

【仮題】処方情報を活用したセールスフォース・オプティマイゼーション ～ データマイニングによる効率的な MR 活動とは ～

下佐古 慎司（東邦薬品株式会社 開発本部）

1. はじめに

医療用医薬品製造販売業公正取引協議会が MR による医師への接待にかかわる自主規制を 2012 年 4 月から強化する事となった。製薬企業各社は営業経費の合理化に向けて大きく舵を切る事となる。また接待自体が Dr との関係構築に一役買っているとすれば、プロモーションのあり方についても再考しなければならず、営業支援関連ソリューションへのニーズも高まるであろう。そのような中、製薬企業でも利用が進んできている処方情報だが、市場実態を鋭敏に反映しているという点を考慮すれば、営業現場でも十分活用が可能ではないだろうか。

2. 処方情報から見た市場変化の把握と営業活動との連動

今回は高血圧治療薬の市場を例に、売上や物流データでは見る事が出来ない市場変化をどのように捉え、営業戦略ひいては MR 個々の活動にどのように落とし込んでいくのかを解説する予定である。本講演で紹介する知見が、製薬企業における営業活動効率化の一助となれば幸いである。

○引用・参考

ミクス Online

2011/05/21「メーカー公取協 医師らへの接待関連行為規制見直し骨子決める 禁止行為と可能行為を明確化」