

Veeva Pulse Content Metrics Report 2022 – Versión Española

Resumen ejecutivo: Acelerar el ciclo de vida del contenido comercial

El panorama del contenido comercial está cambiando rápidamente. El número de presentaciones de nuevos fármacos ha aumentado considerablemente en la última década¹, lo que requiere la entrega a escala de materiales personalizados y de conformidad con los profesionales sanitarios (HCP). La velocidad de comercialización es vital para seguir siendo competitivos, lo que aumenta la presión sobre las empresas de la industria farmacéutica (ciencias de la salud) para ejecutar un motor de contenido eficiente sin comprometer la calidad o la experiencia del cliente.

Los datos de Veeva indican que, en promedio, los especialistas en marketing tardan 21 días en completar todo el ciclo de vida del contenido y son habituales los retrasos en la validación. Dado que el volumen de contenido creado por las empresas creció un 37 % entre 2020 y 2021, acelerar este proceso de revisión es fundamental para evitar cuellos de botella. Ante el reto de hacer más con menos, los especialistas en marketing necesitan una solución de contenido comercial ágil que se traduzca en un ahorro de costes y en una mayor eficiencia del marketing.

Este informe presenta un panorama de las tendencias de contenido comercial, basada en datos anónimos y reales de 350 líderes mundiales del sector farmacéutico recogidos entre septiembre de 2020 y diciembre de 2021. Veeva Pulse Content Metrics proporciona la evaluación comparativa más completa del sector para el rendimiento del contenido comercial. Proporciona información en tiempo real que permite a las empresas mejorar sus operaciones de contenido y entregarlo al mercado de forma más rápida.

EL COMPROMISO DIGITAL REQUIERE CONTENIDO MÁS VARIADO Y RÁPIDO



3,3x

más contenido digital vs. impreso



54 %

del contenido digital es ayuda promocional, emails y material de formación



21

días para la aprobación



74 %

de contenido digital con solo un ciclo de revisión

¹ Congressional Budget Office, Research and Development in the Pharmaceutical Industry, April 2021.

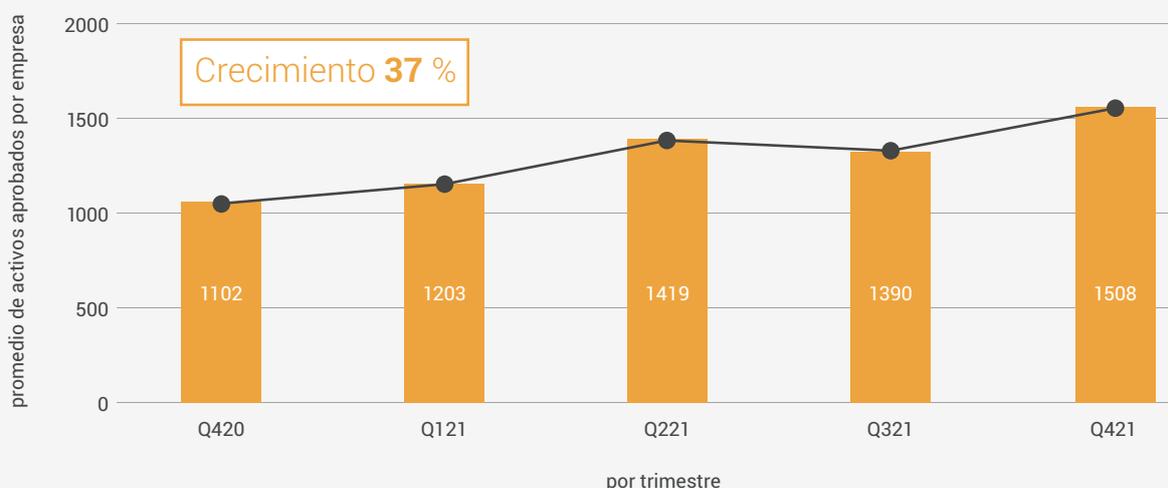
Creciente demanda de mayor contenido y más rápido

El volumen de contenido gestionado en Veeva Vault PromoMats pasó de una media de 1100 activos aprobados en septiembre de 2020 a 1500 en diciembre de 2021. Este crecimiento pone de manifiesto dos tendencias de mercado.

En primer lugar, que las empresas necesitan más contenido para promover interacciones digitales más profundas, tal como indica otra de las métricas de Veeva Pulse²: un 80 % de las reuniones virtuales con profesionales sanitarios utiliza contenido preaprobado, por contraposición a solo un 30 % de las visitas en persona.

El crecimiento refleja también el progreso de las empresas en su capacidad de racionalizar todo el ciclo de vida del contenido. Cada vez utilizan más Veeva Vault PromoMats como herramienta única para diseñar, revisar, reutilizar y distribuir el contenido de un modo más eficiente. Además, ofrece un punto de partida para hacer un seguimiento del uso y comparar el rendimiento de los procesos con fines de mejora continua.

LA NECESIDAD DE AMPLIAR EL CONTENIDO



PLAN DE ACCIÓN

Veeva invierte nella creazione di contenuti pre-approvati per accelerarne la pubblicazione. Considera adoptar una estrategia de contenido modular para crear de manera eficiente contenido comercial altamente personalizado para intensificar las interacciones digitales con los profesionales sanitarios. Mientras que las estrategias de contenido convencionales se basan en activos creados desde cero, un enfoque modular se aproximaría a una serie existente de bloques de contenido preaprobado, o "módulos", para su uso en distintos canales y regiones. Así, es posible crear y preaprobar una mayor cantidad de contenido con más rapidez y a escala, lo que ayuda a reducir el efecto cuello de botella de las revisiones de tipo médico, legal o regulatorio (MLR).

² Tendencias emergentes en la interacción con los profesionales sanitarios a nivel mundial: Informe de Veeva Global Pulse 2021.

Contenido digital en auge

Los datos de Veeva Pulse revelan que las empresas producen 3,3 veces más contenido digital que material impreso. Este dato destaca el crecimiento del contenido de marketing digital en las interacciones de uno a varios (como sitios web, banners, búsquedas de pago, redes sociales y vídeos).

Además, más de la mitad del contenido digital se centra en ayudas promocionales, emails y formación (todos ellos pertinentes para operar e interactuar de una forma más digital y personalizada). Es fundamental seguir estas tendencias de manera continuada para identificar cuál es el contenido más importante. Las empresas deberían adoptar un enfoque a medida para entender su contexto específicos y comparar su rendimiento con los valores de referencia del sector.

EL MATERIAL PROMOCIONAL ELECTRÓNICO, LOS EMAILS APROBADOS Y EL MATERIAL DE FORMACIÓN CONSTITUYEN LA MAYOR PARTE DEL CONTENIDO DIGITAL



PLAN DE ACCIÓN

Compara tu rendimiento de creación y aprobación de contenidos, pero también de uso. Un enfoque de marketing cerrado te permite controlar continuamente el uso del contenido y averiguar qué materiales tienen una mayor incidencia en los profesionales sanitarios en todos los canales. Esta información te permitirá finalmente orientar tu estrategia y tus inversiones hacia el contenido de mayor interés, basándote siempre en datos reales.

Lecciones aprendidas de Takeda

“Para poder medir el éxito de un cambio en la estrategia de contenido, tenemos que ser capaces de establecer una evaluación comparativa. Veeva Pulse Content Metrics nos ayuda a hacerlo mediante el seguimiento de nuestro rendimiento en relación con otras empresas, mostrándonos dónde podemos mejorar y qué estamos haciendo bien. Ahora sabemos dónde estamos actualmente y dónde queremos estar en el futuro”.



Karen Timmins

Jefe de Procesos Regulatorios
Publicidad y Promoción, Asuntos
Regulatorios Globales



Los ciclos de revisión se acortan, pero las aprobaciones siguen expuestas a demoras

En términos de rapidez y eficiencia de procesos, las métricas de contenido de Veeva Pulse muestran que, de media, el contenido tarda unas tres semanas en llegar al mercado, desde su creación hasta su aprobación para producción. Las demoras típicas se producen cuando el contenido se encuentra en la fase de borrador (donde pasa siete días antes de la revisión), seguidas del proceso de revisión propiamente dicho, que tarda en promedio 15 días. El tiempo de revisión puede variar considerablemente de una región a otra, lo cual muestra el impacto de las presentaciones a las autoridades sanitarias en los casos en que se precisa aprobación externa.

Estos hallazgos brindan a las empresas una importante oportunidad para acelerar sus revisiones de contenido a través de procesos normalizados y de automatizaciones de software. A pesar de que el fragmento medio de contenido pasa por 1,4 ciclos de revisión y de que un 74 % del contenido digital se aprueba en el primer ciclo, las métricas de Veeva Pulse apuntan a la necesidad de seguir explorando posibles cuellos de botella.

A PESAR DE LA REDUCCIÓN DE LOS CICLOS DE REVISIÓN, LAS DEMORAS SIGUEN SIENDO INADMISIBLES



Los valores de referencia destacan diferencias significativas entre los distintos tipos de contenido. El material de eventos y las comunicaciones corporativas se aprueban con más rapidez, lo que sugiere que el sector ha alcanzado un grado aceptable de madurez en la gestión de estos activos. En contenido diverso, como sitios web, banners o vídeos, se encuentra en el extremo opuesto, presentando las mayores demoras y ciclos de revisión.

Un resultado que nos sorprende es la mínima diferencia existente entre el tiempo de aprobación del contenido impreso respecto del contenido digital. Con un volumen de contenido que casi se ha triplicado en los últimos cuatro años, las empresas consiguieron producir suficiente contenido pertinente como para garantizar el éxito de sus interacciones digitales. Sin embargo, los valores de referencia sugieren que utilizan el mismo enfoque con los contenidos digitales que con los materiales convencionales, lo que impone la necesidad de recurrir a formas más innovadoras de preparar el contenido digital para acelerar su llegada al mercado.

LA OPORTUNIDAD DE ACELERAR EL TIEMPO DE APROBACIÓN DEL CONTENIDO DIGITAL





PLAN DE ACCIÓN

Una forma de acelerar la aprobación del contenido es a través de un enfoque MLR basado en riesgos; un enfoque que te permita destinar tus recursos de un modo más eficiente y establecer un conjunto de procesos más flexible, basado en el tipo de riesgo. Otra oportunidad de mejora reside en crear una biblioteca centralizada de documentos de referencia y reclamaciones. La inteligencia artificial y la automatización también pueden contribuir a reducir la carga administrativa y el riesgo en la indización de contenido comercial. Por último, considera la posibilidad de recurrir a las presentaciones electrónicas en el caso de las aprobaciones por parte de autoridades sanitarias, cuando proceda. Esto te permitirá crear presentaciones digitales con más rapidez y reforzar el cumplimiento regulatorio.

Conclusión

Los canales digitales están alterando el modo en que las empresas planifican, crean, revisan, validan, distribuyen y miden el contenido. La evaluación comparativa se traduce en un mayor rendimiento empresarial, pues ayuda a las empresas a averiguar dónde residen las oportunidades de crecimiento a través de una serie de métricas objetivas del sector.

Los clientes de Vault PromoMats tienen acceso a Veeva Pulse Content Metrics cada seis meses, lo que les permite explorar las últimas tendencias en contenido comercial y comparar su rendimiento con las referencias del sector. Si ya eres cliente de Veeva Vault PromoMats, ponte en contacto con tu gestor de éxito del cliente (CSM) o representante de Veeva para obtener una visión personalizada de esta evaluación comparativa.

Además, Veeva Business Consulting proporciona una evaluación comparativa y personalizada de grupos de pares (como las respectivas unidades de negocio y áreas terapéuticas) e información que pueden ayudar a tu organización a identificar oportunidades de mejora. Para obtener más información, visite www.veeva.com/eu/business-consulting.

PULSE CONTENT METRICS



*disponible a través de Pulse Deep Dive