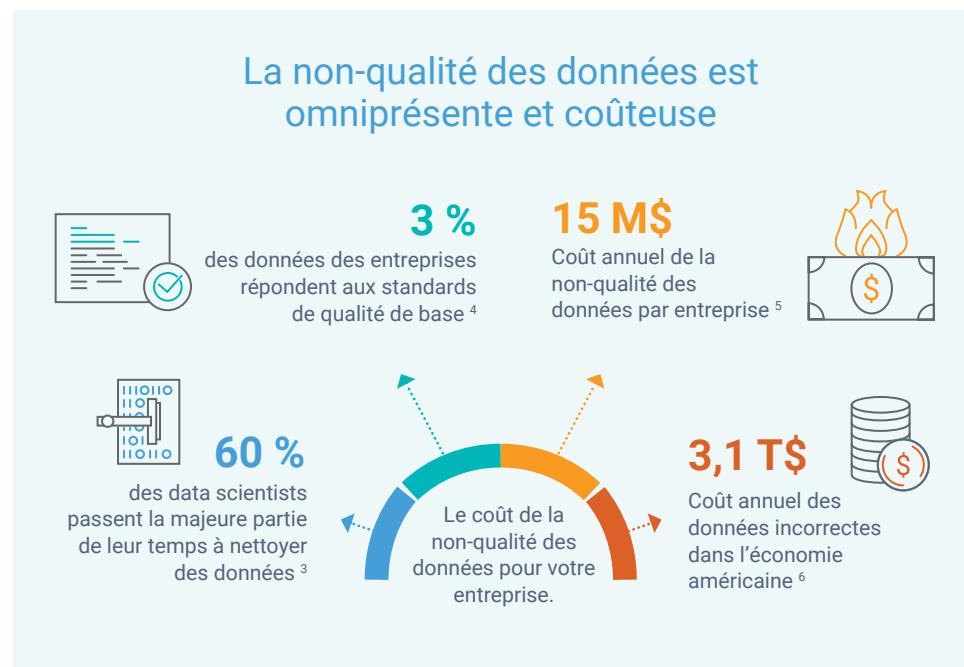
Les visiteurs médicaux doivent pouvoir accéder à des données exactes, en temps réel, qui leur donne une vue complète de leurs interlocuteurs et une efficacité maximale de leurs interactions. Malheureusement, les données des professionnels de santé changent en permanence. Il est extrêmement difficile de préserver la cohérence et la pertinence des adresses et des relations entre les professionnels de santé, à fortiori dans des périodes chaotiques telles que celle que nous vivons. Si ces données ne sont pas mises à jour rapidement et avec exactitude, elles ont des impacts opérationnels et financiers conséquents.

Malheureusement, en moyenne 20 % des données gérées par les entreprises sont inexactes. Et, en conséquence, seulement 7 % des répondants se disent extrêmement satisfaits de leurs données client et de leur propension à générer des analyses précises. Il y a donc une forte marge de progression dans ce domaine². Car les entreprises qui ne disposent pas de données fiables en subissent les conséquences : en moyenne, le coût annuel des données inadéquates s'élève à 15 millions de dollars par entreprise soit au global à 3,1 billions de dollars à l'échelle de l'économie américaine.

Il est essentiel d'avoir une culture « data-driven », mais mettre en place cette culture comporte son lot de défis. L'enjeu, ce n'est pas seulement de diminuer les coûts ou d'améliorer les processus existants, mais aussi d'innover. Les entreprises doivent d'avantage s'investir dans l'établissement d'une culture « data-driven ». Et cela commence par pouvoir s'appuyer sur de bonnes bases.

« Les données sont au cœur de la transformation digitale. L'industrie a besoin de données fiables, de qualité, et accessibles rapidement. »

Eric Newmark, vice-président du programme SaaS, applications d'entreprise, cloud et modèles d'entreprise numériques chez IDC



2. Source: Veeva 2020 European Customer Reference Data Survey

3. Source: CrowdFlower

4. Source: Harvard Business Review

5. Source: Gartner

6. Source: IBM

PILIER 1:

Les données doivent être gérées par des spécialistes

Pour réussir leur transformation digitale, les dirigeants des entreprises des sciences de la vie doivent comprendre pourquoi il est essentiel et urgent d'adopter un modèle d'entreprise « data-driven ». Leurs entreprises doivent mettre en place des organisations et des expertises dédiées, en s'appuyant sur des équipes dont le rôle est de créer et diffuser des informations exploitables à partir des données disponibles et d'instaurer une culture « data-driven » afin d'en tirer toute la valeur.

L'expertise est un élément clé pour constituer une équipe chargée des données. Il ne suffit pas de collecter des données et de les restituer dans des analyses pour créer de la valeur. Les collaborateurs qui comprennent les données doivent en prendre le contrôle et les mettre au service des décisions stratégiques de l'entreprise. Par exemple, si l'enjeu est de déterminer s'il est opportun de conquérir de nouveaux marchés, les spécialistes data doivent pouvoir se mobiliser pour mettre à disposition l'information utile pour éclairer cette décision.

Outre les data scientists, qui sont en mesure de modéliser des problèmes et d'interpréter les chiffres, d'autres experts doivent intervenir, comme les experts en conformité/gouvernance, en éthique et en systèmes informatiques, qui jouent tous un rôle crucial dans un comité chargé des données.

Il est tout aussi essentiel de confier la responsabilité des données au comité et d'en nommer un responsable. Ce comité doit être garant de la qualité, de l'exactitude et de la valeur des données, et le responsable du comité doit pouvoir demander et allouer des ressources pour gérer la vision de l'équipe et sa mise en application. Grâce à tous ces éléments, le comité chargé des données sera plus à même de créer une base de données solide et une culture « data-driven ».

Le business doit s'appropriier les données de son métier

Les équipes opérationnelles (commerciales, marketing, R&D...) doivent travailler étroitement avec le service informatique pour créer une culture de l'information. L'une des 20 plus grandes sociétés pharmaceutiques a ainsi considéré que le service commercial était le mieux placé pour comprendre les données et l'impact des décisions prises à partir de celles-ci. Traditionnellement, le service informatique était tenu pour responsable de ces données, mais n'était pas en mesure de comprendre leurs usages.

C'est pour cette raison que la responsabilité des données de ce domaine est passée de l'informatique au service commercial, mettant ainsi au premier plan la dimension business plus que la dimension technique.



PILIER 2:

Instaurer une prise de décisions « data-driven »

Pour les entreprises qui n'ont jamais eu de culture « data-driven », il peut être délicat de remettre en cause l'approche utilisée par le passé pour prendre des décisions stratégiques. Le soutien de la direction et l'adhésion de tous les responsables peuvent être nécessaires pour gérer le changement. Le recours à la formation peut également permettre aux collaborateurs de mieux comprendre comment exploiter les données pour mieux préparer leurs réunions ou influencer leurs décisions.

Le message doit être clair : le fait d'avoir une intuition n'est plus le seul élément à prendre en compte pour prendre des décisions, il faut s'appuyer sur des données pertinentes. Mettez en place un processus qui encourage l'utilisation des données dans la prise de décisions. Réalisez également un suivi des données qui ont permis de prendre une décision et des conséquences de cette décision, car il arrive que certaines données soient trompeuses. Il est important d'apprendre à reconnaître les angles morts et à demander des renseignements complémentaires.



PILIER 3:

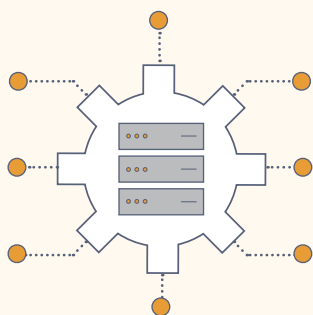
Créer une infrastructure de données

Qu'une entreprise prévoie de créer sa propre infrastructure de données ou de confier sa constitution à un partenaire stratégique, cette infrastructure doit respecter certaines règles pour répondre aux besoins actuels et être suffisamment flexible pour s'adapter aux besoins futurs.

Il faut également tenir compte de l'agrégation des données. Il existe de nombreux canaux et types de données, et certains sont plus longs à mettre à jour que d'autres. La grande majorité des répondants (76 %) ⁷ indiquent que leur entreprise a des difficultés à agréger ses données de manière efficace. Il faut parfois jusqu'à trois mois pour que certains résultats de laboratoire, dossiers médicaux électroniques et données de géolocalisation soient récupérés et rendus disponibles. Pour tirer le meilleur parti des données, les entreprises doivent tout faire pour accélérer leur processus de collecte et d'agrégation, ainsi que de publication vers les interlocuteurs et systèmes adéquats.

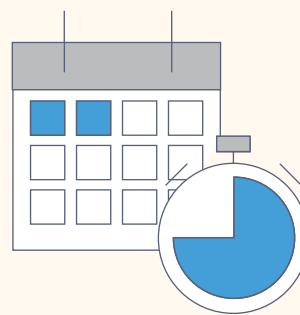
Bien sûr, les données sont inutiles si ceux qui en ont besoin ne peuvent pas y accéder. Intégrer les données clients à toutes les solutions opérationnelles permettra à vos visiteurs médicaux de les utiliser efficacement. Vous devez également être capable d'utiliser les données de tous les fournisseurs avec tous les systèmes, quel que soit le cas d'usage.

Enfin, vous pouvez faire appel à un partenaire spécialisé dans les données si vous ne souhaitez pas vous investir dans la création de cette infrastructure. L'avantage d'un partenariat est que vous pourrez profiter rapidement des données dont il dispose et que cela sera plus économique que de créer une infrastructure à partir d'une feuille blanche. Veuillez toutefois à ce que le partenariat ne limite pas votre utilisation des données. Associé à une stratégie d'intégration efficace, cet accord vous permettra d'accéder aux données dont vous avez besoin là ou vous en avez besoin.



76 %

des répondants indiquent que leur entreprise a des difficultés à agréger ses données de manière efficace



Il faut parfois jusqu'à

trois mois

pour avoir accès à certains résultats de laboratoire, dossiers médicaux électroniques ou données de géolocalisation

Veeva 2020 European Customer Reference Data Survey

7. Source: Veeva 2020 European Customer Reference Data Survey

PILIER 4:

Simplifier la vie de vos équipes commerciales

Il est frustrant et peu productif pour les équipes commerciales de perdre du temps à appeler des professionnels de santé inexistants ou dont les données sont incorrectes, ou encore de devoir attendre que leurs demandes de correction des données soient traitées. Une stratégie de gestion des données efficace qui traite rapidement les demandes de modification et vérifie les mises à jour des données améliore la productivité et la satisfaction de votre équipe commerciale. Car garantir la qualité des données, c'est aussi augmenter le pourcentage d'appels clôturés le jour même et améliorer l'impact des actions des représentants.

Les intégrations jouent elles aussi un rôle clé dans la mise à disposition des données aux équipes commerciales. Certaines configurations permettent, ou non, de faciliter l'accès aux données au bon moment. Par exemple, la limitation de l'accès aux données à certains territoires ou la vitesse des réponses aux demandes de modification des données ont un impact considérable sur l'efficacité. Si vos solutions ne sont pas intégrées ou qu'elles ne sont pas alimentées en données en temps réel, les divergences créées génèrent de la confusion et des efforts inutiles.

Outre la capacité à fournir des solutions globales, l'entreprise doit s'assurer qu'elles s'intègrent dans les outils de travail des équipes commerciales pour soutenir, et non limiter, leurs efforts.

CAS D'UTILISATION

Alexion

« Nous avons de nombreux défis à relever. Le premier était la mauvaise qualité des données des professionnels de santé et des établissements de santé, qui nuisait à l'efficacité de nos équipes et générait un fort sentiment de frustration.

Le deuxième était la vérification, qui prenait énormément de temps. Il fallait parfois plus d'une semaine pour traiter une demande de modification des données formulée par nos visiteurs médicaux. Dans un tel contexte, il était difficile de demander à nos collaborateurs de se fier aux données, car celles-ci étaient de mauvaise qualité et n'étaient pas correctement gérées.

Le troisième était l'impossibilité de faire des recherches au niveau global. La façon dont nos systèmes étaient conçus et configurés ne permettait pas aux équipes de rechercher des médecins en dehors de leur pays. Chez Alexion, nous organisons de nombreuses réunions transfrontalières pour que nos visiteurs commerciaux puissent trouver les bons professionnels de santé dans la base de données, même s'ils ne se trouvaient pas sur leur territoire.

Enfin, comme les systèmes qui collectaient les données des professionnels de santé et des établissements de santé n'étaient pas tous synchronisés, les données ne concordaient pas toujours, ce qui augmentait le risque de non-conformité.

Luigi Fassari, directeur adjoint des TI, opérations commerciales internationales chez Alexion Pharmaceuticals



Un partenaire de gestion des données digne de confiance

Les données de référence client constituent une ressource stratégique. Elles sont indispensables pour mener à bien une transformation digitale innovante et réaliser les promesses de l'intelligence artificielle (IA). Mais mettre en place le socle technologique pour créer, contrôler, maintenir ou diffuser ces données n'est pas une tâche facile.


De nombreuses entreprises préfèrent faire appel à des fournisseurs tiers plutôt que de développer l'expertise nécessaire pour créer elles-mêmes leur base de données. Ces fournisseurs garantissent des réponses rapides et de qualité aux demandes de modification des données. Ils prennent également en charge les problématiques d'intégration relatives aux accords avec des partenaires tiers qui permettent à leurs clients d'accéder librement aux données. Ils développent une expertise pour les entreprises des sciences de la vie afin que celles-ci n'aient pas à le faire.

Réfléchissez aux bénéfices que vous souhaitez obtenir en devenant une entreprise « data-driven », comme innover rapidement ou adopter des solutions basées sur l'IA dans le futur, puis identifiez les solutions qui pourront vous aider à atteindre ces objectifs.

« En passant à Veeva OpenData et Veeva Network, nous avons constaté une nette amélioration de la qualité des données des professionnels de santé et des établissements de santé. Nos visiteurs médicaux et utilisateurs sur le terrain sont plus satisfaits. Nous avons réduit le délai de traitement des demandes de modification des données de 52 %. Avant, nous devions attendre une semaine pour que les demandes de modification des données soient approuvées. Avec Veeva, la plupart sont traitées dans la journée, ce qui est assez impressionnant. Il y a plus de confiance et de transparence, et moins d'efforts manuels. »

Luigi Fassari, Alexion

ÉTUDE DE CAS Synthèse de la valeur business de Veeva OpenData

 Un leader mondial du secteur Nombre de visiteurs médicaux dans le monde Nombre de visites par mois/visiteur	Top 20	Moins d'appels inefficaces	Amélioration de 10 % de la qualité des données	3 M\$	8 M\$
	8 000	Moins de demandes de modification des données	Réduction de 75 % des ETP pour gérer les demandes	1 M\$	1,5 M\$
	100	Plus d'appels incrémentiels	Augmentation de 1 % de la productivité relative aux recherches et aux téléchargements	12 M\$	17 M\$
				16 M\$	26,5 M\$

Pour en savoir plus sur Veeva OpenData et découvrir comment il peut aider votre équipe commerciale à gagner en efficacité, rendez-vous sur www.veeva.com/eu/opendata