

celver

Wie man den Vertrieb von einer globalen Sicht bis hin zum persönlichen Kundenbesuch integriert steuern kann

Daiichi Sankyo Europe



CASE STUDY

Case Study: Daiichi Sankyo Europe

SEITE	THEMA
4	Das Unternehmen Daiichi Sankyo
5	Die Herausforderung
6	Die Lösung
7	Der Nutzen
9	Über cilver

„Unsere Mission, innovative
Medikamente an Patienten zu
liefern, wird durch die neuen
visuellen Dashboards weiter
gestärkt.“

Andy Maric,
Business Insights & Analytics
Manager,
Daiichi Sankyo UK

1



Das Unternehmen: Modernste Pharmazie

Daiichi Sankyo Co., Ltd. ist ein globales pharmazeutisches Unternehmen mit Headquarter in Tokyo und Niederlassungen in mehr als 20 Ländern auf der Welt mit dem Schwerpunkt auf kardiovaskuläre Produkte und Onkologie.

Das Unternehmen wurde 2006 durch einen Merger der etablierten japanischen Unternehmen Daiichi und Sankyo gegründet.

Die Daiichi Sankyo Europe GmbH mit Sitz in München ist der Auftraggeber des Projektes, dessen Ziel die Modernisierung und der Ausbau der bestehenden Analytics-Lösungen war. Ausgehend von in den einzelnen Ländern sehr heterogenen und aufgrund der QlikView-Technologie veralteten Applikationen, wurde auf Basis von Qlik Sense eine moderne und zentral abgestimmte Lösung geschaffen, welche die Steuerung insbesondere der vertrieblichen Aktivitäten enorm verbessert und vereinfacht.

KEY FACTS

Branche: Pharmazie

Standorte: 3 Produktionsstandorte in 13 Ländern / Hauptsitz in Tokyo

Mitarbeitende: Rund 2.000 weltweit

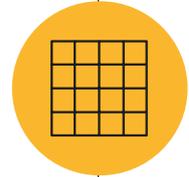
Software: Qlik Sense

Vorteile & Nutzen:

Durchgängige Lösung im Unternehmen | Optimale Planung nationaler & internationaler Ziele | Weitere Betreuung durch celver/SDG Group | Strukturierte Ansicht von relevanten Informationen | Geo-Analyse für einen klareren Überblick | Höhere Datentransparenz | Bessere Steuerung bei Markteinführungen neuer Produkte | Anwenderfreundlich

Die Herausforderung: Globaler Pharmainnova- tor werden

2



Daiichi Sankyos Ziel ist es, bis 2025 ein globaler Pharmainnovator insbesondere in der Onkologie zu werden. Um dieses Ziel zu erreichen, braucht es umfangreiche Informationen aus den Märkten, d.h. über Kunden, Produkte und die Performance der Field Force. Die Quellen der dafür benötigten Daten haben verschiedenste Ursprünge, sodass zunächst eine komplexe Integration erforderlich ist, um datengetriebene Entscheidungen insbesondere in den Funktionsbereichen Vertrieb und Marketing zu ermöglichen.

Die bisher über die verschiedenen Niederlassungen verbreiteten, recht unterschiedlichen Lösungsansätze sollten nicht über Bord geworfen, sondern mit einem innovativen, ganzheitlichen Ansatz neu strukturiert und systematisch weiterentwickelt werden. Dazu bedurfte es nicht nur eines technisch versierten Partners, sondern vielmehr eines Spezialisten, der sich mit Analysen im Pharmabereich auskennt sowie die Besonderheiten und speziellen Anforderungen dieser Branche versteht.

In den verschiedenen Niederlassungen von Daiichi Sankyo Europe wurden zum Startzeitpunkt des Projektes die lokalen KPIs in unterschiedlichen Dashboards auf Basis von QlikView dargestellt, welche keine gesamteinheitliche Übersicht auf europäischer Ebene und Vergleiche untereinander möglich machten. Zudem waren die Dashboards der Niederlassungen oftmals wenig performant, unübersichtlich, für die Anwender nicht intuitiv zu bedienen und enthielten nicht alle relevanten Informationen.

Die Anforderungen an die neuen Dashboards in Qlik Sense waren neben den offensichtlichen Verbesserungen hinsichtlich Usability insbesondere die Integration der länderindividuellen Anforderungen und Marktstrukturen in einer übergeordneten länderübergreifenden europäischen Sicht. Ziel war es, dass der Commercial Excellence Bereich von Daiichi Sankyo Europe ein ganzheitliches Verständnis über den Markt, die Positionierung der Produkte sowie alle Vertriebs- und Marketingaktivitäten erhält, was zur optimalen Steuerung des Geschäftes zwingend erforderlich ist.



„Unsere Mission, innovative Medikamente an Patienten zu liefern, wird durch die neuen visuellen Dashboards weiter gestärkt.“

Andy Maric
Business Insights & Analytics Manager,
Daiichi Sankyo UK

3



Die Lösung: Informatives Dashboard mit Blick in die Zukunft

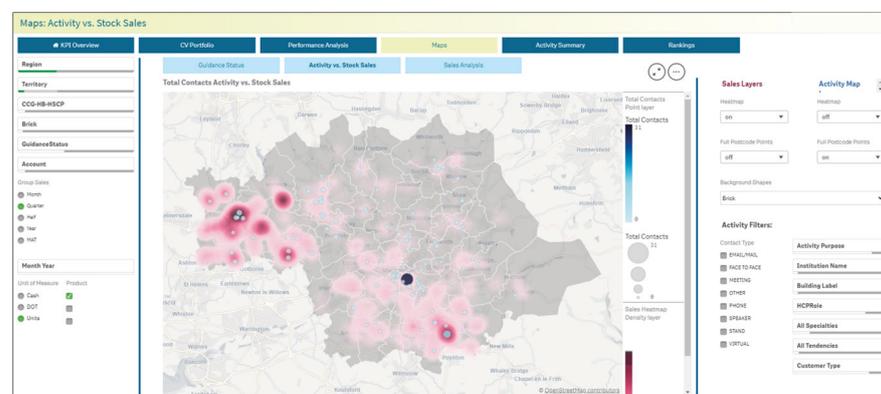
Um sich einen Überblick über infrage kommende Systemintegratoren zu verschaffen, startete Daiichi Sankyo Europe eine Ausschreibung. Die celver AG und die SDG Group überzeugten als gemeinsames Projektteam im Rahmen der Auswahl mit pharmaspezifischer Expertise und langjähriger Erfahrung in der Integration von Pharmedaten rund um die Themen Sales Performance, Aktivitätsperformance, Zielkunden, Kundenklassifizierung u.v.m.

Nach einer umfassenden GAP-Analyse durch celver/SDG Group starteten die Projekte für die europäische Zentrale als auch die lokalen Niederlassungen dank der agilen Projektmethodik nahezu zeitgleich. Zusammen mit dem Kunden erarbeitete das celver/SDG Group-Team die Gemeinsamkeiten der europäisch übergeordneten KPIs und die länderspezifischen Besonderheiten heraus.

Dank konsequenter Anwendung der Ideen des Information Designs wurde eine optimale Informationsbereitstellung innerhalb der Qlik Sense Dashboards erreicht. Die verfügbaren Informationen wurden zudem durch zusätzliche relevante KPIs ergänzt, was durch die Anbindung neuer Datenquellen ermöglicht wurde.

Neben der optimierten Darstellung historischer Ist-Zahlen ist ein weiterer Vorteil der neuen Dashboards die Integration der zukünftigen Entwicklung. Dazu wurden komplexe Vorhersageberechnungen implementiert, welche einen Forecast der zukünftigen Entwicklung möglich machen. Dadurch ist nun nicht nur ein Rückblick auf die Vergangenheit, sondern auch ein Ausblick auf die kommende Entwicklung und entsprechende Markttrends möglich, was den Nutzen noch einmal erheblich erhöht.

Dazu dienen die ansprechenden Kartenvisualisierungen zur Analyse von Versorgungslücken und Umsatz-Clustern und zeigen die geografische Repräsentation der Marktanteile eigener und Konkurrenz-Produkte auf.



Der Nutzen: Alle Ziele sofort im Blick

Durch den ganzheitlichen Ansatz von celver/SDG Group wurde eine durchgängige Lösung im Unternehmen geschaffen, mit der zum einen das Management die nationalen und internationalen Ziele verfolgen und zum anderen der Pharmareferent u. a. vor Ort beim Kunden seine persönliche Ziel-Besuchs-Quote einsehen kann. Gleichzeitig hat Daiichi Sankyo Europe in celver/SDG Group einen dauerhaften Partner gefunden, der strukturiert alle europäischen Projekte im Bereich Commercial Excellence betreut und weiter vorantreibt.

Die entsprechenden Applikationen und Dashboards zeigen nach den Best-Practices-Ansätzen von celver/SDG Group nur die Informationen an, die für den jeweiligen Nutzer relevant sind. Die Akzeptanz der Anwender ist bei allen Applikationen stark gestiegen. „Insbesondere das Dashboard für das zuletzt eingeführte Neuprodukt wird in der jetzt aufkommenden Launch-Phase hochgeschätzt“, sagt Dominik Pöbl (Commercial Business Intelligence Manager).

„Unsere Mission, innovative Medikamente an Patienten zu liefern, wird durch die neuen visuellen Dashboards weiter gestärkt“, sagt Andy Maric (Business Insights and Analytics Manager, Daiichi Sankyo UK) und hebt das Entwicklungsteam und die erstklassig umgesetzte Analytics-Umgebung hervor, welche er und sein Team als die derzeitige mit einer der besten Analytics-Umgebungen in der ihm bekannten Pharma-Lösungen bezeichnet. Aufgrund der kurzen Projektlaufzeit, der zuverlässigen Teamarbeit und der umfangreichen neuen Insights, insbesondere auch die neuen Geo-Analysen, gewann das Projekt in Großbritannien eine solche Aufmerksamkeit, dass es durch einen konzerninternen Award prämiert wurde.

celver/SDG Group haben mit der neuen Applikation für „Nilemdo/Nustendi“ ein Dashboard erstellt, mit dem die Markteinführung dieser neuen Produkte in Echtzeit verfolgt und gesteuert wird:

- Wie entwickelt sich der Marktanteil im Vergleich zu früheren Produkteinführungen?
- Wo laufen noch klinische Tests, wo ist das Produkt bereits zugelassen?
- Welche Ärzte/Apotheken starten bereits den Verkauf?



Des Weiteren sind durch den Einsatz der Pharma-Lösung von celver/SDG Group alle Aktivitäten und Einträge aus dem CRM für alle Stakeholder in den Qlik-Applikationen verfügbar und sorgen für mehr Transparenz in den Daten und somit für eine bessere Steuerung des Außendienstes.

Die Pharma-Analytics-Lösung von celver/SDG Group integriert auch umfangreiche geographische Analysen. Vom nationalen Überblick bis zur kleinteiligen Postleitzahlenebene mit 1.7 Mio. Geo-Punkten. Die Überlagerung von Umsatz und Vertriebsaktivitäten erfolgt völlig dynamisch durch den Einsatz von hochperformanten Geometrie-Algorithmen (Voronoi-Algorithmus).

4

Kontaktieren Sie uns für weitere spannende Impulse. Mehr entdecken Sie auch auf celver.com.

ÜBER UNS

Seit über 20 Jahren realisieren wir komplexe Planungs- und Analyselösungen auf Basis smarter Datenarchitekturen für Kunden unterschiedlichster Branchen und Größenordnungen.

Unser Ziel: Gemeinsam passgenaue Lösungen aufbauen, die die Basis für datengestützte Entscheidungen bilden.

Mit innovativen Konzepten und Technologien unterstützen unsere zertifizierten Experten dabei von der fachlichen Beratung über die Prozessdefinition, die komplette Realisierung und Integration in die Systemlandschaft bis hin zu Schulung, Roll-out und Change Management.

In jedes Projekt bringen wir unsere ganze Erfahrung ein: Erprobte Blueprints für Planungsprozesse und selbst entwickelte Module und Templates für verschiedene Front- und Backend-Technologien sichern den schnellen Erfolg für Unternehmen aller Branchen.

KEYFACTS

- Über 20 Jahre Erfahrung
- >90 Berater und >100 aktive Kunden
- Langjährige Kundenbeziehungen
- Technologieunabhängig
- Branchenexpertise: Handel & Konsumgüter, Fashion & Retail, Industrie & Logistik
- Mitglied der UNITY Innovation Alliance

SCHWERPUNKTE

- S&OP Planung
- Supply Chain Analytics
- Vertriebs- und Bedarfsplanung
- Kapazitäts- und Einkaufsplanung
- Logistik- und Bestandsplanung
- Flächen- und Sortimentsplanung
- Analyse und Design von (Planungs-) Prozessen

KUNDEN

Aurubis AG, Big Dutchman AG, BASF SE, Daiichi Sankyo Europe GmbH, Alois Dallmayr KG, EURONICS Deutschland eG, FALKE KGaA, Fissler GmbH, KiK Textilien und Non-Food GmbH, Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli GmbH, Optibelt GmbH, STIEBEL ELTRON GmbH & Co. KG, Takko Holding GmbH, Villeroy & Boch AG, Webasto SE, uvm.

ANSPRECHPARTNER

Sie haben weitere Fragen zu unseren Services oder suchen den direkten Kontakt mit uns? Let's get in touch.



Janek Kapahnke
Head of Business Unit
SCM

+49 170 105 8693
j.kapahnke@celver.com

celver

STANDORTE

HAMBURG
celver AG
Zirkusweg 1
20359 Hamburg

MÜNCHEN
celver AG
Bürkleinstraße 10
80538 München

KONTAKT

+49 40 468 996 4-0
kontakt@celver.com

celver.com