

Cegedim Relationship Management publie les conclusions de sa 2^{ème} étude annuelle sur le Market Access en Europe

Les sociétés biopharmaceutiques européennes citent le passage du prescripteur au payeur (87 %) et l'environnement économique (81 %) comme les principaux enjeux affectant les stratégies d'accès au marché

Paris, le 20 juin 2011 - [Cegedim Relationship Management](#) vient de publier un rapport, intitulé *Market Access in Europe 2011* (Accès au marché européen en 2011), qui fournit une analyse des résultats de sa deuxième étude annuelle menée auprès de cadres européens du secteur des sciences de la vie, sur les tendances de l'industrie en matière d'accès au marché. D'après les résultats de cette étude, les défis majeurs pour la réussite de la stratégie de Market Access sont l'environnement économique actuel et le changement de priorité marketing, du prescripteur au payeur. En termes de techniques offrant le plus important avantage en matière de stratégies d'accès au marché, la gestion des comptes clés (Key Account Management) est toujours privilégiée.

Relever les défis posés par la stratégie d'accès au marché

Outre la mise en œuvre de stratégies de Key Account Management (76 %), les personnes interrogées ont identifié les mesures des résultats dans le domaine de la santé et l'utilisation des réseaux de médecins (tous deux 61 %) comme des approches pouvant être utilisées pour relever les défis d'accès au marché. À la question « Quelles améliorations apporteront le plus de bénéfices à la stratégie d'accès au marché ? », les participants ont répondu : une meilleure compréhension des relations entre les parties prenantes (85 %), l'établissement d'équipes de Key Account Managers ou spécialisées (81 %) et un meilleur partage de l'information (78 %).

Identifier l'ensemble des acteurs

La première étape, et sans doute la plus cruciale, de toute stratégie de Market Access est l'identification de l'ensemble des acteurs de ce marché. Alors que 61 % des personnes interrogées dans le cadre de cette étude ont affirmé que leur organisation était capable d'identifier les différents interlocuteurs, seuls 6 % d'entre eux ont déclaré s'en acquitter « très bien ». Lors de la collecte des informations relatives aux acteurs du marché, les participants ont identifié comme éléments cruciaux, la position, le rôle ou la spécialité (82 %), le niveau d'importance ou d'influence (76 %), le type d'influence (66 %) et le rôle dans le réseau de mise en service (58 %).

« Les résultats de cette enquête soulignent le besoin de données clients et de solutions logicielles précises et actualisées qui favorisent une gestion des comptes et une collaboration entre équipes efficaces », a expliqué Stefan Janssens, président de Cegedim Relationship Management pour l'Europe. *« Notre rôle est de fournir des solutions technologiques qui aident nos clients à mettre en œuvre leurs stratégies d'accès au marché, et nous y parvenons grâce à nos données et solutions de gestion de la relation client (CRM) ».*

Cette enquête a été réalisée en mai 2011 par Cegedim Relationship Management, leader mondial des solutions de gestion de la relation client (CRM), de données sur la santé et de conformité réglementaire dans le secteur des sciences de la vie. [Veuillez cliquer ici pour accéder à l'ensemble du rapport de l'enquête.](#)

[Veuillez vous rendre sur le site de Cegedim Relationship Management pour en savoir plus sur les solutions technologiques d'accès au marché destinées au secteur des sciences de la vie.](#)

Autres rapports d'enquête de Cegedim Relationship Management :

[2011 European Trends & Challenges in Customer Data Management within the Life Sciences Industry](#) (Tendances européennes et défis en matière de gestion de données clients dans l'industrie des sciences de la vie en 2011)

[2010 European Trends in Aggregate Spend, Transparency, and Disclosure](#) (Tendances européennes en matière de dépenses, de transparence et de divulgation globales en 2010)

*À propos de
Cegedim
Relationship
Management :*

Cegedim Relationship Management est le leader mondial des solutions de gestion de la relation client (CRM) destinées au secteur des sciences de la vie. Conçues spécialement pour ce secteur, les solutions commerciales novatrices de la société intègrent une compréhension approfondie des tendances locales, régionales et mondiales. Cegedim Relationship Management permet à plus de 200 000 utilisateurs dans un grand nombre d'entreprises parmi les plus innovantes au monde de conserver une avance face aux défis du marché. Outre les solutions CRM, Cegedim Relationship Management offre également des solutions de marketing, d'optimisation des données et de conformité réglementaire dans plus de 80 pays. Cegedim Relationship Management fait partie du groupe Cegedim S.A., basé en France.

Pour en savoir plus, consultez : www.cegedim.com/rm.

*À propos de
Cegedim :*

Fondée en 1969, Cegedim est une entreprise mondiale de technologies et de services spécialisée dans le domaine de la santé. Cegedim propose des prestations de services, des outils informatiques, des logiciels spécialisés, des services de gestion de flux et de bases de données. Ses offres s'adressent notamment aux industries de la santé, laboratoires pharmaceutiques, professionnels de santé et compagnies d'assurance. Leader mondial du CRM pharmaceutique, Cegedim est également un des premiers fournisseurs de données stratégiques consacrées à la santé. Cegedim compte 8 500 collaborateurs dans plus de 80 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de 927 millions d'euros en 2010. Cegedim SA est cotée à la bourse de Paris (EURONEXT : CGM).

Pour en savoir plus, consultez : www.cegedim.com.

Contacts:

Aude BALLEYDIER
Cegedim
Media Relations
Tel.: +33 (0)1 49 09 68 81
aude.balleydier@cegedim.fr

Guillaume DE CHAMISSO
Agence Presse-Papiers
Relations Presse
Tél. : +33 (0)1 77 35 60 99
guillaume.dechamisso@pressepapiers.fr
