

---

2025

# Глобальные тренды цифровизации в фарме:

кейсы мировых и российских компаний

Фарм Мега Митап 2025

# Давайте знакомиться



**Николай  
Седашов**

Управляющий  
партнер Spektr

## spektr

- Исследования и консалтинг для цифрового бизнеса
- 8 лет на рынке, 600+ проектов
- Авторы карты экосистем

Клиенты



## Далее/

- Полносервисный диджитал-продакшн: от веб-разработки до креативной поддержки
- 20 лет на рынке, 10 лет опыта в фармотрасли
- 1-е место в категории «Фарма» на AdIndex 2024

Клиенты



# Эксперты фармацевтической отрасли выделяют 6 основных болей в работе с медицинскими работниками

## Боли



- Нет доступа к удобным IT-системам для организации работы
- Сложная коммуникация с врачами: устаревшие инструменты по типу почты
- Сложности в работе с большими данными и аналитикой
- Нет понимания, как использовать новые появляющиеся технологии (AI, аватары)
- Сложности с совмещением офлайн- и онлайн-активностей
- Нет ясности, как работать с врачами поколения Z

# Применение в фармацевтической отрасли глобальных трендов цифровизации позволяет закрыть потребности и боли компаний

## 🎯 Новые каналы для поколения Z

Медицинские специалисты нового поколения привыкли получать информацию из цифровых каналов: они отдают предпочтение удобному и быстрому онлайн-контенту

## 🎯 Генеративный AI в центре внимания

GenAI уже активно применяется в маркетинге фармацевтических компаний в качестве помощника в полевых работах, обучении и генерации стратегий

## 🎯 Автоматизация и синхронизация данных

Управление процессами трансформируется за счет автоматизации, синхронизации и многоканальности с помощью AI и BigData

VR  
AI AR  
BigData  
Social Media  
CRM  
SEO

## 🎯 Выход за рамки традиционных цифровых инструментов маркетинга

Все активнее в маркетинге используют нестандартные форматы, чтобы повышать вовлеченность: VR и AR, геймификации, интерактивные и вовлекающие элементы

## 🎯 Расширение персонализированного маркетинга

Персонализация – универсальный маркетинговый инструмент для любой отрасли. Медицинские работники устали от большого количества информации и хотят видеть персонализированные рекомендации

# Радар трендов

Генеративный AI в центре внимания

**ЗАВТРА**

Выход за рамки традиционных цифровых инструментов маркетинга

Расширение персонализированного маркетинга

AI как второй пилот для полевых команд

AI для обучения и оценки работы медпредставителей

AI для аналитики и генерации стратегических идей

Персонализация веб-опыта в фармацевтике

VR и AR: новые горизонты фармацевтического маркетинга

**СЕГОДНЯ**

Новые возможности предиктивного таргетинга врачей на основе AI

Геймификация и интерактивный контент для роста вовлеченности в обучение

Инструменты синхронизации данных выездных мероприятий для повышения эффективности коммуникаций

Рост популярности мобильного контента

Автоматизация данных и синхронизация

Автоматизация процессов маркетинга для максимизации эффективности используемых каналов

Использование цифровых платформ и соцсетей в работе с молодыми НСР

Использование многоканальных стратегий для бесперебойного взаимодействия

Новые каналы для поколения Z

# Мегатренд Новые каналы для поколения Z



## Тренды

1

### Использование цифровых платформ и соцсетей в работе с молодыми НСР

Рост доли специалистов поколения Z среди медицинских работников стимулирует фармкомпании активнее использовать цифровые форматы взаимодействия и отслеживать активность врачей в соцсетях

2

### Рост популярности мобильного контента

Среди маркетинговых активностей фармкомпаний растет доля мобильных проектов: чат-боты для мессенджеров, приложения для врачей, а также веб-сайты, адаптированные под вертикальный формат

# 1 Использование цифровых платформ и соцсетей в работе с молодыми HCP

Молодые медицинские работники все чаще отдают предпочтение цифровому взаимодействию, а не традиционным личным визитам, что стимулирует фармкомпании к активному использованию цифровых платформ и социальных сетей. Молодые HCP ценят быстрый доступ к информации, сети коллег и экспертным заключениям через онлайн-платформы, меньше доверяют фармкомпаниям, больше – инфлюенсерам

70%

HCP предпочитают цифровые каналы личному взаимодействию для общения с фармацевтическими компаниями

на

64%

вырос спрос на потребление контента через социальные сети среди специалистов до 34 лет

на

35%

растет эффективность взаимодействия с HCP с внедрением цифровых каналов (по сравнению с традиционными методами)

98%

HCP когда-либо принимали решения на основе информации из соцсетей на их рабочем пути

**Вопрос для будущего:** Как сильно изменятся коммуникационные стратегии, когда поколение Z займет до 50% рабочих мест? Что ожидать от поколения X?

# Фармкомпании могут использовать данные из социальных сетей, а также помощь онлайн-инфлюенсеров для лучшего понимания поколения Z

На рынке **появляются** агентства influence-маркетинга в здравоохранении, которые помогают проводить сквозные кампании



MedFluencers – это цифровая платформа, ориентированная на связь фармкомпаний и медицинских брендов с HCP для создания маркетинговых кампаний в соцсетях. С помощью Synapse AI™ система **подбирает** фармбрендам наиболее релевантных HCP-инфлюенсеров

Creation Healthcare **разработали** платформу HCP Voice для изучения сообщений врачей, которые они публикуют в соцсетях

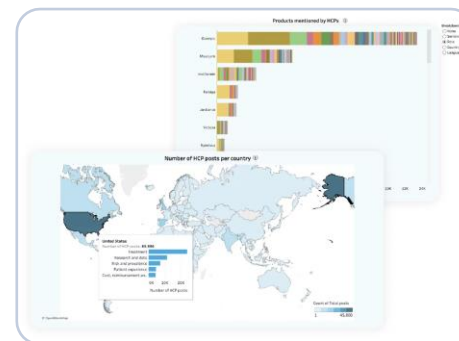
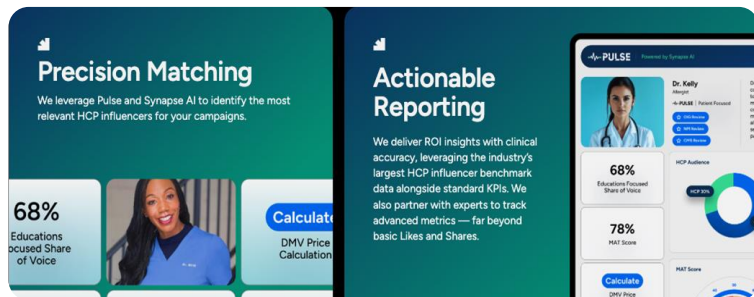


Платформа собирает базу данных из обсуждений миллионов онлайн-врачей в соцсетях по отдельным направлениям терапии. Это позволяет фармкомпаниям в режиме реального времени оценивать, как врачи воспринимают новые важные методы лечения, клинические испытания и отдельные фармацевтические компании

## Инсайт

Использование цифровых платформ и социальных сетей в работе с молодыми HCP влияет на увеличение вовлеченности и рост взаимодействия с ними

Фармацевтические компании могут привлекать HCP с помощью актуальных для них тем и HCP-инфлюенсеров





# Мегатренд Генеративный AI в центре внимания



## Тренды

1

### AI для обучения и оценки работы медпредставителей

Фармкомпании начинают использовать технологии AI для оценки работы медпредставителей, их обучения и повышения квалификации: это сокращает сроки обучения и повышает его эффективность

2

### AI как второй пилот для полевых команд

Чат-боты с AI выступают как помощники полевых команд: они могут отвечать на вопросы врачей, освобождая время фармпредставителя, а также помогать фиксировать обсуждения с врачами в процессе встречи

3

### AI для аналитики и генерации стратегических идей

AI используют для долгосрочного прогнозирования и построения стратегий коммуникаций, а также аналитики и планирования ресурсов компании

## 2 AI для обучения и оценки работы медпредставителей

AI-решения адаптируют контент и генерируют образовательные материалы в зависимости от индивидуального стиля обучения сотрудника. Интегрированные чат-боты и AI-преподаватели предоставляют обратную связь в режиме реального времени, помогая прояснять сложные концепции, а также моделируют взаимодействия для тренировок

от **3** до **6**

месяцев в среднем фармкомпании **тратят** на то, чтобы обучить нового медпредставителя

только **50%**

медпредставителей **чувствуют** себя подготовленными после прохождения традиционного обучения

**94%**

сотрудников **готовы** осваивать новые навыки для использования AI, но масштабную переподготовку своих сотрудников проводит только 5% организаций

**Вопрос для будущего:** Как повысить общий уровень цифровой и AI-грамотности у специалистов, чтобы они были готовы к интерактивному обучению с использованием генеративного AI?

# AI позволяет не только выстроить индивидуальный подход к обучению, но и анализировать его эффективность

## Использование AI, НЛП и ролевых игр с интерактивными чат-ботами повышает производительность медицинских представителей

Чат-бот может анализировать тон, темп и лингвистические модели представителя, оценивать релевантность и уместность ответов представителя на вопросы или возражения. Улучшить качество работы помогут советы чат-ботов о том, как предоставить более эффективные ответы для медработников



## Компания Novo Nordisk внедрила симуляции с AI-аватарами для обучения медпредставителей и улучшения навыков общения с врачами

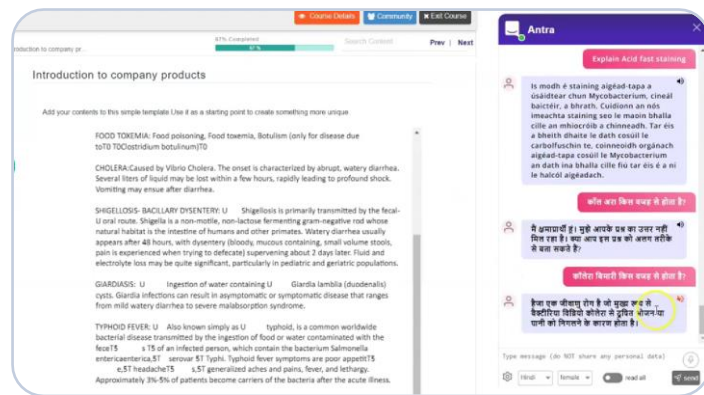
Платформа SmartWinnr позволяет проводить практические сессии с помощью AI-аватаров. Такой подход позволил укрепить уверенность медицинских представителей в своих навыках и увеличить показатели эффективности при взаимодействии с врачами



## Инсайт

Чаще всего обучение или повышение квалификации медпредставителей проводится в формате офлайн-тренингов, где много отвлекающих факторов и меньше персонализированного подхода

AI предлагает персонализированное обучение в онлайн-формате или в режиме реального времени в любом удобном месте



Highlight knowledge gaps

Identify training needs

Detailed Performance of every person



Мегатренд



**Автоматизация  
и синхронизация  
данных**

## Тренды

1

Инструменты синхронизации данных выездных мероприятий для повышения эффективности коммуникаций

Автоматическая синхронизация данных, полученных в ходе выездных мероприятий, позволяет ускорить обработку и анализ результатов

2

**Использование многоканальных стратегий для бесперебойного взаимодействия**

Внедрение инновационных решений в CRM и другие системы позволяет коммуницировать с НСР по любым каналам через единую платформу, а также создавать модульные креативы

3

**Автоматизация процессов маркетинга для максимизации эффективности используемых каналов**

Автоматизация процессов позволяет представителям фармкомпаний тратить меньше времени на типовые действия и отчетность через настройку триггерных действий

## 3 Использование многоканальных стратегий для бесперебойного взаимодействия

HCP взаимодействуют с контентом на нескольких платформах, от профессиональных социальных сетей до специализированных медицинских сайтов. Фрагментированный подход больше не работает – бренды должны разрабатывать многоканальные стратегии, которые будут включать сопровождение HCP на всем пути его взаимодействия с фармкомпанией: от первого контакта до личных визитов

64%

фармкомпаний используют изолированные каналы для коммуникации с медицинскими работниками

на 5–10%

увеличивается уровень удовлетворенности HCP в результате внедрения многоканальных стратегий в маркетинге

на 3–5%

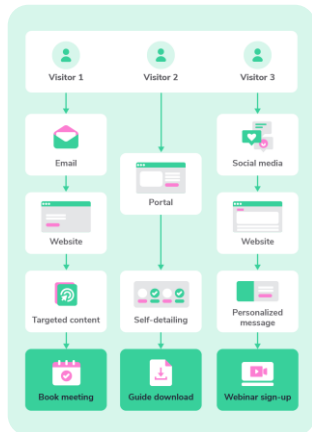
растет количество врачей, назначающих необходимые лекарства, после внедрения многоканальных стратегий

**Вопрос для будущего:** Как покрывать больше каналов взаимодействия с HCP и экономить ресурсы специалистов?

# Цифровые инструменты помогают общаться с врачами с помощью одной платформы, а также создавать модульный контент для всех каналов

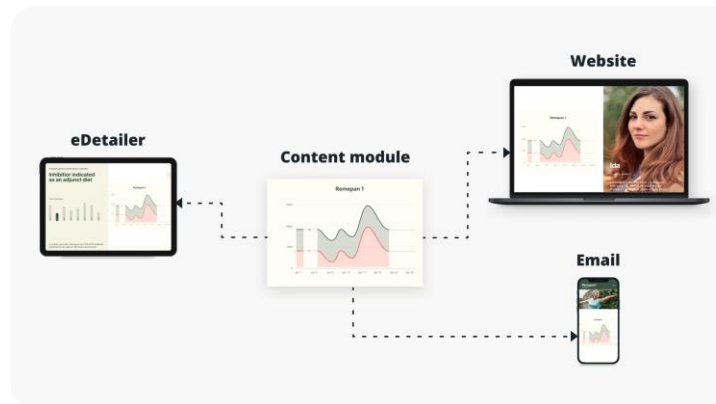
## Платформа giosg повышает вовлеченность НСР через разные каналы с помощью одной платформы

Решение позволяет взаимодействовать с НСР через множество точек соприкосновения, включая веб-сайты, порталы, мобильные устройства, электронную почту, социальные сети и многое другое. Поддерживаются любые форматы контента: от PDF-файлов до интерактивных видео-вебинаров



## Адаптировать креативы помогает модульный контент в таких системах управления, как Anthill Activator

Контент создается один раз, одобряется один раз и может использоваться сразу в нескольких каналах: это значительно ускоряет процесс. С системой управления контентом требуется всего несколько секунд, чтобы переместить элементы контента в канал или заменить их на что-то другое



## Инсайт

Использование одной платформы для всех каналов коммуникации упрощает работу медпредставителей, а также минимизирует возможные прерывания на пути. Многоканальность, через использование модульного контента, позволяет создавать адаптивный контент

Мегатренд

Выход за рамки  
традиционных  
цифровых  
инструментов  
маркетинга



## Тренды

1

Геймификация и интерактивный контент для роста вовлеченности в обучение

Фармкомпании стремятся выделить свои цифровые проекты на фоне конкурентов за счет внедрения элементов геймификации. Это также позволяет повышать вовлеченность врачей в информационные материалы

2

**VR и AR: новые горизонты фармацевтического маркетинга**

Технологии VR и AR помогают модернизировать процесс презентаций продуктов для врачей: анимированные презентации, 3D-видео, а также элементы дополненной реальности демонстрируют эффективность лекарств и их воздействия на организм пациента

## 4 VR и AR: новые горизонты фармацевтического маркетинга

VR трансформирует и дает возможность демонстрировать работу лекарственных препаратов и обучать специалистов удаленно. По данным Talespin, VR помогает медпредставителям улучшать навыки презентации и общения, а также обеспечивает точное предоставление информации. Также это возможность эффективнее выстраивать онлайн-мероприятия, не ограничивая врачей географически

на **31%**

сократилось время принятия решений медицинских работников после внедрения VR

на **20%**

увеличился объем продаж с внедрением VR в презентации продукта клиента

до **80%**

может достигать уровень запоминания через год после VR-тренинга

**Вопрос для будущего:** Можно ли с помощью 3D-аватаров и VR-технологий минимизировать работу медпредставителей на вебинарах и конференциях?



# VR и 3D-технологии для визуальной демонстрации эффектов лекарств могут использоваться на мероприятиях и в материалах для врачей

## Random42 **создает** 3D/VR-анимацию и AR-приложения биологических процессов и механизмов действия лекарств

Компания разрабатывает иммерсивные VR/AR-приложения и 3D-анимацию, которые позволяют пользователям исследовать человеческое тело. Маркетинговые материалы с 3D и VR помогают визуализировать фармацевтическую продукцию или медицинские приборы в реальных условиях с помощью смартфонов или планшетов

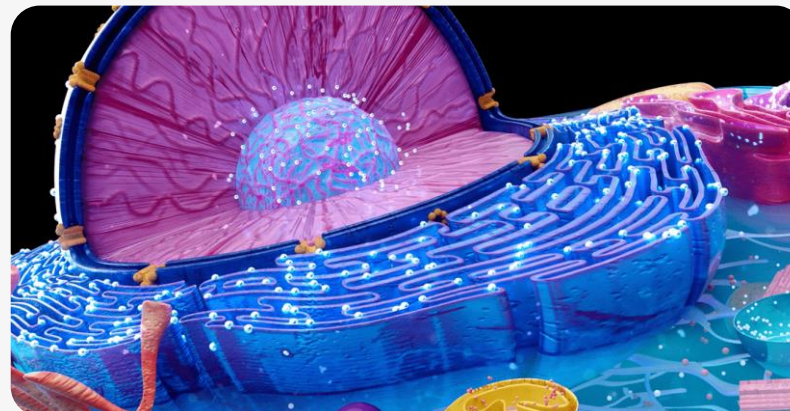
## Фармкомпания **внедрила** VR-демонстрацию и 3D-анимацию для демонстрации функциональных возможностей продуктов

Инструменты позволяют медицинским работникам виртуально взаимодействовать с лекарством и наблюдать его терапевтические эффекты в симулированной среде. Основным элементом этого VR-решения является детальная визуализация вирусного патогенеза и механизмов действия противовирусных препаратов

## Инсайт

VR/AR – сложная для разработки технология, но демонстрация продуктов с помощью этих решений масштабируема и экономически эффективна, особенно во время конференций, онлайн-встреч или образовательных сессий

Сложные фармацевтические концепции могут быть визуализированы и продемонстрированы в 3D/VR/AR, что улучшает понимание и запоминание



# Мегатренд Расширение персонализированного маркетинга



## Тренды

- 1** Новые возможности предиктивного таргетинга врачей на основе AI  
Используя имеющиеся данные о врачах, AI помогает фармкомпаниям сегментировать базы врачей и создавать персонализированные сообщения

- 2** Персонализация веб-опыта в фармацевтике  
Веб-сайты фармкомпаний меняются: они становятся более персонализированными, используя механики подбора контента под пользователя. Дополнительно мини-сайты могут выступать как замена классическим каналам: почты и социальным сетям

## 5 Персонализация веб-опыта в фармацевтике

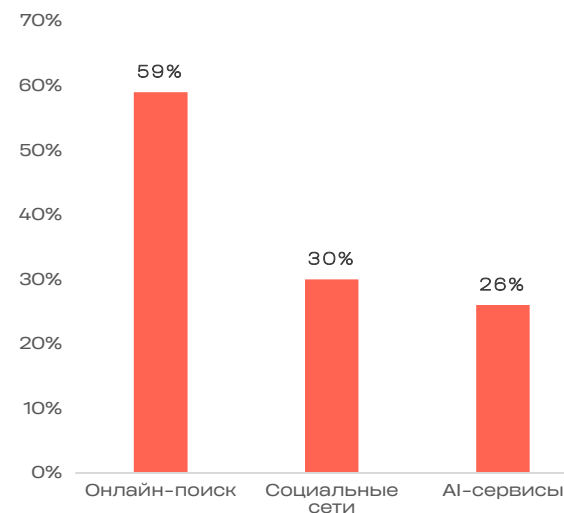
Медработники все больше перегружены информацией, в таких условиях предоставление персонализированного контента становится не преимуществом, а необходимостью. Новые технологии позволяют выходить за рамки простого подбора контента по профилю врача. Теперь учитывается история взаимодействий, лояльность и паттерны поведения пользователей

80%

медицинских работников не получают нужной персонализированной информации при работе с цифровыми инструментами

90%

врачей считают персонализацию веб-сайта важным фактором для принятия решения о партнерстве с фармкомпанией



Топ-3 цифровых источника медицинской информации и рекомендаций по мнению пользователей

Вопрос для будущего: Как сделать веб-сайт, который будет опережать тренды?

# Инструменты персонализируют сообщения на сайтах или регулируют выдачу релевантного контента

## EPG Health запустили персонализированный сайт для врачей Medthority

Сайт показывает пользователю только релевантный контент, анализируя данные профиля, его поведение и активность пользователей того же возраста с помощью AI и машинного обучения

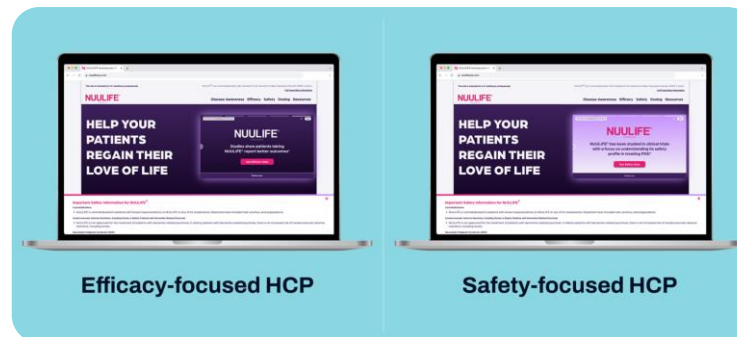
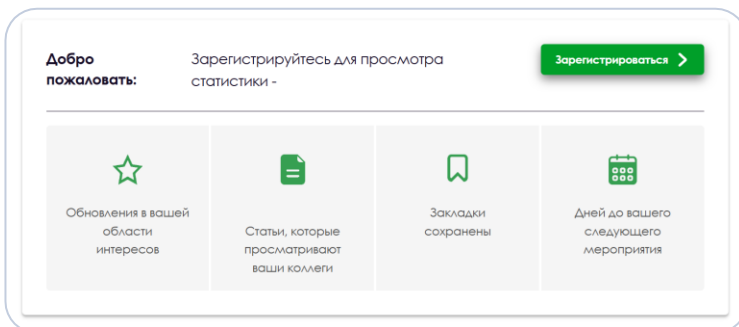
## Разработчик Storysoft предоставляет инструмент персонализации веб-сайта фармкомпаний

Решение встраивает в готовые сайты адаптивные блоки контента, которые могут считывать параметры UTM в URL-адресе. Контент динамически трансформируется, его можно персонализировать на основе специализации, геолокации, статуса врача и многого другого

## Инсайт

Инструменты персонализации могут анализировать поведение пользователей в режиме реального времени и предоставлять им актуальные предложения, основанные на их текущих интересах, что повышает вероятность вовлечения и конверсии

Инструменты модульного контента помогают с помощью простых low-code инструментов включать в сайты адаптируемый контент



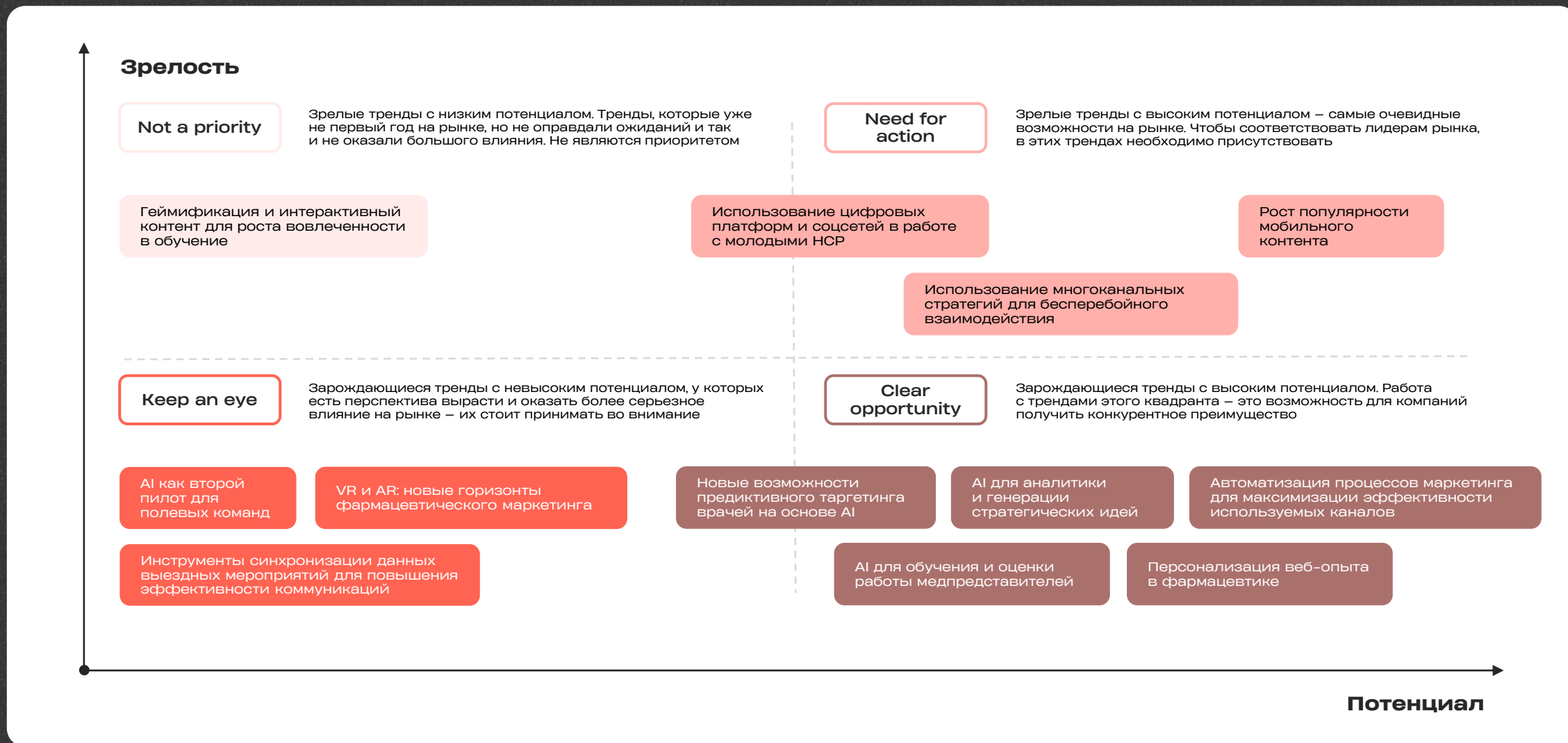
# Уровень зрелости глобальных мегатрендов на российском рынке остается низким, несмотря на высокий потенциал

Цифровизации российского рынка мешает ограниченный доступ к глобальным решениям, сокращающиеся бюджеты и качество данных. Даже самые технологически развитые российские фармкомпании отстают от глобальных игроков, которые имеют доступ к большому выбору готовых решений. Несмотря на это, общий уровень развития технологий в России открывает возможности для разработки in-house решений, адаптированных к специфике местного рынка

Мегатренд	Зрелость	Потенциал	Барьеры на российском рынке
Новые каналы для молодых НСР	Выше среднего	Высокий	<ul style="list-style-type: none"> <li>Использование более консервативных подходов к контенту</li> <li>Отсутствие сегментации врачей по поколениям</li> <li>Небольшое количество каналов</li> </ul>
Генеративный AI в центре внимания	Низкий	Выше среднего	<ul style="list-style-type: none"> <li>Недостаточное качество данных для использования их в AI-моделях</li> <li>Недостаток времени на коммуникации с врачами</li> <li>Недоверие AI, особенно в стратегических вопросах</li> </ul>
Автоматизация и синхронизация данных	Средний	Выше среднего	<ul style="list-style-type: none"> <li>Низкий уровень синхронизации с CRM существующих решений</li> <li>Отсутствие автоматизации в процессах</li> </ul>
Выход за рамки традиционных цифровых инструментов маркетинга	Средний	Средний	<ul style="list-style-type: none"> <li>Отсутствие доступа к глобальным технологиям</li> <li>Сокращение бюджетов</li> <li>Использование интерактивных инструментов ограничено</li> </ul>
Расширение персонализированного маркетинга	Ниже среднего	Выше среднего	<ul style="list-style-type: none"> <li>Недостаток внутренних ресурсов для разработки сложных систем персонализации</li> <li>Недостаток экспертизы при обращении к подрядчикам</li> <li>Недостаточное качество данных для создания персонализированных моделей</li> <li>Комплаенс-риски при использовании данных о врачах</li> </ul>

Оценка трендов проводилась с помощью экспертных интервью с лидерами области, где каждый из трендов оценивался по параметрам "зрелость" и "потенциал" по 5-балльной шкале. Уровни потенциала рассчитаны как среднее значение в оценке каждого тренда внутри мегатренда, где 1 - низкий, 5 - высокий

# Карта трендов цифровизации фармы 2025



# ТОП-5 действий, которые нужно делать прямо сейчас

Новые цифровые решения активно внедряются на западном рынке, при этом российский рынок пока более свободен для разработки, в том числе in-house решений. Использование технологической базы для разработки своих решений может повысить вовлеченность с НСР и положительно повлиять на позиционирование фармкомпаний на рынке

1

## Создавать умные инструменты для коммуникаций с врачами

Это поможет повысить эффективность медпредставителей. CRM можно делать более «умными» за счет внедрения AI и прогнозирования

2

## Учитывать тренды поколения Z в потреблении контента

Это важно на всех этапах: от разработки материалов и сайтов до выбора каналов продвижения: тренды поколения Z уже распространяются на всех

3

## Создавать чат-боты с AI для задач медпредставителей

Среди функций могут быть ответы на частые вопросы, создание библиотеки знаний и построение навигации по ней

4

## Внедрять 3D- и VR-технологии в презентации и сайты

Они помогают визуализировать механизмы действия лекарств и техники применения сложных препаратов

5

## Делать сайты более персонализированными

Сегментировать контент с учетом особенностей взаимодействия с российскими врачами помогут внедрение персонализации с AI и специальные модули для сайта

# Мы предоставляем полный спектр услуг в исследованиях и диджитал

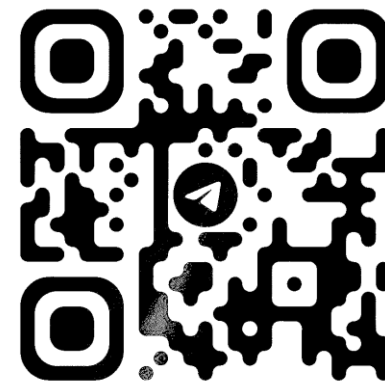




Получите эту презентацию и бесплатный  
экспертный аудит пользовательского опыта  
в диджитал для вашего бренда



hello@dalee.ru



@wowsedashow