

História de Sucesso Veeva: UCB Pharma México

UCB, Bruxelas, Bélgica (www.ucb.com) é uma empresa biofarmacêutica global focada na descoberta e no desenvolvimento de medicamentos e soluções inovadoras para transformar a vida de pessoas com doenças graves em imunologia e neurologia. Com mais de 7.500 pessoas em aproximadamente 40 países, a empresa gerou receita de € 4,2 bilhões em 2016. A UCB está listada na Euronext Brussels (símbolo: UCB).

/// Para nos diferenciarmos, precisamos ter informações valiosas sobre os nossos stakeholders e sobre as interações com eles. Um dos nossos drivers para adotar Veeva Systems é garantir que teremos todas as informações relevantes em um só lugar e disponíveis para usá-las de acordo com as preferências dos nossos stakeholders, bem como do canal que decidimos usar. //

— **Mario Andrés Azuela Brajas**, Customer Facing Excellence Manager, UCB México.

Desafio

Antes de adotar a plataforma Veeva, a UCB do México utilizava uma plataforma obsoleta, que obrigava o representante, em alguns casos, a estender horas após o expediente para registrar as atividades do dia. Essa carga extra de trabalho impactava diretamente na qualidade de vida dele e também na qualidade das informações.

Além disso, a UCB decidiu entrar no mundo multicanal, integrando canais não tradicionais para impactar diferentes segmentos de clientes para um produto específico. *“Ter informações dispersas sobre a performance do canal, bem como o feedback do HCP sobre o canal e conteúdo, impede de ajustar a estratégia de acordo com a necessidade. Além disso, o uso de uma plataforma desatualizada tornou-se impraticável para ter uma base de dados integrada entre as diferentes unidades de negócios, dificultando qualquer sinergia e impedindo uma visão 360° do cliente, algo extremamente importante para definir a forma e os meios de interação”*, diz Mario Andrés Azuela Barajas, Customer Facing Excellence Manager, UCB México.

Geralmente, a indústria farmacêutica trabalha com uma grade promocional que segue preferências. No futuro, isso levará ao aumento de plataformas dinâmicas, nas quais os insights do cliente permitirão que o produto ajude uma necessidade específica que muda dependendo do cenário. Nesse sentido, o desafio da UCB é fazer com que seus representantes de vendas sejam especialistas e conheçam as necessidades de seus clientes, entregando as mensagens certas.

Solução

Até contar com a solução da Veeva, o desempenho multicanal da UCB foi avaliado com base no desempenho do canal em vez de ter uma visão de nossos clientes, impactando no processo de tomada de decisão. *“Tínhamos que trabalhar muito manualmente para poder cruzar informações e ver o que estava acontecendo com nossos clientes”, explica Brajas. “Foi aí que começamos a ver Veeva como o parceiro que precisávamos. Seu sistema foi desenvolvido para a indústria farmacêutica, agregando valor ao nosso negócio, enquanto podemos realizar atualizações que nos levam ao topo do que está sendo praticado hoje no segmento.”*

Implementação

A implementação do sistema se deu por meio de um modelo global que está sendo utilizado por toda a empresa e que dá a oportunidade de incorporar as particularidades locais, gerando uma base integrada que oferece novos pontos de vistas e uma capacidade analítica diferenciada. *“É uma plataforma muito estável, que como todo sistema requer um certo gerenciamento interno, mas que não depende de uma equipe técnica dedicada que mantenha as coisas funcionando. Um dos grandes valores que percebemos nesses seis primeiros meses de utilização, e que não tem preço para nós, é a capacidade de sincronização do produto, o que dá segurança para que os usuários trabalhem offline tendo a certeza de que as informações estarão seguras. Isso lhes permite atualizar a plataforma sempre que possível e não no tempo livre, melhorando sua qualidade de vida, além de ter informações precisas sobre suas atividades diárias. Além disso, podemos usar toda essa variedade de canais não tradicionais e ter a informação integrada.”, resume Brajas.*

Integração de Informações

Atualmente, a UCB tem trabalhado para unificar todo o modelo multicanal por meio da integração da informação, disponibilizando resultados para cada ferramenta. *“Usando o Veeva, podemos saber quantos e-mails estão sendo abertos, quem está abrindo, quanto tempo cada usuário permanece com o conteúdo e, assim, avaliar os tópicos relevantes para compartilhar com nossos stakeholders. Além do perfil da audiência e da forma como ela foi contatada, nós coletamos todas as informações sobre eventos e congressos”, explica Brajas. “O resultado é que estamos cientes não só do esforço promocional que estamos fazendo com cada cliente, mas do quanto estamos gastando.”*

Atualmente, a UCB México tem um nível de maturidade diferente no uso da plataforma Veeva entre suas unidades de negócios. Os recursos mais utilizados pela empresa são planejamento e relatórios de visitas e CLM (ajuda visual digital). Entre os valores críticos e importantes identificados durante os seis meses de utilização do sistema está a esfera de influência, que permite aos representantes documentar e identificar redes de influência que afetam o que os decisores ou instituições públicas e privadas pensam.

Outro aspecto importante percebido é a possibilidade de gerenciar projetos por meio dos objetivos específicos de cada conta, permitindo que a empresa compreenda diferentes realidades para cada cliente.

O terceiro ponto crítico observado, e que poderá ser explorado mais profundamente no futuro, é o ecossistema de relatórios e informativos sobre gastos gerados pelo sistema. *“Esse é um dos grandes valores agregados da Veeva, pois você não precisa ter desenvolvedores por trás para lhe entregar a informação, já que ela está disponível”, diz Brajas. “Devido à nossa política de governança, são poucas as pessoas que podem gerar esses relatórios, mas, por ser uma informação disponível de maneira muito intuitiva, não é necessário nenhum curso, nenhuma certificação extra para poder fazê-los.”*

Resultados

Desde a adoção do Veeva, estamos preparados para analisar diferentes modelos de negócios e gerar sinergia entre as unidades, como ter uma combinação de reuniões presenciais e remotas confiando que podemos ter essa informação registrada, permitindo que eles permaneçam em contato virtualmente com médicos que não encontram cara a cara por conta de condições especiais - presença em áreas de alto risco, viagem não justificável - e ainda mantêm contato e permanecem no top of mind. *“Esta é uma indústria em que estar presente com o médico e atender às suas necessidades torna-se crítico e ter uma ferramenta que realmente nos permite expandir nosso horizonte de opções é um fator chave”*, diz Brajas.

Para os executivos da UCB no México, um dos pontos-chave deste processo é o uso de CLM com auxílio visual digital pelos representantes. *“Este é um dos grandes benefícios, pois precisamos garantir a uniformidade das mensagens e obter informações do médico para cada uma delas”*, resume Brajas. *“Para o marketing, esta é uma ferramenta que nos permite identificar quais tipos de conteúdo o médico procura e sua percepção, e nos obriga a fazer mudanças organizacionais”*.

A UCB México conseguiu alavancar as ferramentas da Veeva para cumprir seus objetivos. *“Pouco a pouco, estamos nos movendo na adoção do sistema Veeva, mas temos metas muito claras a médio e longo prazo, com segmentações bem focadas sobre médicos e o que eles procuram em certas terapias. Estamos confiantes de que com esse tipo de ferramenta podemos tomar decisões com base em informações e não em pressupostos ou critérios subjetivos: métricas que estão nos dizendo onde a mudança está ocorrendo, tornando-se o futuro do negócio”*, afirma Brajas.

Um dos pontos estratégicos do uso das ferramentas da Veeva é a possibilidade de trabalhar com uma única estratégia dentro de um guarda-chuva de implementação, onde gerenciamento se concentra em canais e execução e não em onde a informação estará, o que antes era disperso e sem clareza.

Benefícios

- > Estabilidade.
- > Melhor qualidade de vida com acesso a todas as informações, sem a necessidade de se estar online.
- > Três motivos para explorar 100% da solução:
 - o Gerar networking para melhorar as redes de influência.
 - o Gestão dos projetos por contas.
 - o Amplo uso de relatórios e controle de gastos.
- > Resultados tangíveis:
 - o O uso prático pelos representantes permite que eles conheçam o valor agregado da solução, oferecendo uma melhor compreensão de nossos stakeholders e do que esperam de nós.
 - o Com o uso de ajudas visuais, pretendia-se ter um resultado de 40% no primeiro trimestre do ano, com um aumento gradual. Pelo quarto mês de uso, a melhoria já é de 90%.
- > Permite conhecer os investimentos em promoção, o que antes era subjetivo. Hoje, podemos ter uma visão 360° dos resultados.
- > Garante o cumprimento de todas as regulamentações locais e internacionais da companhia.
- > Outros benefícios virão a médio e longo prazo, tais como a expansão do alcance do negócio e uso de representantes híbridos.

/// *Como contamos com uma plataforma que nos permite medir a performance, confiamos que o sistema nos dará os recursos para darmos seguimento aos processos e avaliarmos os resultados.* ///

— **Mario Andrés Azuela Brajas**, Customer Facing Excellence Manager, UCB México.