

# Zugang zu Daten ist unerlässlich für den Erfolg



Florian Schnappauf  
Quelle: Veeva

Auf dem Veeva Commercial Summit Anfang Mai in den USA hat das Unternehmen neue Lösungen im Bereich Customer-Relations-Management für die Life-Sciences-Branche vorgestellt: einen CRM-Bot sowie ein Service-Center. Wir sprachen mit Florian Schnappauf, Vice President Enterprise Commercial Strategy bei Veeva Europe, über die Neuerungen und die Frage, wie Künstliche Intelligenz den Vertrieb im Healthcare-Markt zunehmend verändern wird.

Herr Schnappauf, der auf dem Veeva Commercial Summit vorgestellte CRM-Bot soll die Arbeit von Vertriebsteams „produktiver“ gestalten. Was bedeutet dieses Versprechen konkret? Der CRM-Bot von Veeva ähnelt dem Textroboter ChatGPT, hat allerdings den Fokus auf den Außendienstbereich von Biopharmaunternehmen. Ziel ist es, Mitarbeiter dabei zu unterstützen, produktiver zu arbeiten. Hierfür nutzt die KI-Anwendung den Patientendatensatz von Veeva und ermöglicht es, große Datenmengen in Echtzeit zu analysieren. Außendienstteams erhalten somit tiefere Einblicke in ihre Kunden und in die wichtigsten Stakeholder im weiteren Ökosystem. Beispielsweise kann ein besseres Verständnis über die Patientenpopulation eines Arztes und seiner Behandlungsmuster dazu beitragen, dass Außendienstmitarbeiter die jeweils relevantesten Themen und Informationen in die Interaktion mit HCPs einbringen.

Wann ist der Einsatz von KI in der Life-Sciences-Branche sinnvoll?

KI wird dann erfolgreich in der Life-Sciences-Branche eingesetzt, wenn sie dazu beiträgt, maßgeschneiderte Anwendungen

zu entwickeln, bei denen Technologie und Use Case perfekt zusammenpassen. Mit der richtigen, technologischen Grundlage können Biopharmaunternehmen ihre eigenen Daten nutzen, um spezifische Fragen zu beantworten, die mit ihren geschäftlichen Anforderungen zusammenhängen.

#### Wie weitreichend ist der Einsatz des CRM-Bots in der Pharma- und Healthcare-Industrie?

Veeva hat angekündigt, dass voraussichtlich im kommenden Jahr erste Kunden die neue Customer-Relationship-Lösung von Veeva, genannt CRM Vault, nutzen werden. Der CRM-Bot ist hierbei ein optionales Add-on und hat das Potenzial, hunderte von Biopharma-Unternehmen zu unterstützen. Darüber hinaus können wir nicht ausschließen, dass derzeit weitere KI-basierte CRM-Bots für die Branche in der Entwicklung sind. Fakt ist jedoch, dass die Qualität einer solchen Lösung von dem Umfang und der Genauigkeit der HCP-Daten abhängig ist. Hier ist Veeva mit seiner Datenbank der weltweit führende Anbieter.

#### Ab welchem Prozessschritt kommen wieder „reale Personen“ zum Zug?

Der Veeva CRM-Bot ersetzt auf keinen Fall den zwischenmenschlichen Austausch, er ist lediglich der erste Schritt dahin und kann helfen, das Gespräch zwischen Außendienstmitarbeiter und HCP so perfekt wie möglich vorzubereiten.

#### Wie unterstützt die Lösung „Service-Center“ die Arbeit der Sales-Mitarbeiter?

In den kommenden Jahren wird die Zahl der Markteinführungen für Spezialmedikamente zunehmen. Heute entfällt mehr als die Hälfte der weltweiten Forschungs- und Entwicklungsarbeit auf dieses Segment mit mehr als 7.800 Medikamenten in den weltweiten Pipelines, von denen 70 Prozent das Potenzial haben, first-to-market zu sein. Diese Medikamente der Zukunft werden maßgeschneiderter sein und daher vergleichsweise kleinere Patientengruppen ansprechen. Das erhöht den Informationsbedarf der Ärzte, da sie insgesamt mehr Therapien kennen müssen.

Die Mediziner werden sich darauf verlassen, dass Biopharmaunternehmen diese Informationen über Pull-Kanäle bereitstellen. Hier kommt das Veeva Service-Center ins Spiel, eine integrierte Callcenter-Anwendung für Vertriebsmitarbeiter im Innen- und Außendienst, die ein stärker serviceorientiertes Modell zwischen Biopharmazeutika und Ärzten ermöglicht.

#### Was bedeutet das für die Skills und Qualifikationen der Vertriebsmitarbeiter?

CRM-Bot und Service-Center von Veeva sind zusätzliche Tools für Außendienstteams, die in einem immer komplexeren Umfeld des Gesundheitswesens erfolgreich mit HCPs zusammenarbeiten. Diese Tools sind intuitiv und für Außendienstmitarbeiter leicht zu erlernen, um die Interaktion mit Kunden weiter zu verbessern.

#### Was macht die Entwicklung solcher KI-basierten Lösungen in dieser sensiblen Branche besonders herausfordernd, aber auch spannend?

KI birgt ein großes Potenzial für die Branche. Wichtig ist, dass in einem stark regulierten Umfeld der Anwendungsfall für KI sinnvoll ist und einen echten Mehrwert bietet.

#### Wohin geht die Reise im Bereich Künstliche Intelligenz im Kundenmanagement bei der Life-Sciences-Branche?

Die generative KI sorgt für viel Aufregung. Sie stellt einen grundlegenden technologischen Wandel dar, der Softwareanwendungen von Unternehmen voranbringen kann.

Dass Außendienstteams KI in großem Umfang nutzen, ist neu. Wir müssen noch viel über spezifische Anwendungsfälle lernen und den Wandel gestalten, der mit der Einführung dieser neuen Technologien einhergeht. Damit KI für Biopharma-Außendienstmitarbeiter einen Mehrwert bietet, benötigt sie die besten, vollständigsten und aktuellsten Daten. Hier gibt es noch einiges zu tun, und deshalb ist die Verwendung der Patientendaten von Veeva, auch Veeva Compass genannt, der richtige Ansatzpunkt. Wenn sie verantwortungsbewusst und effektiv eingesetzt werden, können KI-gestützte Chatbots für Außendienstmitarbeiter zu gezielterer Aufklärung, besseren Gesprächen und dazu führen, dass Gesundheitsdienstleister präzisere Informationen erhalten, die auf die von ihnen behandelten Patienten zugeschnitten sind.

#### Wie sieht das Zukunftsszenario der Vertriebssteams in der Life-Sciences-Branche nach Planung von Veeva aus?

Damit Außendienstmitarbeiter in Zukunft erfolgreich sein können, müssen sie Zugang zu Daten, Echtzeitinformationen und digitalen Tools haben. KI in ihren verschiedenen Formen wird sicherlich eine immer wichtigere Rolle bei der Entwicklung und Einführung neuer Medikamente und Therapien auf dem Markt spielen. Um kommerzielle Exzellenz voranzutreiben, müssen diese Tools es den Außendienstmitarbeitern ermöglichen, schnell auf wichtige und genaue Informationen zuzugreifen, die den Ärzten helfen, fundierte Behandlungsentscheidungen für die Patienten zu treffen.