

Roma, 13 ottobre 2022

## LA TRASFORMAZIONE DIGITALE DELLE AZIENDE FARMACEUTICHE: VANTAGGI E CASE STUDY

LA TRASFORMAZIONE DIGITALE STA CAMBIANDO IL MONDO DEL PHARMA, CON GRANDI PROSPETTIVE DI INNOVAZIONE E VANTAGGI PER LE AZIENDE.

### *La digital transformation e il Pharma 4.0*

Adattare strategie ed elementi digital al mondo dell'industria farmaceutica e dell'Healthcare: questo è il **Pharma 4.0**, un modello operativo mutuato da quello di Industry 4.0 e definito alla International Society for Pharmaceutical Engineering (ISPE).

La **trasformazione digitale**, calata all'interno del complesso mondo del Pharma e delle sue regole, è uno dei cardini di questo modello, che coinvolge olisticamente aspetti diversi all'interno delle aziende (processi, risorse, organizzazione, mindset generale), con l'obiettivo di **sfruttare al massimo il potenziale offerto dal digital** per fornire soluzioni innovative e sempre più performanti per **migliorare la salute e il benessere delle persone**.

Secondo l'ISPE, «*il Pharma 4.0 non è un must, ma un vantaggio competitivo*», con la consapevolezza che in una rivoluzione ormai già in atto la sua assenza potrebbe rappresentare un «*rischio aziendale*».

Google  
Partner



ROMA (ITA)  
Via Novara 2, 00198  
Tel: +39 (06) 8971 8604  
Fax: +39 (06) 4543 5165

SEATTLE (USA)  
904 3rd Street South,  
Kirkland - WA 98033  
Tel: +1 (425) 589 3331

P.IVA/C.F: 11241081006 | REA: 1289221

info@polkandunion.com | polkandunion.com

## *Perché la trasformazione digitale è importante per le aziende farmaceutiche*

Nel Pharma la digital transformation non riguarda soltanto gli aspetti di ricerca, produzione e distribuzione, ma coinvolge anche i processi e flussi di lavoro interni e il modo con il quale le aziende della salute si relazionano con il proprio target (pazienti e professionisti sanitari).

Ecco **4 vantaggi della trasformazione digitale per le aziende farmaceutiche**, riscontrabili anche nell'ambito marketing e comunicazione:

### 1. Aumentare l'efficienza

Grazie alle tecnologie digitali (AI, automazione, big data), si possono **snellire e velocizzare i processi decisionali in diversi ambiti**, dal R&D al marketing, potendo contare su strutture, piattaforme e team più agili e dinamici.

### 2. Sfruttare le informazioni basate sui dati

Tra i vantaggi della digital transformation c'è sicuramente la possibilità di **avere sotto controllo grandi quantità di dati**, essenziali per definire strategie sempre più efficaci grazie al monitoraggio delle prestazioni. La digitalizzazione stessa favorisce inoltre una raccolta dati efficiente e precisa.

### 3. Migliorare la definizione e il coinvolgimento del pubblico target

Con gli strumenti del digital marketing è possibile **rivolgersi ai pubblici di riferimento** in maniera sempre più precisa e personalizzata e ingaggiarli con contenuti rilevanti, nel rispetto delle regole della [comunicazione sanitaria](#).

### 4. Potenziare la comunicazione interna e le competenze digitali

La digital transformation rivoluziona le aziende farmaceutiche dall'interno, a partire dalla comunicazione tra i singoli membri di ogni reparto. Con una formazione adeguata e gli strumenti giusti, **le persone possono liberare un potenziale importante.**

Guardare al futuro è la chiave dell'innovazione digitale. Non un costo, bensì un investimento che richiede un'applicazione costante per essere sempre pronti ai cambiamenti del settore, dalle tecnologie alle esigenze del pubblico.

*La strada per la digitalizzazione nel Pharma: il mindset digitale può cambiare tutto*

Per intraprendere la strada della **digital transformation nel Pharma** è essenziale che all'interno dell'azienda ci siano l'ambiente e la cultura giusti per accogliere questa sfida e alimentarla nel tempo. Il cambiamento passa infatti non solo da un'organizzazione del lavoro più agile, ma soprattutto dalle persone: dai manager ai singoli membri del team.

**Adattamento, formazione, cooperazione:** sono tre step fondamentali per costruire una trasformazione digitale di successo in qualsiasi azienda.

Anche la **digitalizzazione nelle aziende farmaceutiche si realizza attraverso una progressione graduale**, che deve tenere conto delle abitudini e della mentalità delle persone, soprattutto in un settore come quello farmaceutico soggetto a una estrema regolamentazione e con numerosi e necessari passaggi interni di verifica e approvazione.

Introdurre nuovi strumenti di lavoro senza fare formazione è un azzardo che nessuna azienda può permettersi di compiere. **La formazione infatti è una parte essenziale del percorso verso la digital transformation** e sono necessari programmi ben strutturati per coinvolgere i team su progetti via via sempre più complessi e sfidanti.

**La digitalizzazione permette inoltre di superare difficoltà e barriere e favorisce il lavoro di squadra.** Affinché ci sia collaborazione, è necessario infatti abbandonare la visione a “compartimenti stagni” che porta i diversi reparti e figure a non interagire tra di loro. **Un gruppo coeso e culturalmente aperto è la chiave per affrontare nuovi modelli di business e scenari.**

Per approfondire: [Healthcare marketing: 5 trend da seguire nel 2022](#)

### *Trasformazione digitale: il case study di un'azienda farmaceutica*

**Polk&Union ha sviluppato un progetto di innovazione digitale per un' importante multinazionale Pharma** a partire da un programma di formazione costruito da zero e personalizzato sulle esigenze specifiche interne.

Il percorso si è articolato in quattro fasi, attraverso le quali i membri del team sono stati prima coinvolti nell'adozione e nell'utilizzo di nuovi strumenti e poi messi alla prova, per realizzare pragmaticamente i vari step di un progetto nell'ambito del **digital marketing e della comunicazione.**

Superata la prima fase di training, i team che hanno preso parte al programma di formazione digitale hanno partecipato allo sviluppo di tre idee innovative da cui partire per ideare nuovi progetti, uno dei quali è stato poi effettivamente realizzato.

### *Polk&Union è partner strategico per la trasformazione digitale delle aziende farmaceutiche*

Dal 2007 a oggi, **Polk&Union ha contribuito al processo di transizione digitale di numerose aziende del settore salute.** Con [Polk&Union Health](#), la divisione dedicata ai clienti Healthcare e Pharma, offriamo **servizi di digital marketing e digital innovation:** analisi, strategia, produzione e distribuzione di idee e contenuti creativi.

## Informazioni su Polk&Union

**Polk&Union Digital Communication Agency** nasce a San Francisco in California nel 2007 e prende il nome dall'incrocio di Polk e Union Street che ha ospitato la sua prima sede. Innovazione e internazionalità sono i tratti distintivi di Polk&Union. Il mindset cross-cultural alla base del DNA di Polk&Union, unitamente al know-how appreso negli Stati Uniti – San Francisco prima e Seattle poi a partire dal 2019 – sbarca in Italia, a Roma, nel 2011 dove l'agenzia si afferma come punto di riferimento nel mercato italiano affiancando aziende, enti e associazioni nella comunicazione digital a 360 gradi in ambito B2B e B2C. Tra i servizi di punta: Integrated Marketing Communication, Content, Digital Media e Digital Technology, oltre a quelli specifici della **Divisione Polk&Union Health** per il settore Healthcare & Pharma.

## Ufficio Marketing e Comunicazione Polk&Union S.r.L.

### Alessia Sersanti

Direzione Marketing & PR (Seattle)

[alessia@polkandunion.com](mailto:alessia@polkandunion.com)

+1 425 589 3331

### Chiara Cecchini

Content & Marketing Specialist (Roma)

[c.cecchini@polkandunion.com](mailto:c.cecchini@polkandunion.com)

+39 333 7440 410