

## 치료제 도입 가속화를 위해 올해 바이오 제약 업계가 주목할 가장 효과적인 AI 활용법

AI는 최상의 고객 인게이지먼트를 실현하도록 지원합니다. 삶을 변화시키는 혁신적인 과학적 데이터와 콘텐츠를 가장 적합한 담당자나 채널을 통해 HCP 및 환자에게 전달하는 것이 그 어느 때보다 쉬워졌습니다:

**I Free Text Agent**는 고객과의 상호작용에서 고객이 느끼는 구체적인 도입 장벽이나 새로운 정보에 대한 반응과 같은 **깊이 있는 인사이트**를 포착하고, 이를 규제 준수하에 관련 팀들과 공유합니다.

**I Pre-call and Media Agents**는 단순한 콘텐츠 생성을 넘어, 인사이트를 도출하고 **콘텐츠 인게이지먼트를 지원함으로써** 막대한 비용 손실을 초래하는 격차를 줄여줍니다. 콘텐츠를 효과적으로 활용할 경우 치료를 시작하는 **환자 수를 두 배로 늘릴 수 있지만**, 실제 현장에서는 **미팅의 48%**에서만 콘텐츠가 공유되고 있습니다. AI는 HCP의 채널별 및 부서별 활동 이력을 바탕으로 가장 적합한 콘텐츠를 제안하고 맞춤형 대화 포인트를 요약해 제공함으로써 이 문제를 해결합니다.

**I Voice Agent**는 인간의 목소리를 **CRM 인터페이스**로 활용하여 콜 기록과 후속 조치 사항을 자동으로 기록하고 전사합니다. 이를 통해 중요한 인사이트나 업무가 누락되지 않도록 돕습니다.

하지만 AI만으로는 운영 모델과 협업의 한계를 극복하기에 충분하지 않습니다. **상위 20대 바이오 제약사 경영진 중 약 71%**는 기존의 오래된 운영 모델이 진정한 부서 간 협업을 가로막고 있다고 답했습니다.

성공적인 기업들은 이러한 변화의 시기에 발맞춰 운영 방식을 진화시킬 것입니다. 그 시작은 HCP의 경험에 최적화된 세일즈, 마케팅, 메디컬 간의 공동 목표 설정입니다. 이러한 협업 체계 안에서 AI의 역할은 더욱 확장될 수 있으며, 유기적인 구조 내에서 업무 순서를 자동화함으로써 고객 관계를 개선하고 환자에게 치료제를 더욱 빠르게 전달할 수 있게 됩니다.

AI를 활용한 커머셜 혁신의 동인과 장벽에 대해 더 자세히 알고 싶으시다면, **Veeva HCP 360 Trends Report**를 확인해 보시기 바랍니다.



**Dan Rizzo**

VP, 비즈니스 컨설팅 글로벌 총괄



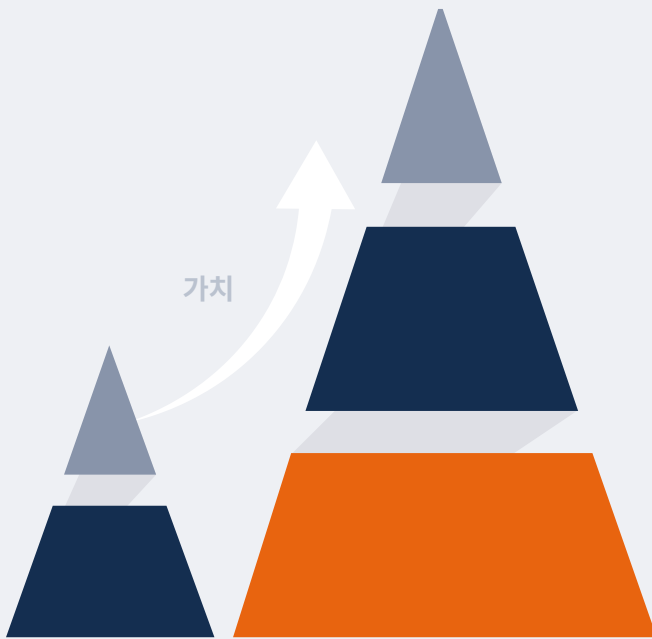
## 프리 텍스트는 원활한 HCP 인게이지먼트를 위한 기반입니다

필드 팀은 고객 관계를 구축하는 가장 직접적인 수단이지만, 그만큼 많은 비용이 투입됩니다. 그럼에도 대부분의 기업은 주로 컴플라이언스 문제로 인해 드롭다운 방식으로 미팅 노트를 기록하며, 이 과정에서 깊이 있는 인사이트를 놓치고 있습니다. HCP의 실제 의도나 새로운 데이터에 대한 반응, 구체적인 도입 장벽 등 매우 가치 있는 인게이지먼트 인사이트는 서술형의 **풍부한 프리 텍스트에 담겨야 합니다.**

AI는 다음과 같은 방식으로 옴니채널 인게이지먼트를 위한 새로운 기반을 구축하고 있습니다:

- 팀이 컴플라이언스 위반을 걱정하지 않고도 HCP와 나눈 대화의 전체 맥락과 미묘한 차이까지 모두 기록할 수 있도록 지원합니다.
- 기록 제출 전 텍스트를 스캔하여 승인되지 않은 치료 효능 주장이나 환자의 개인 정보 등 잠재적인 위반 항목을 식별하고 경고문을 표시합니다.
- 민감한 내용을 삭제하도록 실시간 코칭을 제공함으로써 사용자가 컴플라이언스 규정을 더 깊이 이해할 수 있도록 돕습니다.

## 컴플라이언스를 보장하는 프리 텍스트, 고객 인게이지먼트의 사각지대를 없애다



### 관계 관리 최적화

관계 관리는 연결되고 개인화된 접점을 통해 개선되며, 이를 통해 어떤 팀이나 부서가 연락하든 모든 상호작용 정보가 다음 단계에 반영됩니다.

### 옴니채널 오케스트레이션, 그리고 AI

신뢰도 높은 주요 인게이지먼트 데이터는 분석 모델과 AI에 대한 입력값을 강화하여, 세일즈, 마케팅, 메디컬 팀 전반에 걸쳐 진정으로 조율된 인게이지먼트를 위한 인사이트와 맥락을 생성합니다.

### 프리 텍스트 기반

섬세한 인게이지먼트 정보는 HCP에게 즉각적으로 필요한 사항, 새로운 데이터에 대한 감정(sentiment), 그리고 새롭게 발생하는 치료 장벽에 대한 심층적인 맥락을 포착합니다.

맥락이 담긴 깊이 있는 고객 데이터를 효과적으로 확보하고 활용하는 것은 세일즈, 마케팅, 그리고 메디컬이 유기적으로 연결되고 개인화된, 진정한 통합 인게이지먼트 모델을 구축하기 위한 기반입니다. 컴플라이언스를 준수하는 프리 텍스트를 위한 AI 에이전트를 선제적으로 도입한 기업들은 현재 **체계적이고 단계적인 프로젝트 방식**을 채택하고 있습니다.

더 보기: 필드 팀과 HCP 간의 상호작용 가치를 극대화하는 AI 활용법



## 단순한 콘텐츠 생성을 넘어, 콘텐츠 활용을 위한 AI 도입이 필수적입니다

콘텐츠 제작을 위한 AI는 속도, 관련성, 그리고 컴플라이언스라는 측면에서 바이오 제약 업계가 가장 기대하는 혁신적인 잠재력을 지니고 있습니다. 하지만 그에 앞서 업계가 해결해야 할 활용 격차 문제가 있습니다. Veeva HCP 360 데이터에 따르면 콘텐츠를 활용한 인게이지먼트가 신규 환자의 치료 시작률을 두 배 이상 높이는 것으로 나타났지만, 실제로는 승인된 콘텐츠의 약 80%가 필드 팀에 의해 사용되지 않고 방치되고 있습니다.

### 적기적소의 콘텐츠 공유가 주는 이점



2.5배

미팅 중 콘텐츠를 활용했을 때  
발생한 신규 임상실험 대상자



최대

25%

미팅 간  
소요 시간 단축



최대

20%

후속 미팅  
성사 가능성 향상

출처: Veeva HCP 360 Trends 데이터, 2022-2025

콘텐츠 제작 전략과 필드 실행 사이에는 명백한 괴리가 존재합니다. 업계는 고도로 개인화된 영향력 있는 자료를 갈망하며 콘텐츠 생산량을 늘리고 있지만, 정작 필드 팀이 미팅에서 콘텐츠를 활용하는 비중은 절반에도 못 미칩니다.

AI 에이전트는 이전의 인게이지먼트 기록과 치료 전환점 등을 유기적으로 연결하여, 가장 영향력 있는 상담이 가능하도록 **최적의 콘텐츠 자산**을 제시함으로써 콘텐츠 활용도를 높여줍니다.

따라서 실질적인 단계부터 착수해야 합니다. 우선 HCP의 여정에 맞춘 투자와 함께 측정 가능한 명확한 목표를 설정하십시오.

더 보기:

인게이지먼트 참여도 높은  
콘텐츠를 AI가 우선  
추천하도록 만드는 방법



## 메디컬과 커머셜의 공동 KPI 설정, AI 활용 극대화를 위한 구조적 토대

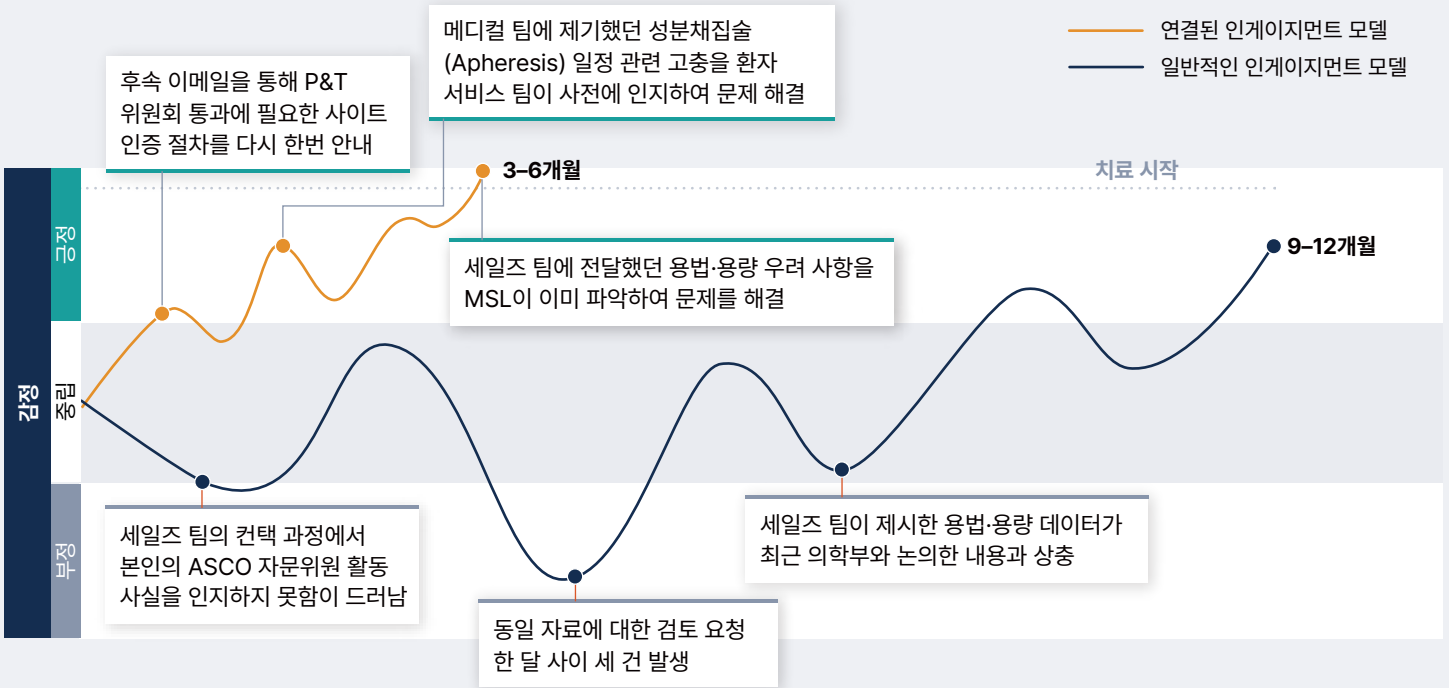
치료제 출시 전 필드에서 진행하는 메디컬 교육은 **치료제 도입률**을 50%나 **향상**시킵니다. 이는 메디컬과 커머셜 팀이 협력하여 필요한 순간에 데이터와 콘텐츠를 적절히 전달했을 때, HCP와 환자가 얻는 이득이 얼마나 큰지 잘 보여주는 사례입니다.

정작 일관된 메시지로 고객에게 통합적인 가치를 제공하기 위해 부서 간 공통 지표를 수립한 기업은 거의 없는 실정입니다. 흔히 기존의 컴플라이언스 우려를 장애물로 꼽지만, 실제로는 상위 20대 바이오 제약사 경영진의 71%가 자사의 운영 모델이 부서 간의

효과적인 협업을 가로막고 있다고 답했습니다.

공동 KPI를 설정하면 AI 에이전트가 팀 간 협업을 자동화하고 인사이트와 콘텐츠를 실시간으로 제안하여, HCP와의 **자사의 운영 모델이 부서 간의 효과적인 협업을 가로막고 있다고 답했습니다**. 협업 중심의 조직 구조와 통합된 데이터 기반이 갖춰진다면, AI는 세일즈, 마케팅, 그리고 메디컬 전반의 업무 흐름을 더욱 정교하게 자동화할 것입니다.

### 치료 여정을 단축하는 공동 목표 수립으로 치료 가속화



공동 KPI 수립을 시작으로, 경영진의 적극적인 지원 아래 운영 모델과 인센티브 체계를 개편하여 부서 간 사일로와 컴플라이언스 우려를 해소하십시오.

더 보기: **AI 활용 극대화를 위한 운영 모델 및 인센티브 체계 개편 방안**

**Veeva Business Consulting** 과 협력하여 HCP 360 트렌드 인사이트를 확보하고, 필드 팀의 AI 활용도를 높여 HCP 인게이지먼트를 최적화하십시오.