STRATEJİK KARAR ALMA SÜRECİNDE **DOĞRU VE GEREKLİ VERİYİ ÜRETEREK FARK YARATILABİLİR**

HÜSEYİN YILDIRIM
ALİ RAİF İLAÇ
Satış Gücü Etkinliği Müdürü

OLCAY BUL
ALİ RAİF İLAÇ
CRM Müdürü

Satış gücü etkinliği (SGE) birimi hangi ihtiyaçtan ortaya çıktı ve nasıl gelişti?

Ali Raif İlaç Sanayi tüm birimleri ve çalışanları ile "yaşama değer katmak" amacını benimsemiştir. SGE birimi olarak biz de 13 yıl önce çıktığımız bu yolda, bu amaç doğrultusunda çalışmaktayız.

Yola çıkarken aklımızdaki soru şuydu: İlaç sektörünün değişen dinamiklerine ayak uydurarak, en uzaktaki saha çalışanımıza kadar iş gücümüzü süreçlere dahil ederek, firmamızın karar ve yönetim mekanizmalarını, etkinlik ve verimliliğimizi nasıl geliştirebiliriz?

Yıllar içinde sorumuzun cevabını aradığımız bu yolda, çeşitli statik ve dinamik analizler, analitik raporlar, SFE* ve CRM**-CLM*** raporlama, data yönetimi, ihtiyaç doğrultusunda iş çözümleri ve paydaşlarla Ar-Ge sistem geliştirme süreçlerini yürüttük. Bugün geldiğimiz noktada ise elde ettiğimiz sonuçları bir sonraki faaliyet ve yeni proje planlamalarımızda kullanarak sürdürülebilir bir gelişim yakalamayı ve iş mükemmelliği modellerini geliştirmeyi istiyoruz. Bu dinamik yolda ilerlerken iletişim ve farkındalığımızı kaybetmemek bizim için önemli bir konudur.

Satış gücü etkinliği biriminin şirket organizasyonunuz içindeki yeri ve önemi nedir?

Ali Raif organizasyonumuz içerisinde SGE olarak kendimizi "kılavuz kaptan" olarak görüyoruz. Ali Raif'e ait tüm verilerin analitik raporlaması, bilgi teknolojileri (BT) direktörlüğü ile yaptığımız işbirliği ile yapılmakta ve pazarlama, satış, iş geliştirme, ruhsat ve Ar-Ge direktörlüklerimize ve saha ekibimize hazırladığımız raporlar ile analiz, yorum, yönlendirme ve içgörü paylaşımlarımız verilen stratejik kararlarda önemli bir katkı sağlamaktadır.

Şirket içinde diğer birimlerle ne gibi ortak çalışmalar yapıyorsunuz?

Saha organizasyon yapı çalışmaları ile başlayıp iş birimi direktörlüklerimizle birlikte yine saha ekibine yönelik kota, prim ve ödüllendirme çalışmalarımızı, satış direktörlüğümüz ile birlikte depo mutabakatı çalışmamızı; eğitim birimimiz ile sınav planlama, değerlendirme, takip ve yönetimi; BT ve uyum birimlerimizle birlikte KVKK ve onam uygulamalarının yürütülmesi gibi ortak çalışmalarımızı yürütmekteyiz. Pazarlama gruplarımızın özel projelerine yönelik çalışmalarımız da sürekli olarak devam etmektedir.

Bu alanda çalışabilmek için gerekli yetkinlikler nelerdir?

Sağlık sektöründe kullanılan Dataview, IAM, TPI, CRM, CLM, SCM araçlarına ve MS Office programlarına ileri derecede hakim olmak, dinleyebilmek, istatistiksel veri analizi yapabilmek, veriyi yorumlayabilmek, araştırmacı, yenilikçi ve çözüm odaklı olmak, en önemlisi de kuvvetli iletişime sahip olmaktır.

İşinizde muhataplarınız ve paydaşlarınız kimlerdir?

Sağlık sektörüne dair veri akışımızı sağlayan paydaşımız IQVIA'dır. Saha ekibinin karar alma, ziyaret ve sipariş operasyonlarını planlama, yürütme, kayıt altına alma, verileri ilişkilendirme, değerlendirme ve takip etmelerini sağlayan Infini mobil CRM platformumuzdur; bu alandaki sürekli geliştiren çözüm ortağımız ise Idesse'dir. Sağlık meslek mensuplarının (SMM) aleni verilerinin bulunduğu havuz listesini güncel olarak sağlayan Triton, pazarlama araçlarımızdan HTML, video ve pdf sunuların içerik hazırlığını yapan ajanslar ise dış paydaşlarımızdan bazılarıdır. İç paydaşlarımız / muhataplarımız ise satış, pazarlama, medikal, eğitim, insan kaynakları ve bilgi teknolojileri birimlerimizdir.

Tipik bir ayınız ne gibi aktivitelerle geçiyor?

İş birim direktörlüklerimiz ve saha ekiplerimiz (bölge müdürlerimiz ve ürün tanıtım temsilcilerimiz) için hazırladığımız günlük, haftalık ve aylık IQVIA raporlamaları, ziyaret, performans, eczane sipariş raporlamaları iş akışımızın değişmez rutinleridir. Bununla birlikte pazar takibi için her ay üst yönetim ve iş birimlerimize hazırladığımız yeni ürün ve pazarlar raporlaması, KVKK uygulamaları ile başlattığımız SMM onay oran verilerinin aylık takibi ve raporlamasını da sayabiliriz.

Satış Gücü Etkinliği Ekibi

Bahsettiğimiz rutin raporlamalarımızın yanı sıra pandemi nedeni ile sürekli değişen koşullar ve mevzuat nedeni ile uzaktan ve hibrit çalışma modelleri gibi süreçlerde, dijital tanıtımın verimliliği ve takibi için pazarlama ve saha ekiplerimizin ihtiyaçlarına yönelik yeni raporlar oluşturuyoruz. Değişen ihtiyaçlar doğrultusunda bu raporların üzerinde çalışıp güncellemeler yaparak paylaşıma sunuyoruz.

Satış gücü fonksiyonu bir ilaç şirketi için nasıl fark yaratabilir?

Beklenmedik kriz dönemlerinde büyük resmi görmek zor olabilir. Böyle dönemlerde pazar ve firmamızın tüm verilerini kullanarak analitik göstergeler ve kokpit tasarımları ile satış pazarlama birimlerine doğru ve hızlı karar alma kolaylığı sağlayabiliriz. Fark yaratma noktasında ise tüm paydaşlar ile etkin bir iletişim sağlayıp doğru ve gerekli veriyi üreterek firmanın stratejik karar almasında rol oynayabiliriz.

Pandemi dönemi iş süreçlerinizi nasıl etkiledi ve biriminizin iş yapış biçiminde ne gibi farklılıklara yol açtı?

Pandemi öncesinde sektörün genelinde yüz yüze gerçekleştirdiğimiz SMM ziyaretlerimizi bir dönem gerçekleştiremedik. Bu süreçte pandemi öncesinde başlattığımız, uyum ve BT departmanlarımızla birlikte yürüttüğümüz KVKK uygulamalarına uyum ve SMM onay alım süreçlerimizi hızlıca devreye aldık.

Infini mobil CRM sistemimizde hem SMM'lerin KVKK onay verilerinin işlenmesi hem de uzaktan ziyaret, uzaktan toplantı, uzaktan bölge içi eğitim gibi ihtiyaçların oluşması, çözüm ortağımız Idesse ile yeni projelere yönlenmemize fırsat sağlamıştır. Pandemi öncesi KVKK onayı alınan SMM oranları oldukça düşükken günümüzde %80'lere ulaşmıştır.

SGE ekibi olarak bizler de hibrit çalışma modelinde iş akışımızı kesintisiz ve en doğru şekilde sürdürmekteyiz.

Bu birimde çalışmayı düşünebilecek genç arkadaşlara önerileriniz neler olur?

Aramıza katılacak arkadaşlarımızın güncel teknolojik raporlama sistem ve platformlarını öğrenmeye meraklı olmaları bizim için çok kıymetlidir. Araştırmacı, gelişime ve öğrenmeye açık olmak ve en önemlisi departmanımızın esas amacı olan ihtiyaçları anlayıp çözüm üretebilmek için daima kuvvetli iletişimde olmak SGE biriminde rol almak isteyen arkadaşlarımızın yolunu açacak ve onları bir adım öne taşıyacaktır.

Bu alanın geleceğine yönelik öngörüleriniz nelerdir?

"Dünya Ekonomik Forumu" tarafından 2 senede bir hazırlanan "İşlerin-Mesleklerin Geleceği" adlı, Ekim 2020'de yayınlanan raporun temel bulgularına baktığımızda meslekler ve beceriler de dönüşüm geçirecek. "Analitik düşünce ve yenilik" 2025 yılına kadar en çok ihtiyaç duyulacak becerilerin başında geliyor. Sırasıyla veri analistleri ve veri bilimciler, yapay zekâ ve makine öğrenimi uzmanı ile büyük veri uzmanı önümüzdeki dönemde talebi artan ilk 20 pozisyon içerisinde liste başlarında yer alıyor.

Pandeminin neden olduğu süreçler, şirketler tarafından teknolojiyi kullanma ihtiyacını hem artırmış hem de hızlandırmıştır. Eskiden veriye ulaşmak zor ve zaman alıcıydı. Şimdi veriye ulaşma süresi kısaldı ve veri çeşitliliği de arttı. Tonlarca veri arasından rekabette öne geçirici, hızlı ve doğru veriyi bulup rafine hale getiren veri bilimciler, bu tespitlerden yola çıkarak "Satış Gücü Etkinliği / İş Mükemmelliği" alanının önemi ve stratejik karar alma süreçlerine katkısı daha da artacak diyebiliriz.

**SFE: Sales Force Effectiveness (Satış Gücü Etkinliği) *CRM: Customer Relationship Management (Müşteri İlişkileri Yönetimi) **CLM: Closed Loop Marketing (Kapalı Döngü Pazarlama)*