2015-08-10

**陳如月**

**增加銷售的三種IT技術利用法﹙下﹚**

如果有效地實施多管道行銷，建立與客戶的良好關係，不僅銷售可以提高10％，成本也有可能減少25％。有關這個論述，接續上週，驗證Scott McMeekin在Medical Marketing & Media雜誌2015年5月號發表的觀點。他主張藥品公司要在醫療的世界繼續輝煌，有必要做好以下三項：①實時獲得正確的資料；②多樣接觸策略的構築；③公司內部差旅費精算系統的改善和統合。這一次，我們將繼續②的後半和③的解說。

**②多樣接觸策略的構築**

當今的藥品行銷，目標對象不僅是醫師，已經擴散到複數的客戶如付費者等。了解不同客戶的喜好，使之滿意越發變得重要，所以，藥品公司準備了特別的方案。良好地組合數位工具和印刷媒體，是讓MR訪談個別醫師有效率接觸的必要策略。為了獲得最好的效果，利用正確的數據為每個管道客製化也很重要。

目前，在美國有69%的醫師寧願以電子郵件做為與一種藥品公司聯繫的方法，很少有人懷疑電子郵件行銷是多管道行銷一個必須的接觸點。然而，電子郵件行銷成功需要考慮許多因素，包括密切分析電子郵件行為、電子郵件的設計和內容。

例如，根據最近Healthcare Data Solutions的分析顯示，絕大多數醫師使用iPhone處理電子郵件是桌上型電腦的兩倍上。快速回應設計和行動的文案是其他重要的考慮因素。關鍵不在於使用較小的圖像或更少的文案，而是要知道你的對象希望哪些的內容。

Wolters Kluwer在超過300位美國的基層醫療醫師進行調查的結果，87%的醫師回答說他們很難跟上最新的研究。總之，希望有對臨床上診治病人時有益的資訊。理想的是，用電子郵件把臨床上有用的白皮書或電子書，以及影片等寄送給醫師。

**③公司內部差旅費精算系統的改善和統合**

美國在2010年頒布了「病患保護及可負擔醫療法案（Patient Protection and Affordable Care Act, PPACA）」。根據這個，所有的藥品公司和醫療器材公司有義務在Open Payments對聯邦政府報告所有提供醫師膳食及旅行費用和所有的價值。

有說這個陽光法案的出現，已經使藥品公司現在面臨額外的負擔，間接影響銷售的時間和資源 — 甚至客戶關係。在2014年，超過400萬件未結付款記錄因為數據不正確這樣的理由沒被Open Payments核准。被Open Payments拒絕的資料是需要糾正並在指定的時間內重新提交的。據估計這些總價值達5億1400萬美金。為了避免被拒絕未結付款提交費時和昂貴的後果，利用最新的IT技術，建立高效率的差旅費用精算管理系統，以確保輸出到Open Payments的報告不被拒絕，已成為眼前提高業績上一個非常重要的議題。

不只美國，英國和日本等國也推行陽光法案。台灣在邀請這些國籍的專家學者來台演講，必須遵守演講者母國的法規，一些相關事務工作增加，耗費的時間和精力都增加著。利用IT技術以提升效率，已刻不容緩。

– End –