

«SIFI SPA»



«SIFI DIGITAL GROWTH»



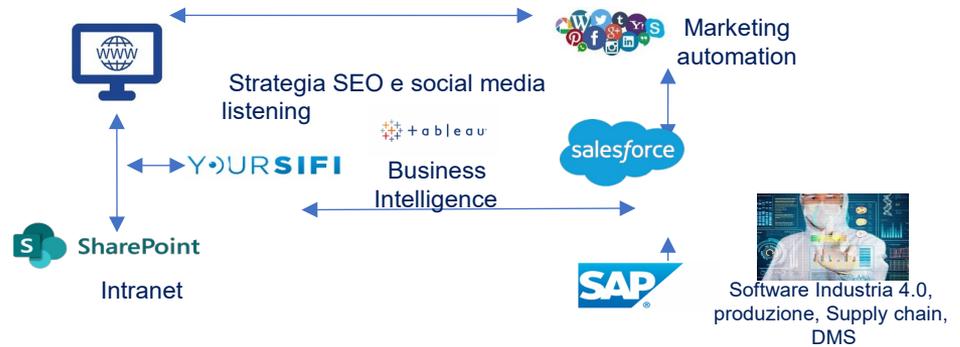
Sebastian Motta: <https://www.linkedin.com/in/sebastian-motta-60b6a85/>
Enrica Santonocito: <https://www.linkedin.com/in/enrica-maria-santonocito-673952114/>
Gabriele Condorelli: <https://www.linkedin.com/in/gabriele-condorelli-a9083719a/>
Federico Pardu: <https://www.linkedin.com/in/federicopardu/>
Roberto Speranza: <https://www.linkedin.com/in/roberto-speranza-25404036/>
Daniele Morelli: <https://www.linkedin.com/in/daniele-morelli-0a204a152/>
Livia Mazza: <https://www.linkedin.com/in/livia-mazza-a9370948/>
Jacobo Benitez del Castillo: <https://www.linkedin.com/in/jacobobenitezdelcastillo/>

Social Aziendali:

Instagram SIFI : <https://www.instagram.com/sifigroup/>
Facebook SIFI: <https://www.facebook.com/sifigroup/>
Twitter: <https://twitter.com/sifigroup>
Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/sifi/>
Youtube: <https://www.youtube.com/c/Sifigroup>



È stato creato un eco sistema digitale globale interconnesso



Gestione delle informazioni

La gestione dei campioni, dei medical devices e di altre informazioni vengono gestite in tempo reale dal nostro customer office. I dati GDPR e i consensi ricevuti dai nostri interlocutori ci permettono di creare liste di segmentazione sempre aggiornate e coerenti per le nostre campagne Marketing. La business intelligence integrata ci permette di analizzare i dati sia Sell-in e Sell-out in tempo reale.



Integrazione di tutti i processi aziendali per l'area surgical e medical device: dalla gestione dell'ordine alla tracciabilità, alla gestione gare d'appalto



Gestione GDPR completamente digitalizzata con firma del medico, monitoraggio delle date di scadenza delle informative



Gestione Innovativa dei campioni gratuiti rilasciati al medico durante la visita degli ISF. Integrazione di tutti i documenti utili nelle quotidiane attività per i rep.



Gestione e monitoraggio di tutti i dati relativi ai KOL, gestione dei dati dei congressi e dei flussi di approvazione per l'invito di medici a congressi



Utilizzo di strumenti di marketing automation per lo sviluppo di strategie marketing e di vendita a medio-lungo termine



Dashboard e report in tempo reale utilizzando il modulo di Business intelligence e di Intelligenza artificiale

Integrazione software

Il nuovo CXM permette l'integrazione con altri tool aziendali, quali SAP, YourSifi, intranet e sito web. I dati vengono analizzati e gestiti centralmente attraverso il modulo di Business intelligence integrato.

Tutti i dipartimenti digitalizzati

Con il CXM abbiamo digitalizzato le attività dei seguenti dipartimenti: Sales (6 filiali), Global Marketing, Corporate communication, Farmaco Vigilanza, gestione GDPR, Salesforce effectiveness, Congress Office. Il modulo di community ci permette di condividere le informazioni in modo semplice e veloce.

Innovazione

Il CXM è ricco di funzionalità innovative, una tra tutte la possibilità della gestione dei campioni gratuiti in maniera conforme alla legge, ma senza l'uso della carta (ne parleremo nelle prossime slide). L'uso di un modulo di intelligenza artificiale ci permette di ottenere dei «suggerimenti» per migliorare le attività quotidiane di ogni utente sulla base del proprio profilo e delle proprie attitudini e abitudini.

Strategie in real time

Attraverso i tool di marketing automation e di web listening, possiamo gestire strategie in tempo reale, i dati di vendita condivisi a livello brick, sono condivisi con la forza vendita per analisi mirate ad aumentare la penetrazione nel mercato.

Flusso digitalizzato di scarico saggi alla luce del D.L. 219/06 e dell'art.24 del CAD (Codice dell'amministrazione Digitale)

Abbiamo realizzato un'innovativa funzionalità, integrata nel CXM per la gestione dei campioni gratuiti. Partendo dai seguenti assunti:

D.L. 219/06 art.125 comma 2: I campioni non possono essere consegnati senza una richiesta scritta, recante data, timbro e firma del destinatario.

Art.24 CAD comma 2: L'apposizione di firma digitale integra e sostituisce l'apposizione di sigilli, punzoni, timbri, contrassegni e marchi di qualsiasi genere ad ogni fine previsto dalla normativa vigente.

Ufficio Informazione Scientifica AIFA scrive:

"Visto che l'art. 125, c. 2 non impone specifiche particolari circa il formato della "richiesta scritta, recante data, timbro e firma del destinatario" si potrebbe convenire che qualsiasi soluzione che risulti perfettamente rispettosa degli obblighi dettati dal medesimo comma, nonché dei criteri stabiliti dalle norme vigenti a garanzia dell'identità di un soggetto, possa essere ritenuta accettabile. Nondimeno va comunque fatta salva la necessità di assicurare, prescindendo dal formato, la conservazione della "documentazione idonea a comprovare che la consegna di campioni è avvenuta nel rispetto delle disposizioni del presente decreto" (art. 125, c. 12); ciò, anche in previsione degli eventuali controlli delle competenti autorità."

Il nostro CXM permette di evitare l'uso di carta per certificare il processo di avvenuta consegna dei campioni. Questo ci permette risparmio di tempo, di avere dati sempre in tempo reale e consistenti e una visione più «green». Le consegne dei campioni sono regolate dalla legge, il sistema blocca l'ISF se tenta di consegnare un numero di campioni superiore a quello previsto per legge.



0

L'informatore scientifico si reca dal medico per consegnare i campioni gratuiti. Dal proprio tablet seleziona la tipologia e la quantità di prodotti presenti nel proprio campionario. Sulla base delle scelte, il sistema informatizzato crea un PDF con la lista dei campioni. La schermata presenta una sezione per l'apposizione della firma olografa del medico direttamente su schermo del tablet



0

Il sistema memorizza la data e l'ora di creazione del pdf, oltre al nome e alla mail del medico e dell'ISF interessati alla attività. La e-mail è indicata dal medico in fase di accettazione delle informative GDPR che sottoscrive



0

Il sistema manda una mail contenente il PDF appena creato all'indirizzo di posta del medico. La mail viene recapitata in tempo reale al medico che attraverso un semplice pulsante, se ritiene che tutte le informazioni contenute siano corrette, certifica il processo



0

Nel database del sistema vengono memorizzati:

- 1)Data e ora di creazione del PDF, mail e nome medico e ISF
- 2)Data e ora, mail e nome Medico che ha approvato

Il numero dei campioni è sempre aggiornato dai dati SAP e l'ISF può consultare informazioni circa lotto e scadenza



0

Si può sempre certificare che il processo di scarico saggi sia avvenuto contestualmente e calcolare anche i tempi di latenza tra la creazione del documento PDF e l'approvazione da part del medico. I dati sono sempre a disposizione senza limiti di tempo

Obiettivi e destinatari del lavoro

L'obiettivo del progetto è stato quello di snellire l'iter burocratico relative alle documentazioni da gestire mantenendo al contempo la possibilità di analisi dei dati, gestione informatizzata dei campioni e invio di *insight* alla produzione.

La gestione, GDPR compliant, dei vari dati che si ottengono dalle diverse attività (marketing, sales, R&D) permette di ottenere una produzione farmaceutica ottimizzata e in linea con le richieste del mercato, adattando gli sforzi produttivi e le scelte di mercato utilizzando e sfruttando il modulo di intelligenza artificiale integrato alla base dati.

I destinatari del progetto sono:

- Medici e operatori sanitari in genere
- Informatori medici scientifici
- Pazienti (attraverso il sistema SoundMed è possibile avere dati relativi al patient journey e alle sue necessità).
- Team di ricerca e sviluppo (sulla base dei dati acquisiti da medici e pazienti è possibile avere evidenza da RWD – real world data)

I risultati ottenuti sono stati in linea con quanto preventivamente progettato:

- Riduzione dei tempi di gestione delle pratiche burocratiche (meno 63% FTE full time equivalent per persona)
- Aumento delle vendite (dato globale considerando le 6 filiali del gruppo di una percentuale pari al 15%)
- Possibilità di uso di RWD per finalità di ricerca e sviluppo
- Migliore gestione delle risorse di produzione e minor costi relativi alle fonti energetiche.
- **L'eco sistema digitale** attuale dell'azienda è **pienamente interconnesso**. I dati sono sempre consistenti ed univoci. L'uso di un tool integrato di **Business Intelligence** ha permesso di ottenere **statistiche e analisi in tempo reale condivise** tra i diversi dipartimenti: Operation, Supply chain, Marketing, Communication, R&D.
- Automatizzare le attività marketing per aumentare la brand awareness e creare un'esperienza omnichannel per l'utente finale, migliorandola attraverso il monitoraggio costante dei KPI in tempo reale; Accelerare i processi decisionali e migliorare la gestione delle esigenze del cliente/utente

Brand awareness: Evento Salesforce 27 Aprile - Evento Salesforce 11 Ottobre - Locandina



Sebastian Motta
sebastian.motta@sifigroup.com
Digital Innovation Manager