2024-02-15

**譯者**．**陳如月**

透過強大的全通路方法轉變與HCP互動方式

*傳統的一體適用的方法正在被越来越多的客製化內容、有針對性的推廣和有意義的深入互動的偏好所取代*。

**COVID-19疫情對醫療保健產生深遠的影響，由於社交距離和封城措施，加速了遠距和數位互動的轉變。**

這種影響的後果是生命科學企業與醫療專業人員 (HCP) 的聯繫方式正在經歷重大轉變。看板、電視廣告和雜誌傳播等傳統行銷渠道是與HCP互動的主要方式的日子已經一去不復返了。如今，形勢正在轉向更加個人化、數位化和混成的互動，以滿足HCP不斷變化的需求和偏好。實施強大的全通路策略現在是策略上的當務之急，企業應該立即採用這種方法。

**HCP互動的變化趨勢**

HCP和企業之間的互動正在迅速從傳統方法轉變為數位和混成平台的混合。遠距醫療、虛擬會議和數位內容傳遞等創新直接回應HCP不斷變化的需求。融合線上和線下渠道的平台已成為常態，提供彈性和個人化體驗。

此外，傳統的一體適用的方法正在失去相關性，取而代之的是越來越多人更喜歡客製化內容、有針對性的推廣和有意義的深入互動。隨著HCP尋求與其獨特需求產生共鳴的體驗，通用網站和標準的電子郵件活動已不再足夠。

令人信服的統計數據支持這一趨勢。在主要市場，採用數位和混成渠道的情況顯著增加。例如，最近的一項研究顯示，近70%的HCP更喜歡透過虛擬互動來獲取產品資訊，而65%的HCP則看重透過多種渠道提供的個人化內容。

然而，這ㄧ轉變不僅關乎在眾多平台上的存在。這是關於利用它們創造一種有凝聚力和引人入勝的體驗。這需要採用綜合方法，了解HCP的特定需求，製作量身定制的內容，並以與受眾連結的方式提供內容。

**了解全通路策略**

隨著HCP互動情況的發展，全通路策略成為保持領先地位的重要方法。這種全面的方法整合各種溝通渠道，為客戶提供無縫且一致的體驗。

與多渠道策略不同的是，不同的渠道在孤島中運作，全通路確保每個接觸點都相互連接。關鍵組成部分包括以客戶為中心、渠道整合、數據驅動的洞察和個人化深入互動。這些結合在一起，共同創造一個符合HCP偏好的具有凝聚力和回應式的生態系統。

*增強客戶深入互動：*全通路透過提供一致且個人化的體驗來提高客戶深入互動。無論是網站、行動應用程式還是面對面的互動，訊息和體驗都保持統一。這種對焦促進更深層的聯繫，建立與HCP之間的信任和忠誠，並鼓勵與他們的持續接觸。

*推動成功的行銷活動：*醫療保健行銷成功的特徵在於能夠在正確的時間用正確的訊息接觸到正確的受眾。全通路在這個等式中發揮著至關重要的作用。整合各種渠道並利用數據驅動的洞察可以實現有針對性和及時的推廣。行銷活動變得更加有效，滿足HCP的需要，促使更高的轉換率（conversion rate）和ROI。

*達到有意義的結果：*全通路的真正力量在於其達成有意義的結果的能力。這不僅是為了擴大影響力或提高深入互動；也是為企業和HCP創造價值。透過對焦渠道、個人化互動和利用數據，它可以培養超越單純交易的關係。其結果是受眾更深入互動、行銷活動更成功，並在競爭激烈的醫療保健市場中佔據更強大的地位。

**實施全通路策略的步驟**

實施全通路策略不僅僅是採用新工具或啟動新活動。這是一個變革性的過程，需要仔細的規劃、執行和持續改進。以下循序漸進的指南將幫助生命科學企業順利完成這一旅程。

*步驟1：評估變革的準備程度和開放程度*

第一步是評估企業對變革的準備和開放程度。這包括評估當前的流程、找出缺口並了解團隊接受新工作方式的意願。它需要領導層的承諾、清晰的溝通以及對全通路可以實現的目標的共同願景。

*步驟2：整合尖端技術*

技術是全通路策略的支柱。整合AI、機器學習和分析工具等尖端技術對於設計跨渠道的無縫和個人化體驗至關重要。此步驟需要仔細選擇平台、與現有系統整合以及持續監控，以確保與總體策略保持一致。

*步驟3：培養人員勝任力*

人是任何成功轉型的核心。培養數據分析、客戶深入互動和跨渠道協調等領域的勝任力至關重要。這方面包括培訓、師徒關係指導和創造持續學習的文化。賦予團隊適當的技能，確保他們能夠利用技術和洞察力與HCP建立有意義的聯繫。

*步驟4：將新的工作方式融入公司文化*

實施全通路策略不是一次性的專案，而是一種新的工作方式。將這種方法融入公司文化需要持續的承諾、明確的準則和定期的反饋。它需要創造一種協作、創新和以客戶為中心的氛圍，並滲透到企業的各個方面。

**常見挑戰和解決方案**

雖然全通路策略的好處顯而易見，但實施之路並非沒有挑戰。

認出這些障礙並採取積極主動的解決方案是成功轉型的關鍵。常見的困難包括技術障礙、變革阻力、缺乏渠道對焦、資料孤島和預算限制。這些障礙可能會阻礙進展，並導致客戶體驗不一致。儘早認出並應對挑戰對於順利實施至關重要。潛在的解決方案包括：

*決定性的變革管理措施：*變革管理是成功的全通路實施的核心。這包括清晰地傳達願景、讓各層面的利害關係人參與、提供必要的培訓，並培養持續改進的文化。決定性的變革管理措施可確保組織對焦，並準備好接受新的工作方式。

*採取下一個最好的心態：*下一個最好的心態是指保持敏捷、適應能力強，並且始終尋找下一個最好的行動。這是關於擺脫僵化的計劃，採用靈活的方式來應對HCP不斷變化的需求。這種思維模式促進創新，鼓勵實驗，並確保組織與不斷變化的醫療保健互動情況對焦。

**確保成功的策略**

克服全通路實施的挑戰需要採取一種策略方法，包括：

* *投資正確的技術：*選擇和整合符合組織目標的工具
* *促進協作：*鼓勵跨職能協作，以打破孤島並創造有凝聚力的客戶體驗
* *監控和衡量成功：*實施度量和KPI，以追蹤進度並做出數據驅動的決策
* *持續學習和改進：*鼓勵學習和持續改善的文化，以適應市場不斷變化的需求。

生命科學企業必須採取大膽步驟，邁向這ㄧ新前沿。這不僅僅是採用新技術或發起新的活動。這是一種根本性的思維方式轉變，它認識到不斷變化的趨勢，並利用數據建立有意義的連結。

**全新的觀點**

全通路顯然正在塑造HCP互動的未來。這是為了創造一個反應迅速、互聯互通、以病人為中心的醫療保健生態系統。它是關於建立超越交易的關係，並促進推動成功的深入互動。抓住這一機會的生命科學企業將在當前情勢下蓬勃發展，並塑造醫療保健互動的未來。

現在是採取行動的時候了，通往成功的道路是明確的。擁抱變化，採取大膽的步驟，並透過強大的全通路策略引領醫療保健世界走向更加互聯的和反應迅速的世界。

(資料來源：PMLiVE)