

Novo Nordisk, 모듈러 콘텐츠로 4배 빠르게 콘텐츠 생성

4배빨라진
검토 시간**23일**콘텐츠 생성 기간을
104일에서 단축**60%**인소싱을 통한
비용 절감**5배**콘텐츠 생산량
증가**회사 유형**

대형 바이오제약

본사

덴마크 바그스베르드

사용 솔루션

Veeva PromoMats

지난 2018년, Novo Nordisk는 성장의 기회와 함께 중대한 난관에 직면했습니다. 당뇨병, 희귀 출혈 및 성장 호르몬 장애, 비만 치료 및 완치에 주력하는 덴마크 제약회사 Novo Nordisk는 파이프라인이 급격히 확장되고 있어, 상업화 지원을 위한 콘텐츠 수요도 함께 증가할 것으로 예상되었습니다. 콘텐츠 제작 비용이 3배나 증가할 가능성과, 이미 번거로운 검토 및 승인 프로세스를 더 많이 사용해야 한다는 부담은 Novo Nordisk가 성장에 대응할 방안을 모색하게 된 배경이었습니다. Novo Nordisk는 디지털 자산 관리 시스템으로 Veeva PromoMats를 선택하고, 콘텐츠 제작에 대한 접근 방식을 혁신하기 시작했습니다.

"저희가 추구하는 변화의 방향성은 명확했고, 모듈러 콘텐츠를 중심으로 한 Veeva와의 파트너십이 이러한 변화를 실현하는데 기여했습니다."라고 Novo Nordisk의 글로벌 마케팅 운영 디렉터인 Alejandra Betancourt가 말했습니다.

늘어나는 콘텐츠 수요, 정체된 예산

Novo Nordisk는 콘텐츠 제작 방식을 재고할 필요가 있었습니다. 기존 시스템은 확장성에 한계가 있었으며, 검토 및 승인 프로세스는 시간이 오래 소요되고 비효율적이었습니다. 또한, 1,500개에 이르는 에이전시 네트워크를 통해 글로벌 및 현지 요구사항에 맞는 콘텐츠를 제작했으나, 노후된 시스템으로 인해 협업에 어려움이 있었습니다.

뿐만 아니라, Novo Nordisk 팀은 예상되는 콘텐츠 수요 증가에 맞춰 예산 증액이 불가능하다는 점을 인지하고 있었습니다. 이에 Novo Nordisk는 Veeva PromoMats 경험을 활용해 콘텐츠 제작 및 검토 속도를 높이고, 다른 자료에서도 쉽게 재사용할 수 있을 것이라 판단했습니다. Novo Nordisk 팀은 Veeva

PromoMats를 도입했고, 이 과정에서 Veeva가 모듈러 콘텐츠 사용에 대한 새로운 산업 표준을 만드는 데 기여했습니다.

모듈러 콘텐츠, 간소화된 검토, 증가한 재사용

Novo Nordisk는 세 가지 브랜드를 시작점으로 하여, 투명성, 효율성, 민첩성 및 인사이트를 바탕으로 의료 전문가(HCP)를 위한 콘텐츠 접근법을 새롭게 정의했습니다. 각 문단 또는 그래픽 요소는 개별 모듈로 Veeva PromoMats에 저장되며, 관련 검토 및 승인 내역과도 연동됩니다. 따라서 해당 모듈을 사용하여 새로운 자료를 생성할 경우, 전체 검토 과정이 생략될 수 있습니다.

"모든 요소가 체계적으로 그룹화되어 있어, 일부 콘텐츠에 대해 최적화된 MLR 검토를 진행할 수 있습니다."라고 Betancourt가 말했습니다. "검토자들은 시간을 절약하는 것을 좋아합니다."

회사는 모듈러 시스템을 통해 콘텐츠 제작자들이 여러 시장에서 브랜드 정체성을 유지하면서도 동시에 창의력을 발휘할 수 있다는 것을 확인했습니다. 또한, 글로벌 콘텐츠는 이전보다 훨씬 더 빠르게 현지화할 수 있습니다. 모듈러 콘텐츠 도입 전에는 거의 전무했던 콘텐츠 재사용이 현재 40%에 달하며, 앞으로도 크게 증가할 것으로 예상됩니다.

Betancourt에 따르면, 팀은 긴 콘텐츠 제작 및 검토 시간, 글로벌 전략의 현지 적용에 대한 가시성 부족과 같은 문제점들을 제기했습니다. 이후, 이러한 문제들이 Vault PromoMats를 통해 어떻게 달라질 수 있는지 논의함으로써 변화의 각 측면에 대한 팀의 동의를 얻었다고 말합니다. "제 경험에 따르면, 사람들은 이점을 직접 확인했을 때 동의하게 됩니다."라고 그녀는 말했습니다.

일부 기업들은 맞춤형 솔루션을 선호할 수 있으나, Novo Nordisk는 Veeva의 표준화된 툴을 사용함으로써 이점을 얻었습니다. "우리가 원하는 것과 Veeva의 솔루션이 매우 유사했기 때문에 독자적인 도구를 개발할 필요가 없었습니다."라고 그녀는 말했습니다. "우리는 큰 투자 없이도 경쟁사보다 앞서 나갈 수 있었습니다."

Veeva PromoMats와 함께한 Novo Nordisk의 성공사례

- Novo Nordisk는 Veeva PromoMats를 통해 콘텐츠 자산 생산량을 5,000개에서 31,000개로 늘렸습니다.
- 통일된 글로벌 콘텐츠 표준으로 모든 자료의 품질을 향상시켰습니다.
- 이제 회사는 어떤 콘텐츠가 제작되고 있고, 어떤 콘텐츠가 효과 있는지 완벽하게 파악할 수 있습니다.
- 일부 자산에 대한 간소화된 검토 및 승인 프로세스 덕분에 전체 검토 시간이 절반으로 단축되었습니다.
- 예상되는 연간 검토 시간 절감 효과는 연간 5,000 근무 주(workweeks)와 같습니다.
- Novo Nordisk는 이제 콘텐츠 제작부터 재사용까지 트래킹할 수 있으며, 모든 디지털 채널에 걸친 완전한 고객 경험 인사이트 확보 역시 가능합니다.
- 모든 Novo Nordisk 브랜드는 2022년 말까지 모듈러 콘텐츠를 사용할 예정입니다.

"우리가 원하는 것과 Veeva의 솔루션이 매우 유사했기 때문에 독자적인 도구를 개발할 필요가 없었습니다. 우리는 큰 투자 없이도 경쟁사보다 앞서 나갈 수 있었습니다."

—Alejandra Betancourt, 글로벌 마케팅 운영 디렉터, Novo Nordisk

확장성을 갖춘 더 많은 콘텐츠

Novo Nordisk는 불과 2년 만에 제작 콘텐츠의 양을 5배로 늘렸으며, 콘텐츠 1개 제작에 소요되는 기간을 104일에서 23일로 대폭 단축했습니다. 또한, 콘텐츠 검토 처리 속도는 4배 이상 빨라졌습니다. 이는 Novo Nordisk 마케터들이 보다 많은 콘텐츠 요청을 처리할 수 있는 역량을 확보하게 되었음을 의미합니다.

Veeva PromoMats는 Novo Nordisk가 1,500개에 이르는 에이전시와 보다 효율적으로 협업할 수 있도록 지원합니다. 이제 회사는 제작 중인 콘텐츠와 성과가 우수한 콘텐츠를 명확하게 파악할 수 있습니다. Novo Nordisk는 내년에 모든 브랜드에 모듈러 콘텐츠를 적용할 계획입니다.

"업계 관계자들이 저에게 성공 비결을 물을 때마다, 저는 먼저 달성하고자 하는 변화에 대한 명확한 비전과 그것을 실현할 구성 요소를 갖춰야 한다고 조언합니다."라고 Betancourt는 말했습니다.

"저희가 추구하는 변화의 방향성은 명확했고, 모듈러 콘텐츠를 중심으로 한 Veeva와의 파트너십이 이러한 변화를 실현하는 데 기여했습니다."

—Alejandra Betancourt, 글로벌 마케팅 운영 디렉터, Novo Nordisk