2022-03-07

**譯者**．**陳如月**

超級明星大會和會議將繼續佔據中心舞台，但現在透過虛擬和混合活動分享聚光燈

# *隨著疫情使製藥大會議黯然失色，它們的虛擬和混合替代品抓住了這個機會，並將繼續存在。*

 世界各地的會議出席記錄正在被打破，業界領域大量的摘要、海報和專題討論會被分享 — 在這個過程中，没有一件行李丢失。

 McCormick Place位於芝加哥，占地260萬平方英尺，是美國臨床腫瘤學會(ASCO)年會的舉辦地，這裡出奇地安靜，但這很重要的腫瘤學會議三天的在線活動仍然吸引42,700名與會者，包括5,300篇摘要、2,300篇口頭和海報展示，癌症專題討論會和臨床專題討論會已被瀏覽超過250萬次。

歐洲心臟學會（The European Society of Cardiology，ESC）看到它的數位猛增，無數其他會議和專題討論會也是如此，這些會議和專題討論會由於疫情的滾動封鎖而被迫虛擬存在。

虛擬會議和混合活動已經成為競爭生態的一部分，在早期的必要性激增之後，產業現在正在推算哪些元素在後疫情的世界中效果最好。這是一個涉及行為心理學、科技能力、後勤和可持續性的等式，沒有人真正知道x等於什麼。

線上和隨選內容正在經歷多個創造性稜面，尋找客戶互動觸發因素和行為的掛鉤，以彌補面對面接觸的不足。遊戲產業的策略正在被運用，今年，你的名牌可能是一個游盪在會議大廳裡的化身，而不必等候喝咖啡。

Michelle Kelly，Medthority的出版商EPG Health的行銷總監，說：「大會和座談會仍然是醫療專業人士（HCP）的重要資訊來源，它們比電子郵件、醫藥代表、醫藥網站和社群媒體等其他渠道的排名更高。只有獨立的醫療網站被評為更重要的渠道。」Medthority是一家為HCP的獨立醫療網站，在全球185個市場和地區擁有超過可觸及的180萬個HCP。其名為《The Gaps Between HCP Demand and Pharma Supply of Medical Information》顯示，HCP已經從虛擬活動中獲得價值，超過一半的人預計他們在後疫情對在線活動的需求仍將保持比疫情前更高的水平。

Kelly補充道：「對於一個經常被批評對變化反應遲鈍、影響遲鈍的產業來說，儘管面臨挑戰，但它還是非常快速地轉向遠端活動。我們已經看到，這對我們自己的HCP受眾和製藥客戶產生非常正面的影響，不僅達到更多的在線現場出席人數，而且活動結束後的幾周內，存取隨選紀錄、會議拔萃和永續資料的參與者也增加許多倍。HCP的好處是能夠在他們想要的時候存取他們想要的東西。製藥公司有能力接觸到更多、更廣泛的受眾，並透過在線指標更好地了解與會議產出的互動情況。」

* **價值的定義**

這一成功凸顯面對面、虛擬和混合活動在整個日曆上共存的未來的可行性，值得注意的是，EPG Health的研究顯示，72%的HCP認為虛擬出席與親自參加一樣有利於學習。Kelly補充說：「但是，只要HCP對會議的需求仍然存在 — 我們的研究顯示它會 — 這些會議將繼續以某種形式進行，並且能夠透過它們為HCP提供價值的企業將繼續受益。對製藥企業來說，提供價值是效能的關鍵，而COVID-19已經改變活動價值的定義，可能永遠如此。了解如何透過混合、虛擬和隨選或永續的內容以不同的渠道提供價值，對企業的成功非常重要。」

但EPG Health看到與一些將資源優先用於其網站、銷售人員和MSL活動，以向醫師提供科學資訊的公司的潛在拉力。Kelly說：「從HCP的角度來看，這將是一個錯誤。81%的人重視大會和研討會，而銷售代表的這一比例為40%，MSL為47%，製藥公司教育網站的這一比例為52%。」

Havas Lynx Group歐洲專案和內容發行負責人Vikki Ward認為，虛擬和混合活動的出現使健康教育更容易傳播科學和臨床資訊，從而使健康教育大眾化。她表示：「這種向虛擬化的轉變已經持續很長一段時間，令人沮喪的是，這種轉變沒有早點發生。有一種感覺是，我們擁有所有這些尖端資訊，那麼為什麼要將其限制在能够出席或被邀請參加會議的人身上呢？我們公司和客戶都在這裡快速學習虛擬活動的能力，以及如何最好地接觸受眾，但潛力是巨大的。」

Ward認為，關鍵是透過科技建立更深層次的聯繫，並開闢更廣泛的知識交流渠道。她補充說：「這是關於成為一個一年365天的夥伴，而不僅僅是集中幾天，然後再消失12個月。我們面臨的挑戰是與300萬而不是3000名觀眾產生共鳴，這是一個與客戶互動的巨大機會，讓他們了解你在那裏和你的科學、病患支援以及你如何克服疾病或治療領域的障礙。如果我們有熱情和動力，就會有很多機會去聯繫、創新讓對話和聯繫贯穿全年。」

* **就像亞馬遜一樣簡單**

**Ward** 認為，轉向更多虛擬的活動應該被視為一個具有里程碑意義的時刻，能夠賦予參與和關係以更深入的理解。她說：「我們可以證明我們真的在考慮我們的客戶。這不僅僅是你想告訴他們什麼，而是回答他們想從你那裡知道什麼 — 這才是真正發生變化的地方，這是令人興奮的。」但是，她強調，數位化並不意味著會議資料在軟體下載中的數據轉儲。會議專題和呈現需要靈活客製化，以實現最佳的知識轉移。

**Ward**說：「我認為藥業的會展有些停滯不前，但近年來習慣於數位消費的與會者的期望推動它們的發展。客戶希望找到與他們相關的資訊，就像在亞馬遜上找到一樣容易；他們不想費力地瀏覽大量的數據和海報。傳遞也必須進一步調整，提供可供手機或播客使用的資訊，以及標準文檔和pdf。」

**Ward**總結道：「從各個方面來看，這都是一個陡峭的學習曲線，但很明顯，我們現在有更多的溝通渠道，隨著HCP的工作生涯、排程和期望的變化，我們必須不斷適應。面對面的會議將繼續，但虛擬環境讓我們有更多機會建立關係並分享正在湧現的驚人數量的科學。我們有機會建立這些關係，這對業界來說是一個非常激動人心的時刻。」

 Purple Agency的Healthcare Client Services總監Nick Burgoyne呼應了在虛擬或混合活動中建立强大資訊交換的必要性。他說：「我們有三個黃金法則：讓它具有相關性和價值；讓它變得容易上手；讓它有凝聚力和令人難忘。這適用於你進行溝通的任何媒體，但在數位渠道上尤為重要。這與緊密互動有關，作為一個代理商，我們面臨的挑戰是如何使數據對HCP具有吸引力和相關性。」

Burgoyne補充說：「我們必須利用創造力和理解力讓虛擬活動發揮作用，而隨選是實現這一目標的必要工具。它必須像在電視上觀看體育節目一樣方便，你可以快選或倒回你需要的片段。有些HCP真正感興趣的是安全性，另一些則是有效性，還有一些是作用方式。其他人想看臨床論文，有些則想探知真實世界的證據，這樣你就不能讓人們坐在那裡没完没了地看他們不感興趣的東西 — 你必須馬上把他們帶到那裡。如果你能提高可及性和便利性，那麼你可以獲得比在會議上更廣泛的受眾。」

* **熱潮又回來了**

Purple Agency是一家國際行銷代理商，隸屬於HH Global，在現場和虛擬活動的開發和策劃方面有豐富的經驗。Burgoyne補充說：「我們在2019年的倫敦獸醫展上市一種藥物，取得了巨大的成功，因為我們讓每個人都親自到場，你可以看到對該產品的興奮。一年後，它是虛擬的，所以，儘管資訊仍然觸及到獸醫，但它不是以那麼大的、協作的方式。今年再次面對面的，熱潮又回來了。HCP重視與同儕的交流，並在輕鬆、臨時設置的環境中分享資訊，在那裡他們可以自由地傾聽、學習、理解、討論和辯論。一個銷售代表可以和三位醫師聊天的時刻是非常寶貴的，當然比試圖在走廊追著他們或是寄發電子郵件要好得多。由於這些原因，會議將會回歸，但虛擬將繼續存在，數位化在將資訊傳遞給時間有限的醫師和顧問方面非常有效。實體和虛擬現在都是混合的一部分。」

Burgoyne總結道：「在疫情期間，我們當然失去與同儕和同事的實體接觸，你必須以不同的方式在線上建立這種聯繫。在Purple，我們找到新的工作方式，也找到與客戶接觸的新方式，儘管現場活動仍然是聖杯，但我們必須接受生活已經改變的事實。我們不再每週在辦公室工作5天，而且這種情況可能永遠不會再出現。虛擬工作現在是我們生活的一部分，我們必須運用創造性的努力和創新，使這種環境以及面對面的接觸發揮作用。」

* **維持線上緊密互動**

Lisa Lishman，Page & Page and Partners商務總監說：「有機的對話、網絡和協作是現場活動的黃金股息，再多志同道合的人進入聊天室也無法複製其效果。儘管它們看起來很特別，但可能會感覺有點像腳本和刻板。它不像現實世界那樣敏捷。」Page & Page and Partners是一家專注於健康、保健和生活方式研究的獨立全球創意傳播代理商。

「許多虛擬會議的出席人數都創下紀錄，但你需要詢問這些統計數據，因為客戶面臨的挑戰是如何維持在線深入參與度。人們會登錄，但他們是否保持參與和緊密互動？你想要接觸到的受眾明顯會分心，他們會在家或在工作中查看郵件、聊天，所以這才是溝通、創造力、影響力和價值真正需要發揮的地方。你必須問你如何擺脫所有正在發生的社群雜訊，你如何洞悉某人的真正目的、他們的內心和思想？如何讓他們感到被重視？當疫情開始時，我們所有人的生活都轉向網路，人們感到沮喪、不知所措、心煩意亂，工作/生活兩頭燒，而不是工作/生活交融。因此，我們現在的處境是，線上活動必須具有吸引力，並提供附加價值才能吸引他們的注意力。」

* **面對面更富生命力**

Lishman補充道：「行銷和遊戲化工具變得越來越明顯，一些虛擬會議邀請函被發送到特殊的信箱裡，而不是透過保存日期的電子郵件發送，並且設計帶有頭像和遊戲的活動，以防止注意力下降。業界很快意識到，它不能簡單地複製和粘貼會議內容。在筆記型電腦上觀看帶有背景統計90分鐘的幻燈片並不是那麼吸引人，但擁有一個個人頭像，可以沿著3D走廊走進房間觀看海報或收聽簡報更吸引人。我們從HCP得到的反饋是，他們錯過面對面的活動，但很感激混合和虛擬的靈活性，因為可以根據自己的日程選擇合適的活動。我們也知道，當我們第一次開始在線轉型時，感覺它比在會議上使用展位更便宜、更容易，但這種感覺很快就消失了。規劃、對演講者的支持、活動品牌和知名度以及後續行動變得更加重要，因為越來越多的人已經習慣在線生活。它們必須經過深思熟慮、創新和創造性，對客戶和觀眾有深刻的了解。」

Lishman總結道：「與他人見面、進行對話、肯定自己的學習或體驗不同觀點的有形元素和優勢意味著總會有面對面的活動，但這些活動會在網上跟進或並行進行。」

就目前而言，今年的大型會議仍安排在現場舉行，歐洲心臟學會將在巴塞隆納舉辦今年的會議上慶祝其70週年，並自豪地宣稱以「現場和在線」為主題。

(資料來源：PMLiVE)