

## VEEVA PULSE フィールドトレンドレポート

# 医師との双方向での対話可能なデジタルチャネルが、 デジタルエンゲージメントを2倍に引き上げます

ライフサイエンス業界における研究開発費の半分以上はスペシャリティ医薬品に費やされており、現在**開発中の医薬品の70%は**ファースト・イン・クラスの新規治療薬となる可能性がある**と推定されています**。治療の精度が向上し、薬剤別の患者数が減少するにつれ、医師は、患者さんが治療を開始するために必要なリソースを（診療報酬請求のサポートから治療提供可能施設認定まで）必要なその時にアクセスできる「オンデマンド・アクセス」を求めようになっています。

製薬企業は、予定された面談や従来のディテリング以外でも製薬企業にコンタクトが取れるインバウンド・エンゲージメント機能を強化することで医師のニーズにより応えることができます。医師のニーズへの対応やコールのクオリティの評価に重きを置いたサービス重視のモデルが、売上や訪問頻度といった従来のプロモーション重視のモデルに取って代わっていきと考えています。

Veeva Pulseのデータによると、医師が必要とするときに迅速にニーズに対応しているフィールドチームは、多岐にわたるチャネルを組み合わせ使用しており、**対面での活動量を維持・増加させながらも、デジタルタッチポイントの量を2倍以上に増やしています**。

このようなやり取りにより、有意義なコンテンツが届けられ、プロモーション効果を高めるといい結果をもたらしています。

GSK社のグローバル・プロダクト・ディレクターであるDave Yates氏は、「デジタルチャネルを通じて効果的にコミュニケーションを取るには、適時に応答することに重点を置き、医師が必要とするものを、必要とするまさにその時に提供できるという付加価値を与える必要がある」と述べています。

**Veeva Business Consulting** の詳細な分析をお読みいただき、スピードと価値を提供するサービス重視のエンゲージメント・モデルの構築にお役立て頂ければ幸いです。



Dan Rizzo

Veeva Business Consulting グローバル・ヘッド

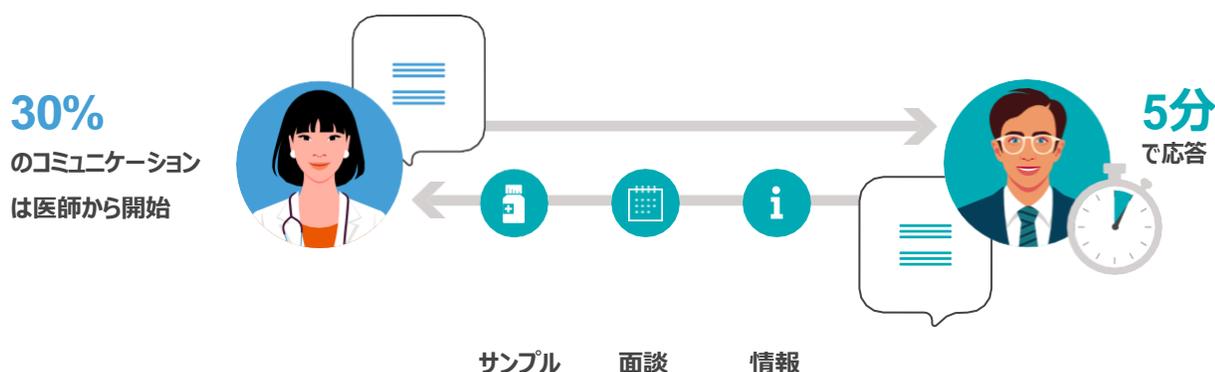


## インバウンドチャネルにより30%のコミュニケーションは医師から開始され、MRがそれらに迅速に応答

インバウンドチャネルにより、医師はMRの訪問を待たずに、必要なリソースを必要な時に得ることができます。Veeva Pulseのデータによると、コンプライアンス対応チャットが利用可能な場合、30%は医師からコミュニケーションが開始されています。

コンプライアンス対応チャットにより、MRは医師のニーズに迅速・適切に応えることが可能になります。このようなチャットにおいてMRは、法令に遵守したコンテンツを用いて質問に答えたり、新しい患者さんの治療を開始するためのサンプルの送付を手配したり、より詳細に掘り下げて説明するために面談のスケジュールを設定するなど、5分以内に応答することができます。また、**コンプライアンスに反するリスク**があり、限定的なエンゲージメントデータしか取得できない**ショートメッセージや一般的なチャットアプリ**などと異なり、明確な利点があります。

コンプライアンス対応チャットチャネルを確立し、CRMプラットフォームに統合することで、本社やその他のチームが医師のニーズを直接把握し、複数のチャネルを通じてコミュニケーションをとり、重要なフォローアップにつなげることができます。



出典：Veeva Engage Connect interaction を用いた分析（米国）、Veeva Pulseデータ 2023年1月～2023年9月

## インバウンドチャネルにより、対面でのエンゲージメントを同等以上に維持しながらデジタルエンゲージメントを2倍以上に増加

コロナ渦が落ち着き、対面での面談数が以前と同等の水準に回復しているが、その方法は変わってきています。**医師へのアクセス**は以前よりも**選択的になって**おり、ほとんどの医師は3社以下としか関わりを持っていません。そして医師の84%がオンラインでのやり取りの割合を維持または増加させたいと回答しています。

コンプライアンス対応チャットのようなインバウンドチャネルを含むデジタルチャネルは、スピードと価値をもって顧客との関係を強化し、エンゲージメントの機会を増やします。Veeva Pulseのデータによると、世界の平均では対面でのエンゲージメントが78%、デジタルは22%です。しかし、対面やアウトバウンドでの活動をインバウンドチャネルで補っている企業に絞ってみると、この比率は対面で42%、デジタルで58%と劇的に変化します。このアプローチにより、**対面でのエンゲージメントを現状と同じかそれ以上に保ちつつ**、デジタルでのタッチポイントを2倍以上に増やすことができます。

## 従来のエンゲージメント・モデル



サービス重視のモデルは、**対面での面談の量を同等以上に保ちつつ**、MRによる総エンゲージメント量を増やす

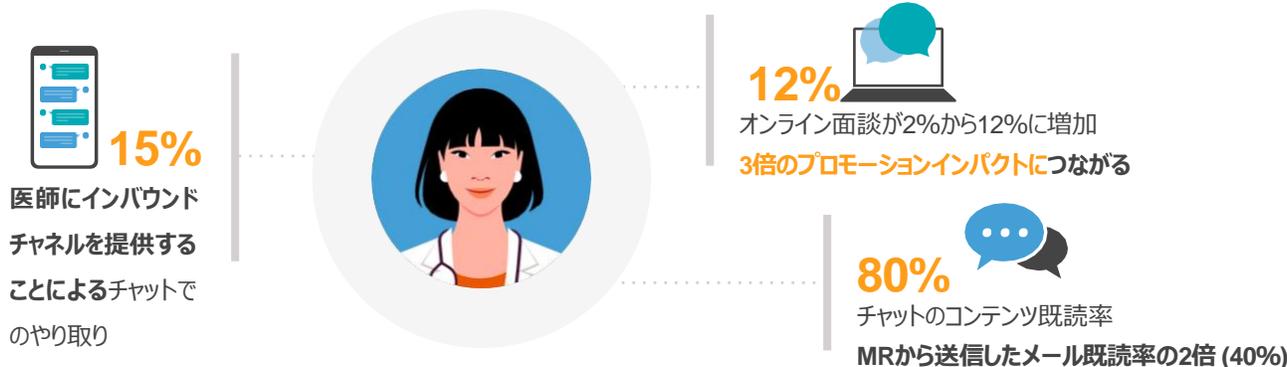
## サービス重視のモデル



出典：Veeva Pulseデータ（米国）、2023年1月～2023年9月

## 必要なその瞬間に対応できることにより、やり取りの量が単に増加するだけでなく、その質も向上する

医師のニーズに迅速に対応することで、医師との関係が大幅に強化され、アクセスと効率が向上します。この新しいエンゲージメント・モデルでは、以下のような効果が出ています：



出典：Veeva Pulseデータ（米国）、2023年1月～2023年9月

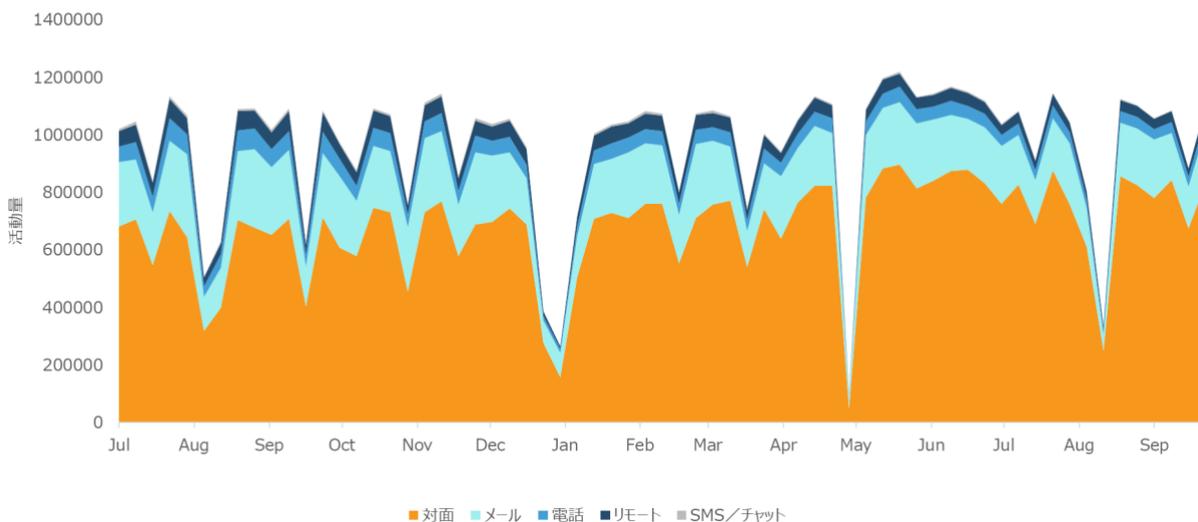
サービス重視のエンゲージメント・モデルは、有意義な対面でのタッチポイントと、対面面談間や医師が必要な際に迅速に対応するインタラクションを組み合わせたものです。早期に採用した企業は、経営陣による支援、コンプライアントなテクノロジーへの出資、医師との関係強化という指標に焦点を当てたインセンティブの再編成などを通じて基礎固めを行っています。

Veeva Pulseのデータを活用して、貴社のビジネスにサービス重視のエンゲージメント・モデルを構築する方法については、ぜひ **Veeva Business Consulting** までお問い合わせください。

Copyright © 2023 Veeva Systems Inc. All rights reserved. Veeva, V, Vault, Crossix は Veeva Systems Inc.の登録商標です。Veeva Systems はその他の登録商標および未登録商標を所有しています。ここで使用されている他の名称は、それぞれの所有者の商標である可能性があります。

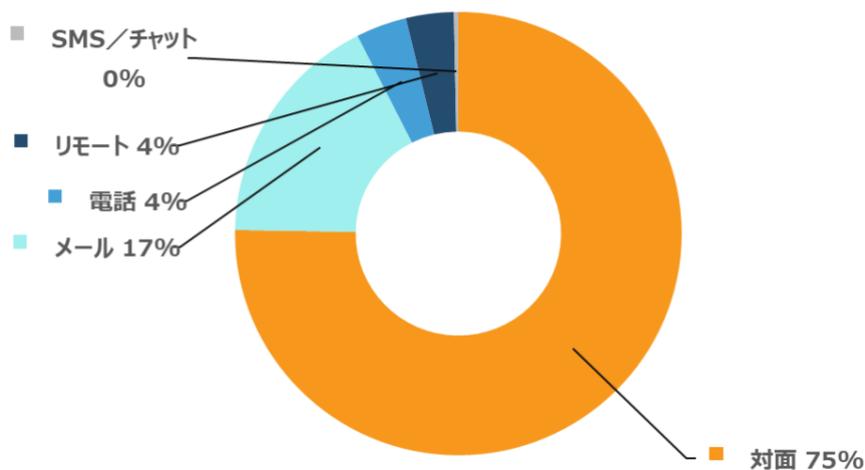
## 日本の市場トレンド

図 1：チャネルミックスの推移、日本



Veeva Pulse データ、2022年7月～2023年9月

図 2：チャネルミックス

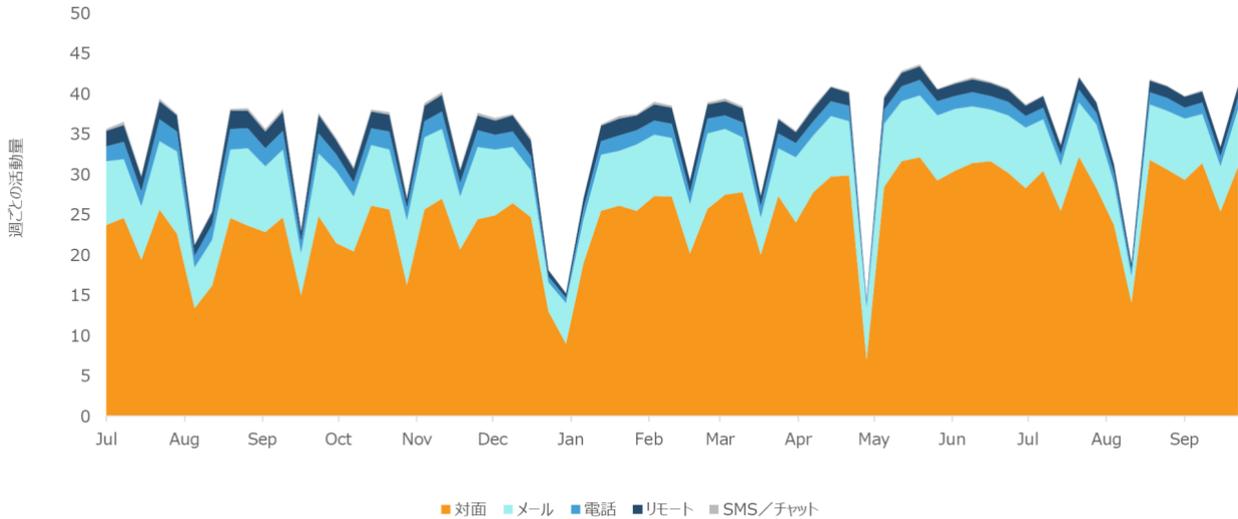


Veeva Pulse データ、2023年7月～9月

# 日本のフィールドチームの活動状況

ユーザー1人あたりの週ごとの活動状況（エンゲージメントチャンネル別）

図3：活動状況、日本



Veeva Pulse データ、2022年7月～2023年9月

図4：ユーザータイプ別活動状況、日本

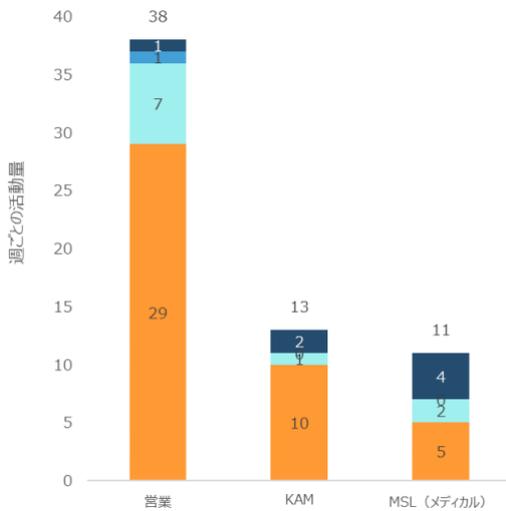
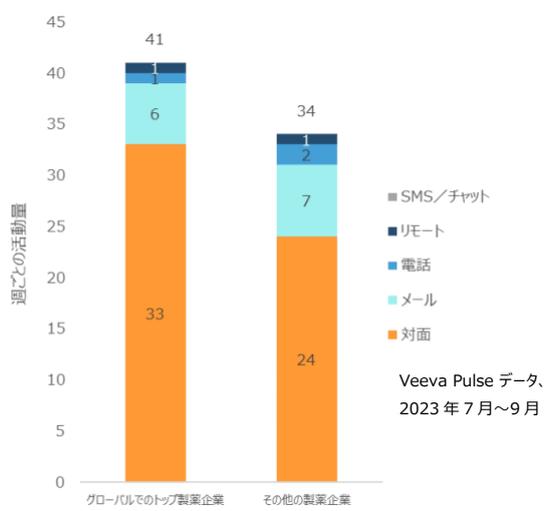


図5：企業規模別活動状況、日本

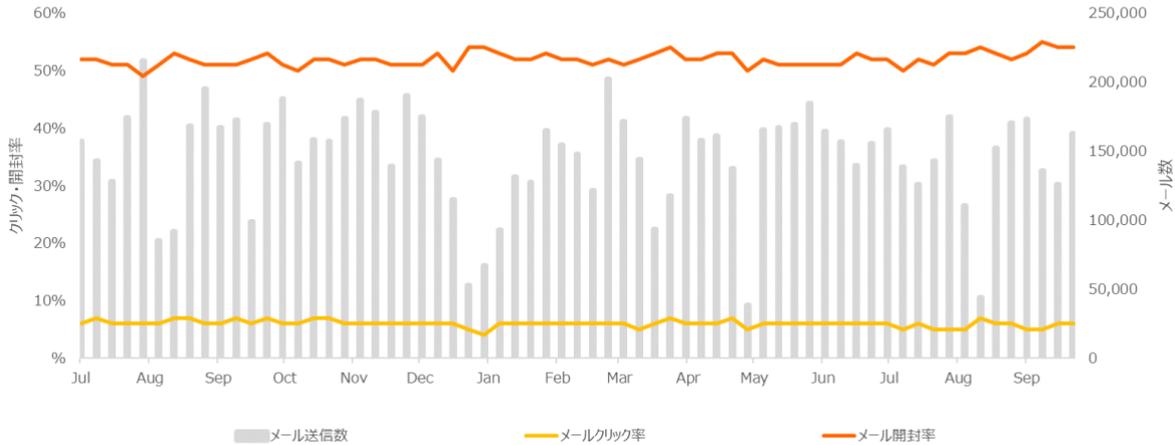


Veeva Pulse データ、  
2023年7月～9月

# 日本のエンゲージメントの質

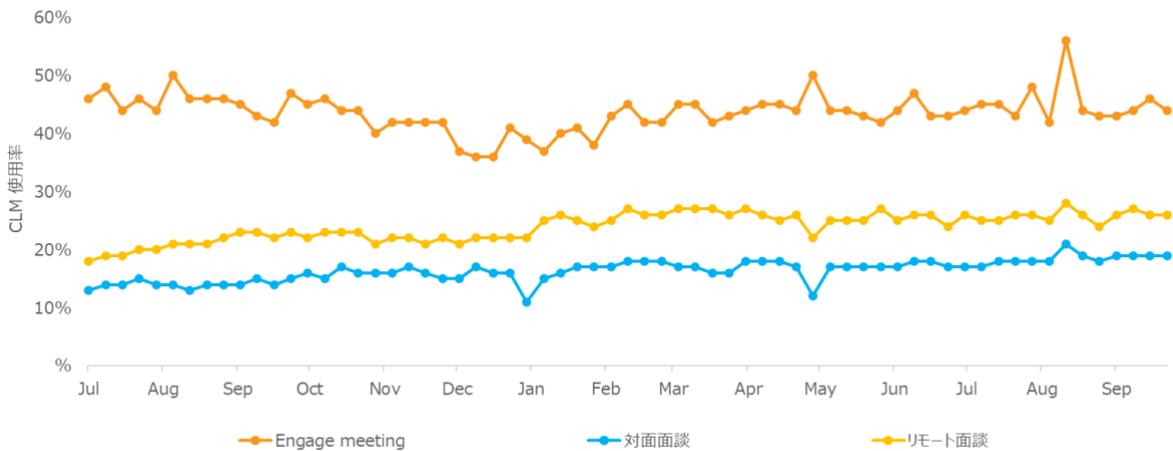
## 主要な指標のまとめ

図 6 : Approved email の使用数、日本



Veeva Pulse データ、2022 年 7 月～2023 年 9 月

図 7 : チャネル別の CLM (コンテンツ) 使用率、日本



Veeva Pulse データ、2022 年 7 月～2023 年 9 月

図 8 : Engage の面談時間、日本

**日本の Veeva CRM Engage の使用時間はグローバル平均の 3 倍以上**

グローバル平均と比べ、  
**+31min**

**45min**

Veeva Pulse データ、2022 年 7 月～2023 年 9 月

# Appendix: データの定義

## 指標の定義

- **チャンネルミックスの推移**：エンゲージメントチャンネル（対面、電話、リモート、メール、SMS／チャット）別の週ごとのVeeva CRMの週間活動量
- **チャンネルミックス**：エンゲージメントチャンネル別のVeeva CRM総活動量
- **ユーザーあたりの週ごとの活動量**：Veeva CRMに記録されているユーザー1人あたりの週ごとの活動量
- **Approved email**：Veeva CRMから送信されたApproved Email数
- **メールの開封率**：Veeva CRM経由で送信されたapproved emailのうち、一度でも開封された割合
- **メールのクリック率**：Veeva CRM経由で送信されたapproved emailのうち、一度でもクリックされた割合
- **対面面談のCLM使用率**：Veeva CRMのコンテンツを使用した対面面談の割合
- **リモート面談のCLM使用率**：Veeva CRMのコンテンツを使用したリモート面談の割合
- **Engage MeetingのCLM使用率**：Veeva CRMのコンテンツを使用したEngage Meetingの割合
- **Veeva CRM Engageの面談時間**：Veeva CRM Engageミーティングの平均所要時間（分）

## エンゲージメントチャンネルの定義

- **対面**：スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「in-person」で登録されたコール
- **電話**：スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「phone」で登録されたコール
- **リモート**：Veeva CRM EngageおよびVeeva CRMに記録した他のプラットフォームのリモート面談、スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「video」で登録されたコール
- **メール**：Approved EmailsおよびVeeva CRMに記録した他のプラットフォームのメール、スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「email」で登録されたコール
- **SMS／チャット**：スタンダードメトリクスのコールチャンネルが「chat or text」で登録されたコール

## ユーザータイプの定義

- **営業**：スタンダードメトリクスのユーザータイプフィールドが「sales」で登録されたユーザー
- **KAM**：スタンダードメトリクスのユーザータイプフィールドが「key account manager」で登録されたユーザー
- **MSL／メディカル**：スタンダードメトリクスのユーザータイプフィールドが「medical」で登録されたユーザー
- **グローバルでのトップ製薬企業**：世界の製薬企業の売上高上位17社
- **その他の製薬企業**：その他の製薬企業

## 手法

Veeva Pulse Field Trends Reportは、ライフサイエンス業界全体のグローバルおよび地域の医療従事者（HCP）エンゲージメントに関する四半期ごとの業界ベンチマークです。本レポートは、独自のVeeva Pulse データと、全世界(アジア太平洋地域、欧州、中南米、米国)の全 MR のうち 80%以上の現場エンゲージメント活動から得られた知見に基づいています。現在業界全体で使用されている Veeva CRM Standard Metrics は、エンゲージメント KPI(さまざまな地域、役割、市場セグメントのチャンネルミックスや生産性など)を一貫性のある形で収集し、評価するための基盤となります。本レポートの結果は以下に基づいています：

- **Veeva CRM**および**Veeva CRM Engage**に登録された年間約6億件の全世界の活動データ
- 億件以上の処方（Rx）および医療（Mx）記録が、米国を拠点とする縦断的な患者データセットである**Veeva Compass**に収録されていること
- 85以上の国と24の治療領域にわたる**Veeva Link Key People**で収集している論文、臨床試験、カンファレンス、協会、ガイドライン、助成金、支払い、ソーシャルメディア、ニュース言及、地域診療への影響力を含む300万人以上のプロフィール
- **Veeva OpenData**が提供する医療従事者、医療機関、所属のグローバルなリファレンスデータ。住所、メールアドレス、専門分野、コンプライアンスデータ（ライセンス情報など）を含み、現在65カ国以上で利用可能、2023年末までに100カ国以上で利用可能。

Veeva Pulse Field Trends Report は、業界に情報や知見を提供し、フィールドチームがその戦略を主要な市場トレンドに合わせ、今まで以上の商業的成功を収めることができるように支援します。また、グローバルな Veeva Business Consulting チームも、Veeva Pulse データに基づく業界ベンチマーク評価により、お客様の戦略への情報提供をサポートします。