2017-07-31

**陳如月**

**AI可以提高藥業的銷售生產力嗎？**

 多年來，藥業醫藥代表一直在應對可近性挑戰和處方者可利用時間減少，這是由於法規環境更加嚴格、經濟狀況不斷變化和新的醫療保健業務模式。這些因素迫使醫師看診更多的病人，剩下更少的時間了解甚至是有潛力拯救生命的藥物。無論是與關鍵意見領袖（KOL）、重度處方者、管理人員還是其他決策者，以往的銷售策略和方案不但效率減低，還受到高度的限制和管控。

 法規的要求為銷售人員製造障礙。美國聯邦和州的法規以及產業協會（如the Pharmaceutical Research and Manufacturers of America，PhRMA）的規範為醫藥代表如何與客戶進行互動設定界限。曾經是銷售手冊關鍵部分的醫藥代表和醫師之間的「午餐學習」會議已經大大縮減，減少了每位醫藥代表和醫師互動的頻率和平均時間。此外，由醫師報酬陽光法（Physician Payments Sunshine Act）制定的Open Payments法案要求藥物和醫療儀器製造商每 "轉移現值" 10美元或以上給醫師和教學醫院要向**美國醫療保險**和醫療補助計劃服務中心 (the Centers for Medicare & Medicaid Services，CMS) 報告。只有44%的醫師經常會見醫藥代表，許多專家甚至更少。例如根據2016年ZS Associates關於醫師可近性的報告，只有17％的腫瘤學家有空見醫藥代表。

 今天，最成功的醫藥代表總是準備好呈現正確的內容，並在每一個機會中採用最佳做法，從而在更短的時間內產生更大的影響。多數醫藥代表根本無法自己實現這一點。根據Kapost的說法，65％的醫藥代表報告說，他們找不到最有影響力的內容，更不用說現場當醫師突然給他們兩分鐘的時間來呈現有影響力的內容，或醫師不見他們。

 醫藥代表需要來自銷售領導、市場行銷、培訓及其同儕的幫助，以了解並實施每個銷售方案中的最佳做法。通常與最忙和最重要的客戶、KOL和高處方量者會面的時間更少。ZS報告指出，平均而言，當醫師只記得38％的醫藥代表活動，醫藥代表並沒有賺取到更多時間。在「30秒產品介紹」的新時代，醫藥代表必須應用引導式銷售，這樣他們才能給與更有針對性的、有影響力的信息。當信息和內容更及時和相關時，產品介紹的時間就會增加。當產品介紹的時間增加時，銷售會增加。

**科技勢在必行**

 由於目前的藥品銷售環境，銷售團隊必須找到新的或不同的方式與客戶接觸，並締結更多交易。在當今競爭激烈的商業環境中，日益增長的營收是不斷的競爭，卻期待以更少的醫藥代表做得更多。因此，技術解決方案的實施越來越重要。

 最近，機器學習和人工智慧（Artificial Intelligence，AI）已經出現技術，來幫助這一努力。這些技術有助於製藥公司的銷售團隊提高生產力、勝率和客戶滿意度，有可能為製藥公司帶來真正的差異。基於AI的銷售解決方案，透過充當虛擬銷售助理，可以幫助醫藥代表在有限的時間內做更多的事情。它可以提供相關的內容建議，引導銷售人員和客戶最有效的銷售途徑。

 這裡只是一些AI可以幫助藥商尋求實現並維持一個更有生產力的銷售團隊的方法：

1. **優先排序訪前計畫**

 AI技術可以提供所需的培訓和認證資材，以確保醫藥代表提前準備好會面。AI還可以就哪些資訊和內容會對會面時產生最大的影響提出建議，包括分享和推薦最佳做法和特定的銷售宣傳資料。接著也減少了醫藥代表尋找和收集這些資材所消耗的時間。透過實施更有效的訪前準備，醫藥代表可以極大化發揮與每個客戶會面的有效性。

 例如，醫藥代表可以事先確定特定醫師更有興趣約定碰面時間為更多的治療方法進行討論。提前認識到這一點，使該醫藥代表能夠掌握與這個特定醫師有關的所有藥物的細節。AI還可以根據銷售團隊的典範實務、市場行銷和銷售領導的決定，推薦每次拜訪處方者的最重要的抽印本、**行銷素材**和摘要等。透過優化訪前規畫，可以花更多的時間與醫師、醫師助理和護理師會面。

1. **減少行政工作**

 減少行政工作所花費的時間將有助於極大化發揮醫藥代表在市場的時間。有一種方法是使用自動執行手冊任務的技術，讓代表有餘裕培養關係。例如，技術可以透過自動記錄醫師、護理師、藥師和其他關鍵客戶的拜訪到客戶關係管理（Customer Relationship Management，CRM）系統（如SalesForce或Veeva）中。此外，利用智能表單 (啟用數位資料輸入並連接到後端系統) 使得醫藥代表可以在市場從行動裝置中完成這些功能。相較於稍晚回到辦公室，這消除了耗時的紙張表單，使醫藥代表能夠在就地、即時的情況下下單，從而提高整體生產力。然後，這些內容可以被輸入到AI驅動的工具中，以幫助通知自我學習的運算法則。結果：向銷售人員提供的自動內容建議基於以下因素，如銷售週期中的位置、他們的角色或同儕所使用的內容，這顯著減少花費在尋找正確內容的時間。

 自從傳統上迫使他們花更多的時間在辦公桌的繁重行政事務變成自動化，例如在CRM系統中輸入銷售拜訪和電子郵件發送抽印本給醫師，現在，醫藥代表能夠在市場停留更長的時間。

1. **確定並分享典範實務**

 透過衡量每個使用者的操作並從這個過程中學習，AI驅動的解決方案可以識別哪些是可行的，哪些不適合潛在客戶和締結交易。由此，AI解決方案可以為醫藥代表提供即時的內容建議，根據銷售週期客製化，並大大提高他們獲得成功的機會。

 例如，如果醫藥代表正前往潛在客戶進行自己做簡介的會面時，系統會將10％優秀銷售人員在初次和醫師會面時使用特定的簡報內容推送給其他銷售人員。透過更好的衡量方法和學習整個團隊中其他銷售人員的成功和失敗，並確定最佳醫藥代表的習慣，組織可以提升整個銷售團隊的績效，改善成果。換句話說，AI可以成為銷售代表的銷售訓練師和導師。

 醫藥代表通常只會在每年一到兩次的季度計畫 (Plan of-Actions，POAs) 或全國銷售會議上與同儕分享想法和建議，而AI技術使醫藥代表能夠即時地分享和實施這些典範實務，並可能轉化為即時的改進。

1. **增能真實世界**，逐**步引導銷售**

 透過輸入資料，AI驅動的銷售支援技術有助於引導銷售人員完成整個銷售週期，並根據該資訊建議最佳的後續步驟、活動和有用的東西。作為虛擬的導師，這項技術指導銷售人員並建議正確的內容，取得成功，同時也可以讓他們從行銷的專業知識中受益。事實上，根據SiriusDecisions的說法，銷售和行銷合作被證明可以帶來19%的成長。

 此外，這項技術使銷售團隊能夠利用最優秀醫藥代表的經驗和智慧，同時也提醒他們遺漏的資訊或可能危及交易的其他問題。這種通常稱作「引導式銷售」，它提供了一種實際的方法幫助銷售人員取得成功，特別是當他們與醫師會面的時間有限時。這可能包括提供客製化處方者的資料檔和拜訪記錄，以便醫藥代表在與醫師、醫師助理和護理師接觸之前做更好的準備，分享組織中頂尖銷售代表的典範實務，極大化在醫師面前的時間。

※　　　※　　　※

 通常由人類完成的工作現在由機器依據手冊實行。現今利用技術為提高效率、改善銷售團隊的準備、增加花費在醫師和KOL以及其他關鍵決策者的時間、加強跨團隊合作，提供重要的機會。

（取材自Pharmaceutical Executive）

–End–