

Medieninformation

Big Data mithilfe von Analyse-Tools und Online Intelligence interpretieren, um Customer Journeys individuell und effektiv zu gestalten

Frankfurt, 05.05.2015. Wie schaffen es Unternehmen mit den Chancen, die die Digitalisierung der Welt mit sich bringt, ihre Kunden individuell und effektiv anzusprechen? Um diese zentrale Fragestellung drehte sich die IMS Health Veranstaltung Next Generation Healthcare Technology, die am 22. April in Frankfurt stattfand. Keynote Speaker Dr. Wolfgang Martin, Experte für Analytik, Business Intelligence und Customer Relationship Management (CRM), half bei der Beantwortung dieser Frage, indem er den anwesenden Life- Science- Unternehmensvertretern aufzeigte, dass bei all ihrem Tun der Kunde mit seinen Bedürfnissen und Interessen stets im Mittelpunkt stehen müsse.

Dieser Customer Experience Management (CEM) Ansatz, die konsequente Weiterentwicklung von CRM, biete eine 360°-Sicht auf den Kunden und helfe, die sogenannte „Customer Journey“ zu verstehen und selbst zu planen. Voraussetzung sei, die Flut an Kundendaten bzw. Big Data sinnvoll zu verwerten. Mittlerweile strömen Daten aus den verschiedensten Kanälen in die Unternehmen, etwa durch den Außendienst, Feedback auf Mailings oder Diskussionen in Sozialen Medien, die es nicht außer Acht zu lassen gelte. All diese Daten müssten kanalisiert, analysiert und vor allem interpretiert werden, so Martin.

Social Media als integraler Bestandteil der Kommunikation

In diesem Zusammenhang stellte Thomas Altmann, Senior Manager Offering Development Social Media bei IMS Health, das Angebot Nexxus Social vor. Mithilfe dieser Software-as-a-Service-Applikation (SaaS-App) verläuft das sogenannte Online Intelligence, also das Beobachten und Überprüfen von Inhalten in verschiedensten digitalen Kanälen, deutlich einfacher und übersichtlicher: „Um herauszufinden, was über mein Unternehmen, Produkt oder Thema gesagt wird, wo darüber gesprochen wird, von wem, welche Bedürfnisse diese Gruppen haben, welches Engagement vonseiten der Unternehmen sinnvoll sein kann: Bei all dem kann unser Angebot Nexxus Social helfen“, sagte Altmann. Online Intelligence ist zur Vorbereitung von digitalen Strategien und Kampagnen sowie für deren Begleitung hilfreich. Ein weiterer Vorteil dieser Applikation: Der AETracker[™] erkennt mithilfe umfassender Ontologien potentielle Nebenwirkungsmeldungen (= Advers events) in unternehmenseigenen Social-Media-Auftritten und unterstützt das Unternehmen somit, digitale Kanäle compliant zu nutzen.

Aus Multichannel-Kampagnen lernen

Wie wichtig es ist, den Erfolg von Multichannel-Kampagnen zu messen, betonte Caroline Pietsch, Engagement Manager Technology & Applications bei IMS Health. „Es geht nicht nur darum, Daten zu sammeln, sondern

– Seite 1/2 –

diese auch zu interpretieren und dann bei weiteren Aktivitäten entsprechend einzusetzen bzw. zu beachten.“ Diese Aufgabe kann mit Nexxus Marketing, einem weiteren Baustein der IMS Health Nexxus Commercial Application Suite, gelöst werden. Reports und Dashboards zeigen übersichtlich und an einem zentralen Ort, welche Kunden über welchen Kanal erreicht werden konnten und wie das Feedback ausfiel. „Diese Informationen lassen sich analysieren und auswerten, die Kampagnen können also auf ihren Erfolg überprüft werden – und was noch wichtiger ist: Daraus kann für zukünftige Kampagnen gelernt werden“, beschrieb Pietsch.

Mehr Technologie-Impulse

Weitere Impulse im Zusammenhang mit Multichannel-Marketing (MCM) übermittelte beispielsweise Albert van Eijk, Global Director Oncology & Hematology von Boehringer Ingelheim, indem er zum Thema Social Conferencing die Potenziale, aber auch Herausforderungen eines Twitter-Chats mit Ärzten vorstellte. Und Przemyslaw Dobosz, IS Systems Manager bei Sanofi-Aventis Polen, präsentierte, wie die Kommunikation mit Ärzten mithilfe von MCM, gesteuert über Nexxus Marketing, professionalisiert werden kann.

Die nächste IMS Health Veranstaltung im Rahmen der „Next Generation Healthcare Technology“-Reihe findet am 29. September 2015 in Frankfurt statt.

– Seite 2/2 –

Kontakt/Pressestelle:

Dr. Gisela Maag
Tel.: 069-6604 4888
Fax: 069-6604 5590
Email: GMaag@de.imshealth.com
www.imshealth.de
 www.twitter.com/imshealthDE

Über IMS Health:

IMS Health ist ein führender Anbieter von Informations- und Technologiedienstleistungen für Kunden aus dem Gesundheitswesen, u.a. Life-Science-Unternehmen, Leistungserbringer, Kostenträger und Regierungsbehörden. 15.000 Mitarbeiter in über 100 Ländern spannen ein globales Netz über die lokalen Märkte. Sie verbinden frische Ideen mit langjährigem Branchen-Know-how. Das Angebot von IMS Health reicht von vertrauenswürdigen und qualifizierten Datenerhebungen und -interpretationen über strategische Beratung bis hin zu technologischen Lösungen, die die Datenverarbeitung und -analyse vereinfachen. So unterstützt IMS Health seine Kunden dabei, wirtschaftlich erfolgreich zu sein und letztlich die Versorgung von Patienten zu verbessern.

Grundlage der IMS Health Dienstleistungen sind valide und anonymisierte Daten aus dem Arzneimittelmarkt und Versorgungsalltag (Real-World Evidence). Datenschutz, Anonymität der Datenquellen sowie Neutralität sind dabei für IMS Health oberste Gebote. Weitere Informationen finden Sie unter www.imshealth.de

IMS | Intelligence applied.