BAROMÈTRE TECHTOMED DE LA PRATIQUE OMNICANAL DES PHARMAS 2024

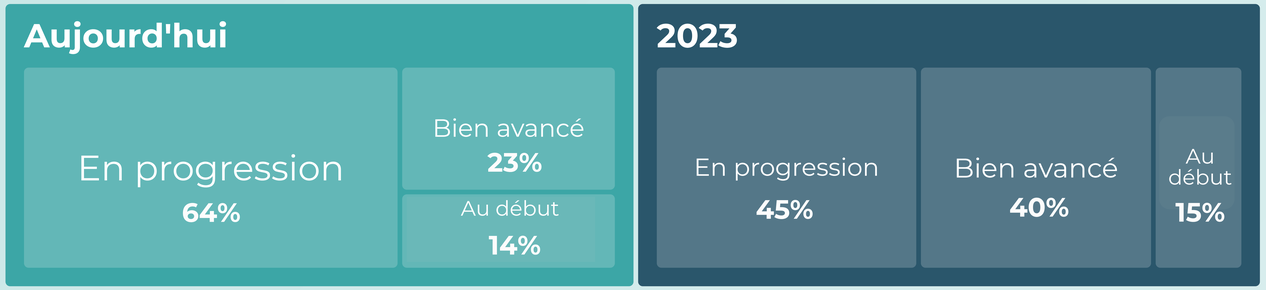
Résultats d'une enquête TechToMed

MÉTHODOLOGIE

- **Étude réalisée auprès de 20 laboratoires pharmaceutiques avec un focus sur la France.**
- **Elle fait suite à une précédente enquête menée en 2023 et nous permet de mesurer l'évolution de la pratique omnicanal**
- Questionnaire administré par mail du 25.06.24 au 16.07.24.
- Cible principale décideurs de la Pharma : codir, vente, marketing, médical, customer excellence, customer engagement, omnicanal.

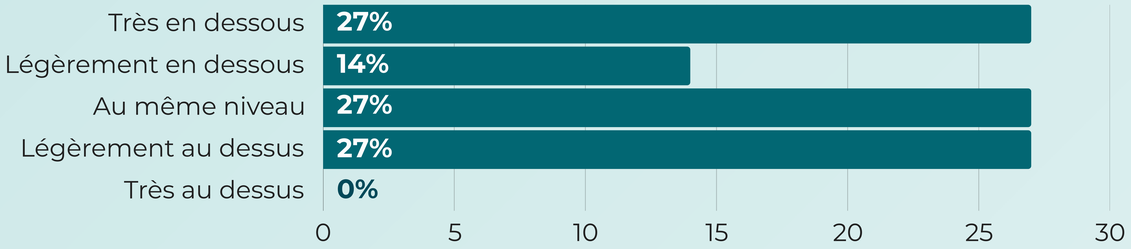
1 NOUVEAU MODÈLE D'INTERACTIONS ET PRATIQUE DE L'OMNICANAL

LES LABORATOIRES SONT BIEN PLUS AVANCÉS DANS LA TRANSFORMATION DE LEUR MODÈLE D'ENGAGEMENT QU'EN 2023 !



1/5 PHARMA déclare un niveau de pratique avancée versus 2/5 en 2023 (un jugement plus pragmatique de la réalité).

FACE À LA CONCURRENCE, CERTAINS LABORATOIRES S'ESTIMENT EN RETARD DANS LA PRATIQUE DE L'OMNICANAL

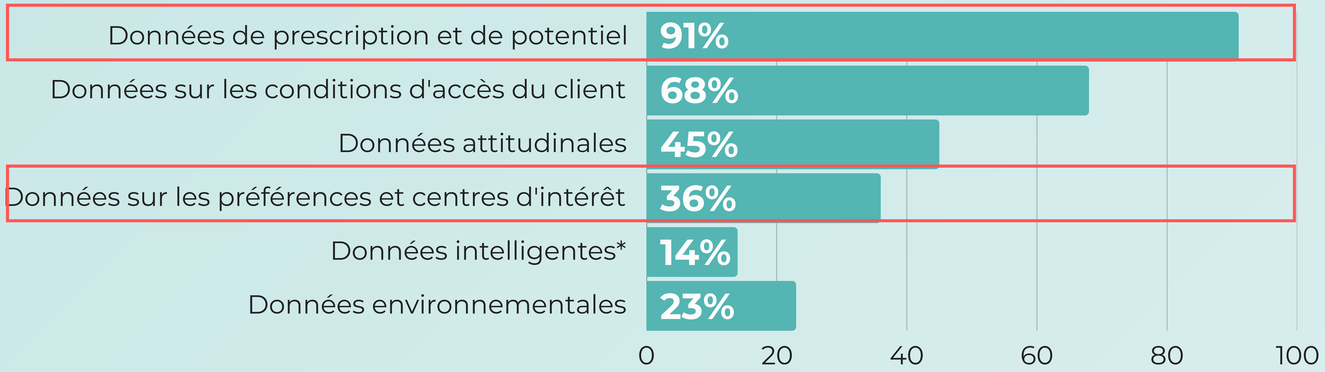


LA SEGMENTATION ET LA PERSONNALISATION SE DÉVELOPPENT

77% des laboratoires répondant ont mis en place une segmentation actualisée avec des personae ainsi qu'une intégration dans les plans marketing de l'exercice de transformation.

2 L'ENJEU DE LA CONNAISSANCE CLIENTS POUR PERSONNALISER ET ENGAGER

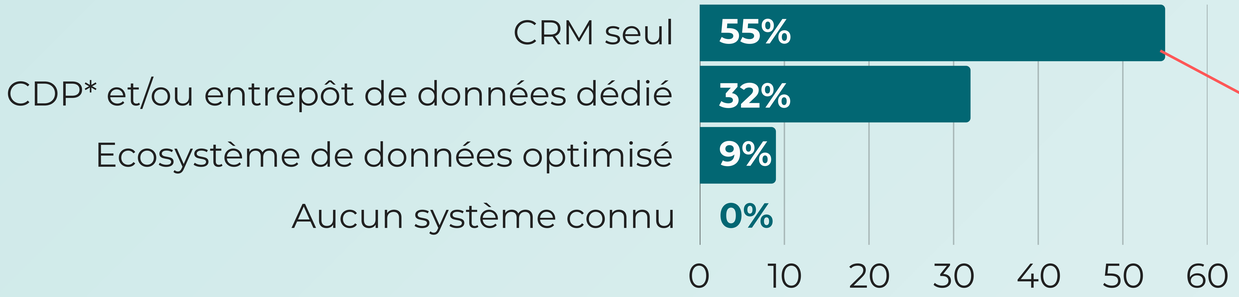
DES DONNÉES VARIÉES ET DE PLUS EN PLUS GRANULAIRES COMPOSENT LA CONNAISSANCE CLIENTS



Les données clients historiques (prescription, potentiel et conditions d'accès) demeurent les plus utilisées

Des données permettant une personnalisation plus fine sont aujourd'hui collectées

UN RETOUR EN ARRIERE DANS LE NOMBRE D'INFRASTRUCTURES IT SPECIFIQUES ET DE L'ORGANISATION DE LA CONNAISSANCE CLIENTS



55 % des répondants (vs 44 en 2023) déclarent ne posséder **qu'un CRM** avec une baisse du nombre de Customer Data plateform et d'écosystème de données optimisé.

**CDP : Customer Data Plateform*
**Données intelligentes : auto segmentation, Business Intelligence, visualisation et data science*
IT : Technologie de l'information

3 QUELLES UTILISATIONS DU CRM POUR ACCOMPAGNER CE CHANGEMENT ?

LE CRM UTILISÉ POUR DES TÂCHES DE PLUS EN PLUS VARIÉES SAUF POUR SA VÉRITABLE FINALITÉ : CONSTRUIRE ET SUIVRE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Obtenir des consentements
91%

Voir une fiche client
91%

Faire des visites à distance
64%

Suivre la performance (module analytics)
32%

77%
Ajouter des rdv dans l'agenda

55%
Organiser, suivre, partager une expérience client

45%
Organiser des interactions sur mesure pour chaque client

86%
Envoyer des approved e-mail

23%
Suivre les recommandations (module suggestion)

4 QUELS SONT LES LEVIERS ET LES FREINS À LA PRATIQUE DE L'OMNICANAL ?

LES PERSONNES MOTIVANT LA PRATIQUE DE L'OMNICANAL

La direction générale
55%

Vos clients
45%

Le Customer Excellence
50%

68%
Le global

45%
Le marketing

23%
Le terrain, les ventes

La pratique de l'omnicanal de plus en plus motivée par le client final : Les Pharma deviennent Customer Centric !

DE NOMBREUX FREINS SONT ENCORE EXPRIMÉS

Management
23%

Culture
59%

Process
18%

23%
Budget mis à disposition

55%
Effectif dédié

55%
Règlementaire/ compliance

55%
Les infrastructures informatiques et la gestion de la data

UNE MULTITUDE DE LEVIERS RESTANT À ACTIVER POUR UNE PRATIQUE DE L'OMNICANAL OPTIMISÉE

Les 3 principaux leviers à activer pour une pratique omnicanal optimisée :

- **La connaissance clients**
- **Un système d'informations clients**
- **Un contenu adapté**

5 QUELLES TENDANCES POUR 2024 ?

LE CONTENU ENVIRONNEMENT TRÈS PRÉSENT DANS LA STRATÉGIE DES LABORATOIRES EN 2024

90% des laboratoires répondants souhaitent alterner du contenu produit et du contenu environnement.

LA DATA COMME PRIORITÉ D'INVESTISSEMENT POUR 2024

64% des répondants désignent la data et son écosystème comme l'un des composants du développement sur lequel doivent s'orienter les investissements en 2024 et 2025.

LA PLACE DE L'IA AU SEIN DU MODÈLE OMNICANAL

45% des répondants pensent que l'IA va générer leur contenu

27% pensent que l'IA va automatiser leurs interactions

Cette infographie est le résultat d'une enquête menée par TechToMed. Pour plus d'informations sur cette enquête, veuillez contacter : contact@techtomed.com
www.techtomed.com

Pour toute information complémentaire, contactez :

LAURA BAILET

Consultante Healthtech Senior
Référente formation - TechToMed

laura.bailet@techtomed.com