



医薬品およびバイオテクノロジー
VERSOTM ブランドインサイト

アステラス ファーマ ヨーロッパ

AIを用いて収集した知見をユーザーフレンドリーなパッケージで提供

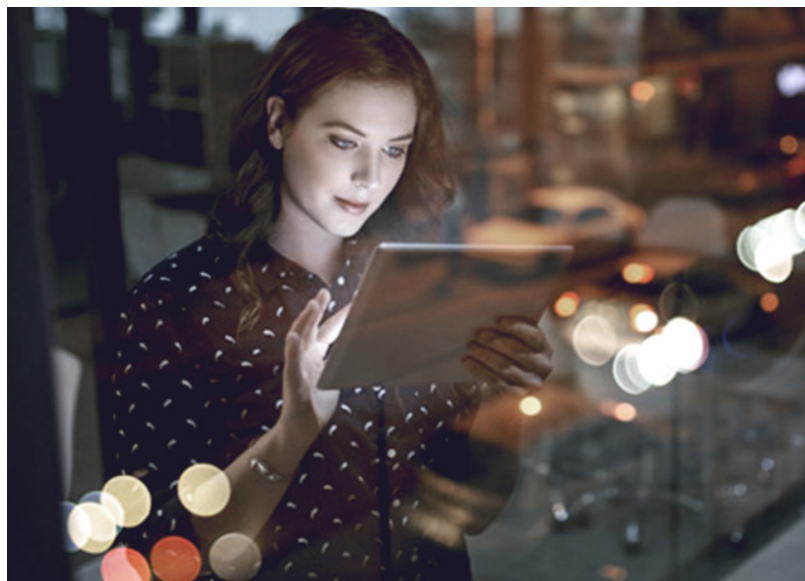
数値が示すインパクト

87%

新規分析機能のSUSスコア

重要ポイント

- 有益な知見の収集を目指す企業にとって、データリッチ化が高まる環境においては従来の報告や分析方法が課題となりつつあります。AIと機械学習は何百万ものデータポイントを評価・解釈することにより、より効率的に知見を提供することが可能です。
- 企業のステークホルダーに新たなテクノロジーを推進するには、最適化されたユーザーエクスペリエンスと揺ぎない社内コミュニケーション計画の両方が重要となります。
- VERSOTM ブランドインサイトによって アステラス ファーマ ヨーロッパはデータ有用性の水準を高め、同社のコマーシャルチームの顧客エンゲージメント戦略が強化されました。



海原で高い波に立ち向かう時、必要となるのは優れた船です。製薬会社にとっては、収集される大量の動的ビジネスデータがこの波に当たり、コマーシャルチーム用にこれらのデータをまとめ、解釈するテクノロジーが必要となります。人工知能 (AI) の能力が企業の顧客戦略や顧客エンゲージメント向けのデータ活用に役立っていることは証明されていますが、それはAIユーザーが必要に応じて行動を変化させた場合に限りです。複数の治療領域にわたって製品を提供する多国籍製薬会社のアステラス ファーマ ヨーロッパ (APEL) において、この行動変化を定着させるための鍵は、社員の日々の活動の中での情報消費方法により合致したAIプラットフォームを提供することにあります。

課題

従来のデータの報告および分析方法は、顧客データから有益な知見を抽出したいコマーシャルチームにとって深刻な課題となりつつありました。フィールド担当者とブランドマネージャーは膨大な情報処理の負担を負う一方で、ダッシュボードの柔軟性が低いために生データを様々な角度から検証するにはクリックを繰り返し、データの関連性を自分で解明する必要がありました。APEL首脳陣は、市場における成長を続

けられるか否かは、このブランドマネージャーが直面する課題を解決し、知見主導型のコンセプトを実現してブランド戦略を強化することにかかっていると認識していました。

「情報の活用方法は人によって様々です」と、APELでビジネスインテリジェンスおよび分析担当ディレクターを務めるアンドリュー・パスフィールド (Andrew Pasfield) 氏は語ります。「各自の経験に合わせて、タイミングよく簡単なモバイル形式で情報を提供することが期待されています。(当社のブランドマネージャーに)より優れたデータや分析を提供して知見主導型の方向へ移行しなかった場合、私たちは市場において競合他社よりも飛躍的に優位に立つ機会を失っていたでしょう。」

APELは、製薬業界のニュアンスを理解して組織の革新的な考え方を共有するパートナーを必要としていました。ZSと提携することで、APELは、販売とマーケティング部門における高度な分析成果の限界を突破するつもりでした。

「この新しいやり方は即時にインパクトをもたらします。APELの社員も、分析を極めて迅速かつ十分に活用できることを実感しています。」

-アンドリュー・パスフィールド (Andrew Pasfield) 氏

ソリューション

このパートナーシップの早期段階から、APELはトランスフォーメーションの選択肢の検討に前向きな姿勢を示していました。ZSの新たなVERSIO製品の革新的プロトタイプ/demoに感銘を受けたパスフィールド氏が、自社のデータと分析に関わるビジネス上の懸念事項をどのようにして解決できるかを検討した結果、APELはZSの公認VERSIOクライアントの会社として契約を締結することとなりました。ZSのVERSIOブ

ランドインサイトは、何百万ものデータポイントを徹底的に検索し、ビジネス上の具体的な疑問に答える正確かつ系統的な知見を提供する能力を有する拡張可能プラットフォームを提供しました。パスフィールド氏は、こうしたプラットフォームによって組織が顧客データを活用する方法を根本的に改善できるのではないかと感じていました。

「データをさまざまな形で活用しようとするなら、新たな手法を積極的に受け入れ、リスクを負わなければなりません」と、パスフィールド氏は語ります。「VERSIOブランドインサイトは、AIと機械学習を用いて知見を迅速に伝えるひとつの方法であると理解しました。それを実現する可能性がある製品が分かっているのに使わない手はありません。」

広範に使用されている消費者アプリケーションと同じように、VERSIOブランドインサイトはAIと機械学習を活用し、ユーザーフレンドリーなインターフェースを備え、タイムリーな関連情報を特有のニュースフィード経由で提供します。分析エンジンは、同社の包括的なビジネス戦略とガイドライン、構成可能なユーザーの選好と行動を取り込んだアルゴリズムを展開することで、さまざまなデータからカスタマイズされた知見と提案を生成します。メールの採用率や感情分析といった、チャンネルとキャンペーンのパフォーマンスに関する新たなインサイトはその後、関連性と計画済みの活動に基づいてユーザーのニュースフィードの上位に配信することが可能です。過剰な無秩序データではなく目的を持ってキュレートされた一連の知見を活用する能力をコマーシャルチームにもたらすことで、チームは一層効率的な顧客エンゲージメントを計画、実行できます。

ユーザーエクスペリエンスの最適化に照準を合わせたプラットフォームの開発には、データの編成と配信の域を超えたユニークな課題が伴います。例えば、このプロジェクトのひとつの重要な目標は、ツールというよりは協力的パートナーのようなアプリを提供することでした。そのため、アプリには職務に固有の語彙を高度に蓄積した「トレーニング済みの」会話型チャットボットが組み込まれました。これによって複雑な問い合わせを簡単に解釈できる自然言語インターフェースが実現し、ユーザーは質問に対して適切な回答を受け取れるようになりました。

「このようなプロジェクトの要件は時間をかけて発展していくので、そのアプローチはアジャイルかつインタラクティブでなければなりません」と、ZSのビジネスプロセスマネージャー

であるパヴァン・シャーマ (Pavan Sharma) は語ります。「ステークホルダーにはビジョンの定義と、それをプロセス全体でレビューする場に参加してもらいます。実行フェーズが完了するまで待つことはありません。」このレベルでコンタクトをとることは、プラットフォーム導入を促す上でもまた重要となりました。社内コミュニケーション計画を立て、APEL内でプラットフォームの能力を提唱するチャンピオンを育成することも不可欠な要素でした。このプロセスにおける決定的な懸念事項として、社内部署間の関係には依然として配慮が必要であったとパスフィールド氏は指摘します。

「組織内の階層間の力関係に注意を払う必要があります」と、同氏は語ります。「管理職に就いている人物は、自分が過去にアクセスしていた以上のデータに部下がアクセスしていると知った時にどのように感じるのか。多くの情報を提供するということは、社員間の関係性に影響を与える可能性もあるのです。」この複雑性が追加されたことで、ZSとAPELの両者は検討と配慮を十分に行った上で変更を管理し、導入の成功を確実なものとしなければいけなくなりました。

インパクト

欧州の複数地域の市場を担当するAPELブランドマネージャーを含むパイロットグループから得られたユーザーフィードバックは極めて好評で、知見の優先順位付けとアクセス性について特に高い評価を得ました。あるブランドマネージャーは次のように語っています。「このアプリの価値は、情報をカスタマイズしてすぐ使えるようにし、同僚に簡単に転送できることにあります。私は出先で (レポートを) 直属の上司に転送できました。」このプロジェクトにおいてZSは、業界標準のSystem Usability Scale (SUS) も導入しました。これは、製品のユーザーエクスペリエンスを10の基準にわたって数値

で評価するよう回答者に求めるサーベイで、レガシーシステムと新しいブランドインサイツアプリを比較する際の基本的な測定基準です。その結果は極めて心強いものでした。VERSOブランドインサイツは、アップグレードされたプラットフォームが87%というSUSスコアを達成し、SUS標準で上位1%に位置付けられるレベルにまでレガシーシステムを向上させました。

「有用性と学習能力の観点から、VERSO ブランドインサイツアプリは全面的に優位に立っています」と、ZSプリンシパルのイアン・フラッター (Iain Fratter) は語ります。「私たちはまた、1対1の会議を行い、そこで2つの重要な質問をしました。ブランドインサイツを引き続き使用したいか。また、これを同僚に勧めたいと思うかという質問です。この2つの質問に対する答えは『はい』でした。」

APELにとって最も重要なことは、知見の品質がアプリの使用に基づいて時間とともに向上し続けることです。このアプリの直感的な設計によってユーザーの使用意欲が促され、ブランドマネージャーは自身の普段の作業ルーティンを変えるよう触発されます。その結果、現場内で有益なやり取りが増えています。「この新しいやり方は即時にインパクトをもたらします。」と、パスフィールド氏は述べています。「APELの社員達も、モバイルデバイスのニュースフィードからの分析を極めて迅速かつ十分に活用できることを実感しています。」

APELはまた、このソリューションが組織内で成長する可能性が強いと見ています。マネージャーレベルにおけるブランドインサイツ機能の成功により、APEL営業担当者へ同様の機

About ZS

ZS is a professional services firm that works side by side with companies to help develop and deliver products that drive customer value and company results. We leverage our deep industry expertise, leading-edge analytics, technology and strategy to create solutions that work in the real world. With more than 35 years of experience and 8,000-plus ZSers in more than 25 offices worldwide, we are passionately committed to helping companies and their customers thrive.

