

QUO VADIS PHARMA CRM?

Was wird aus
Veeva, Salesforce,
OCE und Co.?



Der CRM-Markt kommt massiv in Bewegung. Wo die Reise hingehet und was in jedem Fall zu beachten ist.

Quo Vadis Pharma CRM?



Noel Wack

Innovating digital marketing all day long

13. August 2024

Der Markt für CRM-Systeme im Life-Sciences-Sektor war in den vergangenen Jahren sehr stabil. Die Partnerschaft zwischen Veeva und Salesforce bot über eine Dekade hinweg eine verlässliche Grundlage für die digitalen Ecosysteme vieler Pharmaunternehmen.

Veeva hat als größter Lizenznehmer von Salesforce umfassende Lösungen für die Pharma- und Biotech-Industrie entwickelt und ist dadurch schnell zum dominierenden Player im CRM-Markt aufgestiegen. Parallel hat die Wichtigkeit des CRM im digitalen Marketing immer weiter zugenommen.

Nun sind die Kunden von Veeva gezwungen, sich Gedanken über die Zukunft ihres Ecosystems zu machen. Denn mit dem Auslaufen der Partnerschaft von Veeva Systems und Salesforce im September 2025 stehen Veeva-Kunden nun vor erheblichen Unsicherheiten und Herausforderungen, insbesondere in Bezug auf das bisher führende CRM-System „Veeva CRM“.

Eine zusätzliche Dynamik erhält die Situation durch die Ankündigung von Salesforce, die erfolgreichen OCE-Personal und OCE-Digital von IQVIA zu lizenzieren und mit einer eigenen Lösung für die Life Sciences Branche aufzuwarten - der Salesforce Life Sciences Cloud.

CRM-Migration - früher oder später trifft es (fast) alle

IQVIA und, mehr noch, Veeva Systems gehören zu den größten Anbietern für CRM-Systeme in der Pharmabranche. Insbesondere die großen Pharmakonzerne arbeiten häufig mit einem der beiden Anbieter.

Mit anderen Worten: fast alle großen Pharmaunternehmen haben in den kommenden 5 Jahren einen Umzug Ihres CRM zu planen und durchzuführen.

Welche Auswirkungen haben diese Veränderungen für die Unternehmen? Wer muss nun handeln? Und welche Handlungsoptionen gibt es überhaupt?

Markt und Marktentwicklung

Der globale CRM-Markt ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird bis 2030 voraussichtlich einen Wert von 163 Milliarden USD erreichen[1]. Die Pharmaindustrie hat dabei einen signifikanten Anteil von prognostiziert 34 Milliarden USD[2], da effektive CRM-Systeme entscheidend für das Management von Kundenbeziehungen, Marketingstrategien und Compliance - besonders im Life Sciences Sektor - sind. Ein Wechsel der Plattform kann daher erhebliche Auswirkungen auf die Effizienz und Produktivität eines Unternehmens in unterschiedlichen Geschäftsbereichen haben.

Dies ergibt sich besonders durch die tiefe Integration mit angrenzenden Plattformen aber auch aus dem Grad der Individualisierung des CRM-Systems. Fast alle Unternehmen haben ihr CRM in den vergangenen Jahren intensiv auf ihre Bedürfnisse angepasst, individuelle Konfigurationen implementiert und zusätzliche Softwarelösungen entwickelt, die möglichst nahtlos integriert wurden.

Sowohl Veeva als auch Salesforce versprechen nun eine saubere und einfache Migration von Daten, Content und Konfiguration, entweder von Veeva CRM zur neuen Veeva Lösung „Vault CRM“ oder von OCE zur Salesforce Life Sciences Cloud. Das mag auch für einen Großteil der Daten zutreffen, aber eben nicht für alle. Individuelle Konfigurationen, Integrationen in Drittsysteme und proprietäre Lösungen lassen sich nicht einfach umschalten oder exportieren. Die Entscheidung, wohin die unvermeidbare Migration gehen soll, will folglich gut überlegt sein. Was sind also die Alternativen?

Veevas neue Plattform: Vault CRM

Veeva hat bereits Maßnahmen ergriffen, um seine Kunden auf die neue Plattform „Vault CRM“ umzustellen. Diese Plattform verspricht eine verbesserte Integration und weiter entwickelte Funktionen für die Bedürfnisse der Pharmaindustrie. Vault CRM soll eine zentralisierte Lösung bieten, die die Effizienz und Compliance verbessert und dabei auch die Stärken von Veeva Vault ins Feld führen kann. Veeva muss jedoch die bestehenden Kunden von den Vorteilen dieses Wechsels zur eigenen, neuen Lösung überzeugen, was eine bedeutende Herausforderung darstellt. Hier hofft Veeva insbesondere auf die Unterstützung der Partnerlandschaft, die später bei der Migration entscheidende Unterstützung leisten muss.

Gute Gründe für Vault CRM

- **Integration und Datenmanagement:** Vault CRM bietet nahtlose Integrationsmöglichkeiten mit anderen Veeva-Produkten und ermöglicht ein zentrales Datenmanagement. Dies erleichtert die Verwaltung von Kundendaten, klinischen Daten und Marketingmaterialien.
- **Compliance:** Die Plattform unterstützt die Einhaltung regulatorischer Anforderungen sehr umfangreich, was besonders in der Pharmaindustrie von großer Bedeutung ist. Hier hat Veeva mit der Veeva Vault das deutlich mächtigste Produkt am Markt. Der Vorteil: etablierte Approvalprozesse müssen nicht angepasst werden.
- **Benutzerfreundlichkeit:** Vault CRM ist darauf ausgelegt, die Benutzererfahrung zu verbessern und die Effizienz der Arbeitsabläufe zu steigern. Für den Außendienst soll sich hierbei nichts ändern, da das Interface und die Funktionen in vollem Umfang erhalten werden sollen. Dies erspart im Idealfall umfangreiche Trainings und beschleunigt die Adaption im Unternehmen.

Salesforce + OCE = Life Sciences Cloud

Auf der anderen Seite hat Salesforce die OCE Plattform von IQVIA lizenziert und plant, diese Lösung in seine neue Life Sciences Cloud zu integrieren. Diese Entwicklung erfordert ebenfalls umfangreiche Anpassungen und Umzüge für die bestehenden Kunden. Der Wechsel auf eine neue Plattform bringt immer Risiken und Unsicherheiten mit sich, insbesondere hinsichtlich Datenmigration, Schulungen und der Anpassung an neue Systeme. Salesforce hat hier jedoch die Chance, mit dem Branchenwissen aus anderen Bereichen Datenhaltung und Customer Engagement neu zu denken. Natürlich ist es hier schwierig, valide Aussagen zu treffen, da die Life Sciences Cloud noch im Aufbau ist, wo auch augenscheinlich das größte Risiko liegt.

Gute Gründe für Life Sciences Cloud

- **Flexibilität und Skalierbarkeit:** Die Life Sciences Cloud von Salesforce bietet flexible und skalierbare Lösungen, zugeschnitten für die Pharmabranche, zusätzlich jedoch mit der Erfahrung aus vielen weiteren Branchen und Industrien.
- **Innovation:** Durch die Integration von KI und maschinellem Lernen können Unternehmen innovative Ansätze im Kundenmanagement und Marketing verfolgen. Während Veeva bei der Entwicklung von KI Lösungen auf die Partner setzt, verfolgt Salesforce hier einen anderen Ansatz.
- **Integrationen:** Direkte Integrationen mit der Life Sciences Cloud und der Salesforce Marketing Cloud können viel Potential und umfangreiche Möglichkeiten im Customer Engagement bieten.
- **Content:** Erstellter Content soll nicht erneut angepasst oder migriert werden müssen, sondern wird nahtlos auf den Endgeräten ausgespielt werden.

Bedeutung für die Kunden

Der Markt ist also stark in Bewegung und es fehlt an Klarheit. Klar ist nur, dass die Zeit für die vielen Unternehmen, die von den Umwälzungen direkt betroffen sind, rennt. Ein Wechsel der aktuellen CRM-Infrastruktur ist unvermeidlich, außer für jene, die eines der anderen CRM-Systeme am Markt wie Ysura, Exeevo, Pharmakon, Vtiger, Hubspot o.ä. nutzen. Alle anderen müssen sich auf umfangreiche Veränderungen einstellen. Diese Veränderungen bringen nicht nur technische Herausforderungen, sondern auch die Notwendigkeit strategischer Überlegungen mit sich. Unternehmen müssen bewerten, welche Plattform ihre spezifischen Anforderungen am besten erfüllt und wie sie den Übergang so reibungslos wie möglich gestalten können. Dieser entscheidet nämlich darüber, wie groß das Investment der Unternehmen letztlich wirklich sein muss. „Business Continuity“ ist dabei sicherlich das Gebot der Stunde und Grundlage aller Überlegungen. Planungsfehler werden in jedem Fall teuer, wenn essenzielle Software der Field Force plötzlich nicht mehr zur Verfügung steht oder der Content nicht ausgespielt werden kann, weil er nicht kompatibel oder trackbar ist.

Herausforderungen und Risiken

- **Datenmigration:** Die Übertragung großer Datenmengen auf neue Systeme birgt das Risiko von Datenverlusten und Integritätsproblemen. Wie können Felder und Daten gemappt werden? Wie können die Daten nach Abschluss der Migration validiert werden?
- **Contentmigration:** In bestehenden Content wurde viel Zeit und Geld investiert, eine Neuerstellung kann die Migrationskosten schnell vervielfachen. Kann Content mit wenig Aufwand konvertiert werden? Ist nahtloses Tracking gewährleistet?

- **Schulungen:** Mitarbeiter müssen umfassend geschult werden, um die neuen Systeme effektiv nutzen zu können. Wie umfangreich sind Schulungsmaßnahmen und wie können diese durchgeführt werden, ohne den laufenden Betrieb zu unterbrechen?
- **Integrationen:** Ob Contenterstellung, Tracking, zusätzliche Engagement-Kanäle oder einfache Convenience-Features. Ohne genaue Übersicht über das eigene System drohen bei einem Umzug Schnittstellen zu brechen - mit teilweise schwer kalkulierbaren Auswirkungen. Welche Integrationen sind essenziell und müssen nach der Migration direkt zur Verfügung stehen? Können Schnittstellen umkonfiguriert werden oder ist eine Neuentwicklung nötig?

Chancen und Vorteile

- **Verbesserte Funktionalitäten:** Neue CRM-Plattformen bieten erweiterte Funktionen, die die Effizienz und Produktivität steigern können. Auch eine aufgeräumte und neue Architektur kann zu spürbaren Performancesteigerungen führen. Neue Features lassen sich schneller implementieren, da die Systeme noch keinen hohen Individualisierungsgrad haben, der die Entwicklung von generischen Lösungen aufwändiger macht.
- **Bessere Kundeneinblicke:** Durch fortschrittliche Analysen und Berichte - auch unterstützt von künstlicher Intelligenz - können Unternehmen tiefere Einblicke in das Verhalten und die Bedürfnisse ihrer Kunden gewinnen und damit ein noch tieferes Verständnis für ihre Customer Journeys entwickeln - eine Grundvoraussetzung für die Implementierung einer erfolgreichen Omni-Channel Strategie.
- **Konsolidierung:** Ein neues CRM bietet die Chance, sich von Altlasten zu trennen, etablierte aber ineffiziente Prozesse zu überdenken, Daten zu homogenisieren und Schnittstellen aufzuräumen. Mit guter Planung entsteht so ein Ecosystem, das die Kontinuität wahrt, bisherige Fähigkeiten um weitere Funktionen ergänzt und gleichzeitig die Komplexität und damit auch die Supportaufwände für die digitale Infrastruktur reduziert.

Wie geht es jetzt weiter?

Die Trennung von Veeva und Salesforce markiert einen bedeutenden Umbruch im Pharma-CRM-Sektor. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, sich schnell für eine neue CRM-Plattform zu entscheiden um genug Zeit zu haben, die Transformation effizient zu gestalten. Je nach Organisationsgröße ist ein Zeitraum von 3-5 Jahren bereits sehr knapp bemessen. Während dieser Prozess Unsicherheiten birgt und große technische sowie administrative Herausforderungen mit sich bringt, bietet er auch Chancen für einen Neustart, technische Innovation und letztlich auch für eine Verbesserung der Kundenbeziehungen durch intelligenteren Nutzung von Daten oder neue Customer Engagement Möglichkeiten.

Unsere Empfehlung lautet sich möglichst schnell mit den Möglichkeiten und auch den Fallstricken zu befassen und früh die richtigen Fragen zu stellen.

[1] <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-customer-relationship-management-crm-market>

[2] <https://market.us/report/healthcare-crm-market/>