

VEEVA PULSE INSIGHTS IN ACTION

バイオ製薬企業のフィールドインサイトから見えた
医師エンゲージメントを改善する3つの鍵とは

医師などの医療従事者は、必要な情報を速やかに確実に提供してくれる製薬企業のMR(Medical Representatives)やMSL(Medical Science Liaison)といったフィールドチームとのやり取りを重視しています。ところが、Digital Health Coalition のデータによると、「バイオ製薬企業のコミュニケーションは関連性が高くパーソナライズされている」と答えた医師はわずか27%です。

Veeva Pulse フィールドトレンドレポート は、このギャップに対し、全世界のバイオ製薬企業80%以上がやり取りした医師とのインタラクションデータ6億件の分析を基に、医師とのエンゲージメントに関する知られざるインサイトを明らかにしています。現在、いくつかの主要バイオ製薬企業のフィールドチームは、こうしたインサイト¹を基に効果的な活動をしています。

- **協和キリン**は、コンテンツの制作と利活用との間に生じるギャップを解消しています。MRが医師との面談でデジタルコンテンツを使用し、**新規処方数が2.5倍に増加**した企業もVeevaのデータ分析で見受けられました。
- **Lundbeck社**では、リアルタイムのインテリジェンスによってKOLを特定しています。Veevaのデータ分析から、疾患に関する知識を早期に提供することで治療採用が**1.5倍に増加**しています。
- **Boehringer Ingelheim社**では、コンプライアンス対応チャットでMRと医師との関係を強化しています。Veevaのデータ分析では、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**させているケースも見られました。

フィールドチームが適切なコンテンツや、適切なエンゲージメント機会、適切なチャネルを活用することで、医師との関係を強化し、医師やその先にいる患者へ長期的な価値を提供することができるのです。

Veeva Business Consulting による詳細な分析をお読みいただき、業界のリーダーがデータとテクノロジーをどのように組み合わせ、効果的に医師に働きかけているかをご覧ください。



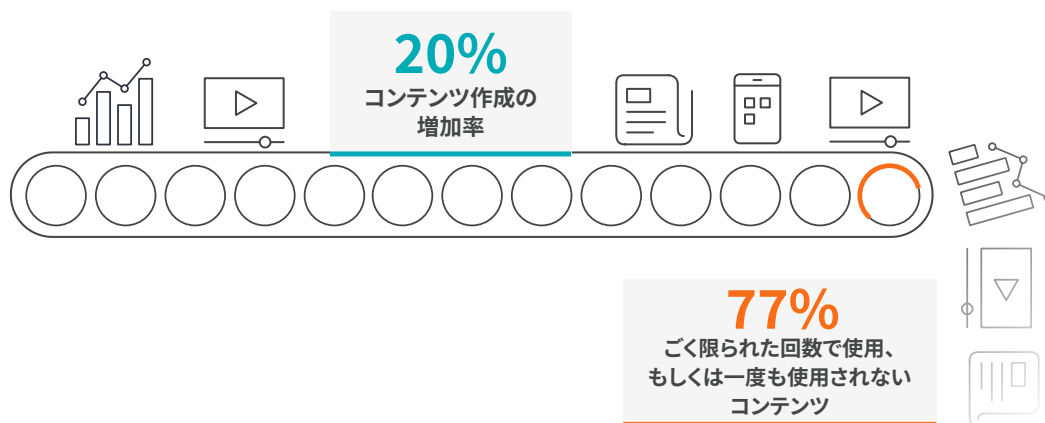
Dan Rizzo

Veeva Business Consulting グローバル・ヘッド

¹ 太字のインサイトはVeeva Pulseデータを基にしており、記載のバイオ製薬企業に特化したものではありません。

1.MRのデジタルコンテンツ活用を最大化する

Veeva Pulse データによると、MRが医師との面談中にデジタルコンテンツを使用した場合、コンテンツを使用していないときの**2.5倍の新規処方数を実現**しています。しかし、MRは10回の面談中 6回はデジタルコンテンツを使用していません。企業のコンテンツ作成率は2021年と2022年を比較すると、20%増加しているにもかかわらず、MRはそのうちの4分の1も使用していないのです。



出典：Global Veeva Pulseデータ（2022年1月～2022年12月）

協和キリンの効果的な コンテンツ戦略への鍵

日本のスペシャリティ製薬企業である協和キリンでコマーシャル・デジタル・センター・オブ・エクセレンス部門のシニアディレクターを務める Jay McMeekan氏は、MRのフィードバックをプロセスに組み込むことで、コンテンツの制作と利活用の間で生じるギャップを埋められると考えています。



早い段階からMRのフィードバックを取り込むことによって、効果が見極められます。このプロセスは効率的なだけでなく、**コンテンツをより効果的なものにしてくれます**。MRは作成に携わることで、そのコンテンツを使ってくれるようになります。

—Jay McMeekan氏

協和キリン、コマーシャル・デジタル・センター・オブ・エクセレンス部門シニアディレクター

簡潔にする

協和キリンでは、MRが必要なコンテンツを簡単に見つけられるよう、スライド枚数を最大10枚までと制限しています。

重複に気をつける

MRがどちらの資料を使うべきか迷わないよう、似た内容が重複しないようにします。

MRのフィードバックを得る

初期の段階で、MRが医師の前でコンテンツをどのように使用するかを理解しておきます。

2. 早期の KOL エンゲージメントで治療採用を増加

MSLからキー・オピニオン・リーダー（KOL）へ上市前に疾患に関する知識を提供した場合、上市後の6か月で、情報提供された医療機関全体での**治療採用が1.5倍に増加**したことが Veeva のデータ分析からわかりました。しかし、多くの製薬企業が、KOLの特定や優先順位付けのメソッドが最新でないために、KOLの70%は1社のバイオ製薬企業のメディカルチームとしか関わりを持っておらず、科学的関与やフィールドにいるメディカルチームの影響力の測定が限定的となっています。



出典：Veeva Link、Veeva OpenData、Veeva Compass、Veeva Pulseのデータを用いた片頭痛薬に関する米国での分析（2019年3月～2023年6月）

Lundbeck社の データドリブンな KOLエンゲージメント手法

Lundbeck社のメディカル・アフェアーズ・エクセレンスでディレクターを務めるChristine Castro氏は、KOLの特定や優先順位の設定、関係構築に関し、データ主導のアプローチに価値を置いています。Lundbeck社はリアルタイムのカスタマーインテリジェンスとCRMデータを組み合わせることで新しいエンゲージメント戦略を作り出しています。



適切なデータの使用は当社のエンゲージメント戦略の土台です。新薬の上市に向けた準備の中で、このデータドリブンな手法は、医師と適切な関係を築き、今後医学的に最大限の効果を生み出すことにリソースを注力することに役立ちました。

—Christine Castro氏

Lundbeck社
メディカル・アフェアーズ・エクセレンス
ディレクター

明確なプランの策定

エンゲージメントプランを明確にし、目標やKPIを設定します。

調査の徹底

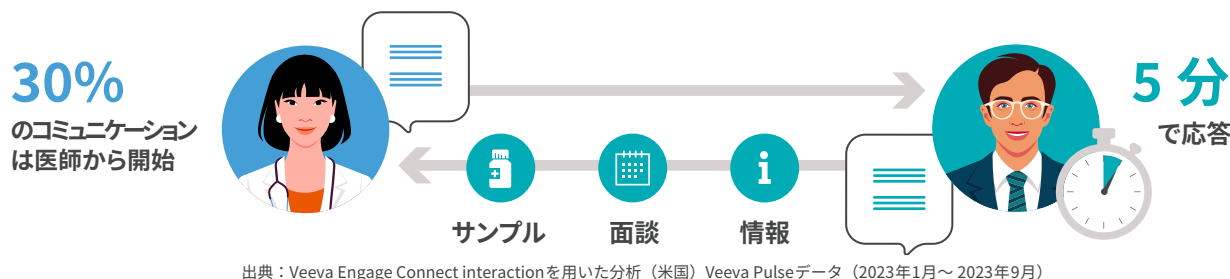
現在ターゲットにしているKOLが適切なのかを、外部データを利用して見直します。

価値の実証

MSLとの面談で医師が得られる価値が何かを理解し、それが伝わったかを記録、検証します。

3. 医師がMRを必要とする瞬間を逃さない仕組み作り

対面のインタラクションに代わるものではありませんが、**インバウンドチャネルを追加**することで、医師は必要なときにMRへアクセスできます。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、MRは価値あるスピーディーな対応ができます。



コンプライアンス対応チャットによりMR・医師間の体験が向上

Boehringer Ingelheim社は、サービス重視のエンゲージメントモデルへと移行したことで、対面でのコミュニケーション量を同等以上に保ちながら、**デジタルでの接点を2倍以上に増や**しています。このアプローチにより、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。

コンプライアンス対応チャットの利用でMRは便利なプラットフォーム上で以前より医師のニーズに迅速に対応することができます。それにより、アクセスが向上し、医師との関係も深めることができます。

–Jill Shoffner-Brown氏
Boehringer Ingelheim社
コマーシャルビジネスディレクター

コンタクトは双方向であるべきだと考えています。適切なチャネルがあれば、医師からMRへ、MRから医師へ連絡を取りやすくなります。

–Karin Fuchs氏
MD, OB-GYN, Veeva HCP Advisory Board

医師エンゲージメントの向上

コンプライアンスに準拠した方法で、医師が患者情報、コンテンツ、サンプルリクエスト、面談を依頼できるようになります。

つながりの増加

MRが新しいつながりを作りやすくなり、対面での面談までの間に速やかに返答できるようになります。

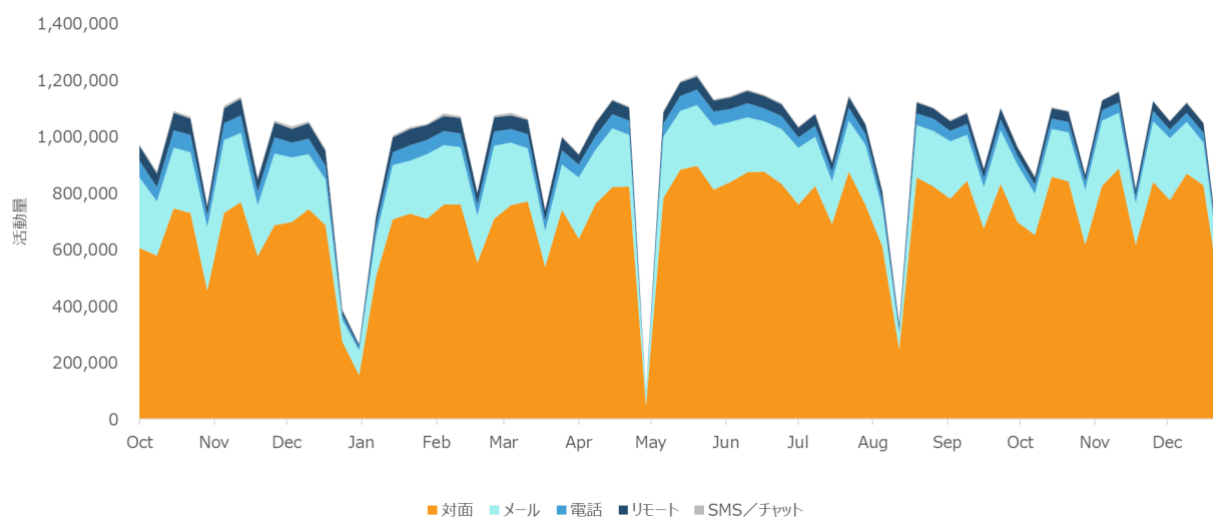
効果的な協力体制

共通のターゲットに対しては、関与しているすべての担当者が1つのプラットフォーム上でシームレスにやり取りでき、コラボレーションを高めることができます。

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** までご連絡ください。

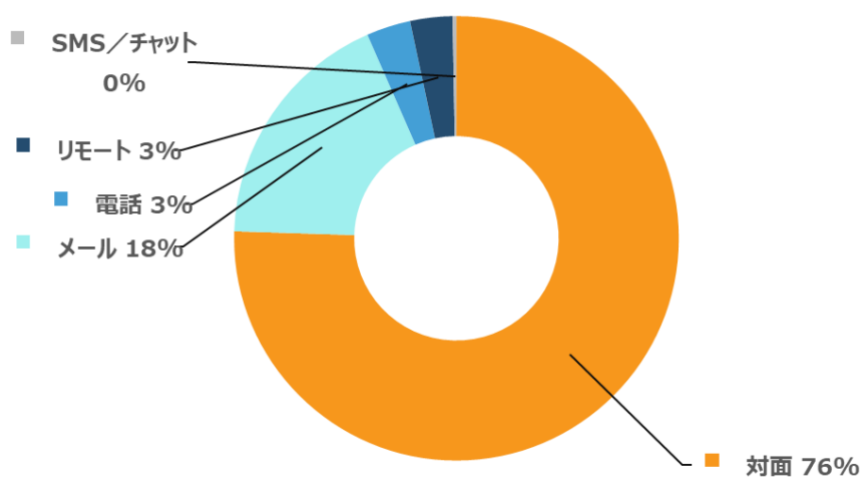
日本の市場トレンド

図 1：チャネルミックスの推移、日本



Veeva Pulse データ、2022 年 10 月～2023 年 12 月

図 2：チャネルミックス

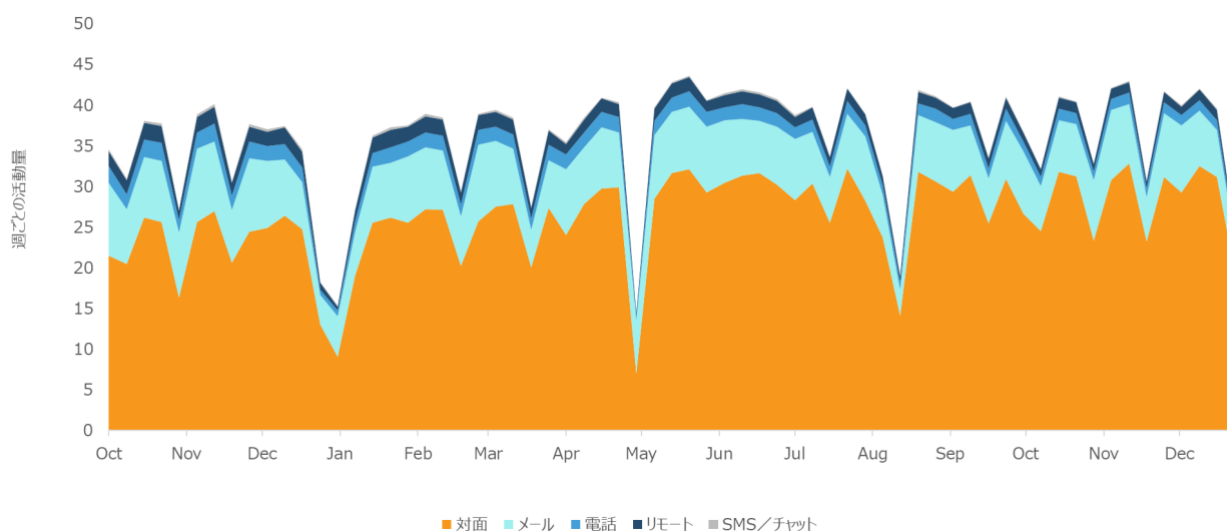


Veeva Pulse データ、2023 年 10 月～12 月

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ネル別）

図3：活動状況、日本



Veeva Pulse データ、2022 年 10 月～2023 年 12 月

図4：ユーザータイプ別活動状況、日本

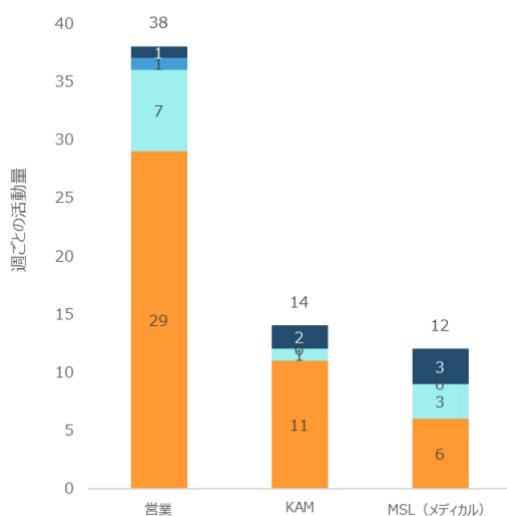
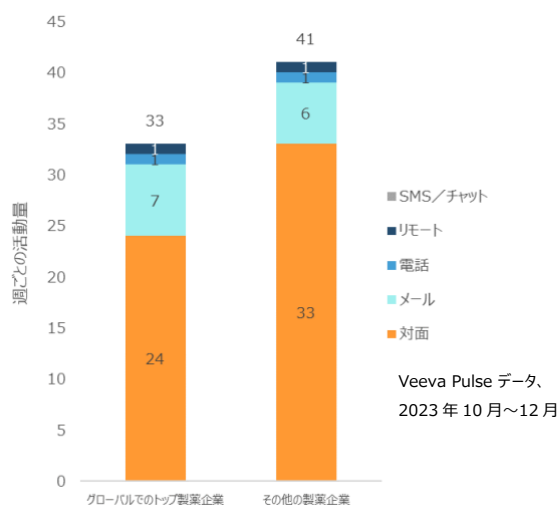


図5：企業規模別活動状況、日本

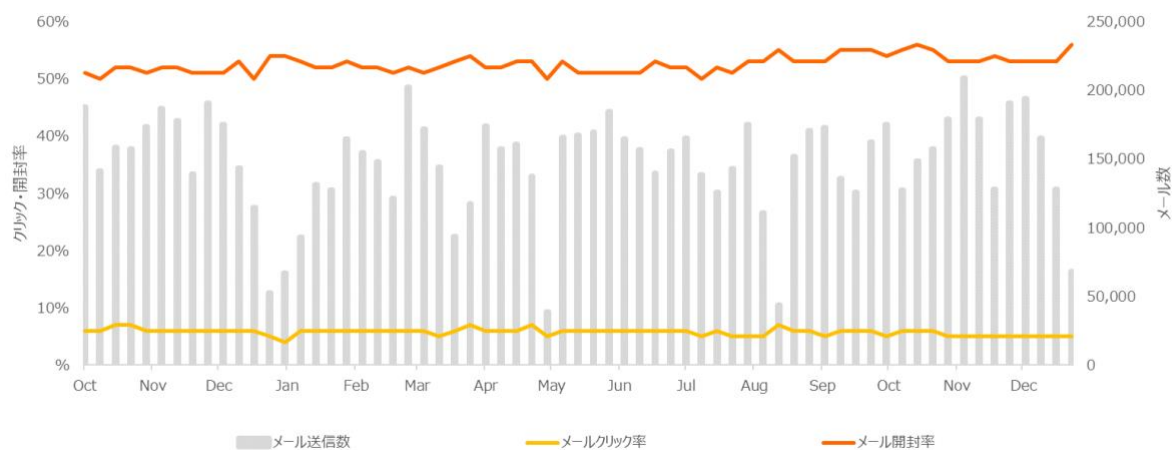


Veeva Pulse データ、
2023 年 10 月～12 月

日本のエンゲージメントの質

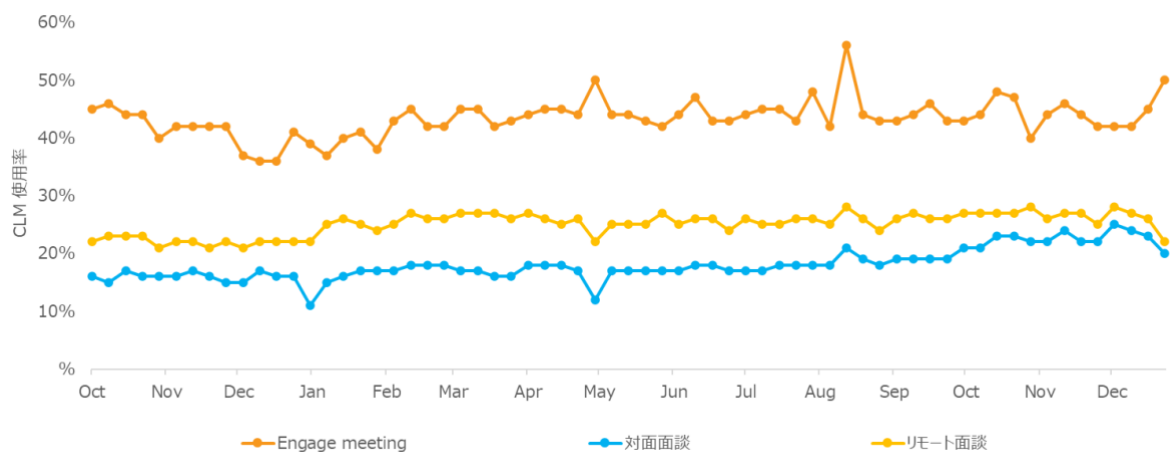
主要な指標のまとめ

図 6 : Approved email の使用数、日本



Veeva Pulse データ、2022 年 10 月～2023 年 12 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 10 月～2023 年 12 月

図 8 : Engage の面談時間、日本

47min

Veeva Pulse データ、2023 年 10 月～2023 年 12 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**で収取している論文、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。