Estudo de caso

Como o CRM da Close-Up Ajudou a Maior Empresa Farmacêutica da Bolívia a Modernizar sua Força de Vendas

A adoção de tecnologias modernas se tornou um imperativo crítico para empresas globalmente, especialmente para líderes de mercado que buscam adaptar processos para manter a competitividade e preservar a participação de mercado. No entanto, garantir uma transição bem-sucedida envolve lidar com desafios que vão além dos âmbitos técnico e financeiro. Por exemplo, a resistência de funcionários acostumados com processos manuais pode dificultar a adoção de novas ferramentas. Superar tais obstáculos frequentemente exige mudanças culturais dentro da organização.

> **“Fundada em 1936, a INTI é a maior empresa farmacêutica da Bolívia, com mais de 25% de participação de mercado.”**

Neste estudo de caso, exploramos a transição da INTI, a maior empresa farmacêutica da Bolívia, de procedimentos baseados em papel para o sistema de CRM de ponta da Close-Up. Entre seus diversos benefícios, a empresa agora realiza visitas a médicos de maneira eficiente com o auxílio de recursos visuais, facilitando o monitoramento de métricas de engajamento de usuários, como o tempo gasto pelos prescritores no aplicativo.

Além disso, examinamos como a INTI superou barreiras culturais dentro de sua força de vendas, onde certos membros dependiam de materiais impressos e planilhas manuais há décadas.

Antes da Transição: Papel e Planilhas

Fundada em 1936, a INTI é a maior empresa farmacêutica da Bolívia, com mais de 25% de participação de mercado. A empresa fabrica e distribui mais de 1.300 produtos no mercado nacional, exportando alguns de seus maiores sucessos para países da América Latina, Europa e Ásia.

Para apoiar essas operações, a INTI emprega aproximadamente 1.100 profissionais – o que, considerando a população da Bolívia de 12 milhões de pessoas, a torna uma das maiores empregadoras privadas do país. A Figura 1 ilustra alguns desses dados.

Figure 1. INTI, Bolivia's largest pharmaceutical company, in a nutshell.

Throughout most of its eight-decade history, the company relied on manual spreadsheets and printed materials as the primary tools for its sales force. During typical visits to prescribers, field agents would introduce new products, distribute relevant literature, and collect the doctor's signature on Throughout most of its eight-decade history, the company relied on manual spreadsheets and printed materials as the primary tools for its sales force. During typical visits to prescribers, field agents would introduce new products, distribute relevant literature, and collect the doctor's signature on paper. Subsequently, they would submit reports – often numbering in the hundreds per day – which were manually consolidated into spreadsheets for further analysis by the statistics team.

However, with the advent of modern CRM platforms, management recognized that some of these practices were too inefficient for the company's scale. Consequently, they deliberated whether to develop new internal capabilities or engage a consolidated provider. Ultimately, they opted for the latter, forging a partnership with Close-Up to initiate a significant overhaul of their sales force operations.

Transição para o CRM da Close-Up

A transição para o CRM da Close-Up não foi apenas um evento, mas um processo abrangente devido ao seu impacto significativo nas operações. Ela envolveu várias etapas, incluindo planejamento, implantação e avaliação, todas exigindo uma consideração meticulosa por parte dos tomadores de decisão.

Aqui, destacamos três desafios principais enfrentados pela INTI durante essa jornada transformadora. O primeiro desafio foi financeiro. A INTI precisou adquirir 250 tablets para fornecer aos agentes acesso ao CRM. Cada tablet tinha um custo aproximado de $600, incluindo impostos, totalizando um investimento de capital de $150.000 – equivalente a 625 salários mínimos mensais na Bolívia. Para superar esse obstáculo, a INTI negociou um pedido em grande quantidade com um fabricante nacional, reduzindo substancialmente os custos em mais de dois terços. Com a fatura resultante de $50.000, alinhada de maneira razoável ao orçamento da força de vendas da empresa, a INTI avançou com a transição.

O próximo obstáculo foi operacional. Após anos dependendo de processos manuais, a INTI acumulou milhares de documentos de pesquisa impressos e literatura complementar. Uma transição repentina poderia tornar esses recursos obsoletos. Consequentemente, a gestão optou por uma implantação gradual do CRM. Assinaturas digitais e a geração automática de relatórios foram adotadas desde o primeiro dia, enquanto recursos visuais digitais e impressos foram utilizados até seu esgotamento, minimizando o desperdício.

Por fim, o desafio cultural se apresentou como um dos maiores obstáculos. A maioria da força de vendas da INTI estava acostumada exclusivamente com mídia impressa, com pouca exposição a smartphones e tablets. Para lidar com isso, a empresa organizou workshops e sessões de perguntas e respostas para garantir que os funcionários pudessem utilizar o CRM de forma eficaz. Preocupações comuns, como questões de segurança e problemas logísticos (como riscos de roubo e falta de conectividade Wi-Fi), foram tratadas de maneira transparente. Essa abordagem aumentou significativamente a moral da equipe e facilitou o processo de transição.

Uma Plataforma Orientada por Resultados

> **“A transição de processos legados para uma plataforma moderna de CRM pode parecer desafiadora. No entanto, à medida que continuam a crescer e inovar, a INTI e outros pioneiros demonstram que o esforço vale a pena”**

Desde que adotou o CRM da Close-Up em 2015, a INTI tem testemunhado ganhos notáveis em eficiência em diversos aspectos de suas operações. A produtividade disparou graças à geração automática de relatórios, enquanto o monitoramento das métricas da força de vendas tornou-se significativamente mais simplificado. Além disso, a comunicação com os prescritores passou por melhorias consideráveis, amplamente atribuídas à incorporação de várias funcionalidades do CRM.

Um exemplo claro disso é o Sales Driver da Close-Up, um repositório online que armazena apresentações, artigos científicos e outras literaturas pertinentes utilizadas pelos agentes de campo durante suas visitas. Esse recurso oferece aos prescritores fácil acesso por meio de uma interface intuitiva, garantindo conformidade com rigorosos padrões de privacidade. A capacidade de monitorar a atividade dos usuários permite a avaliação da eficácia das apresentações da força de vendas e dos elementos visuais, fornecendo dados valiosos para aprimorar as interações e otimizar as estratégias de vendas.

A transição de processos tradicionais para uma plataforma moderna de CRM pode parecer intimidadora à primeira vista. No entanto, como demonstrado pelo crescimento contínuo e pela inovação na INTI e em outras organizações pioneiras, o investimento se mostra extremamente valioso. Na Close-Up, estamos comprometidos em apoiar nossos parceiros ao longo dessa jornada transformadora, oferecendo assistência completa desde o planejamento até a execução. Convidamos você a explorar nosso site para descobrir mais sobre como podemos potencializar o seu negócio.

Autores:

Ronald Cardozo,
General Manager
Close-Up Bolivia

Julio Lins,
Data Analytics Technology Assistant

Interessado em ver o que a Close-Up pode fazer pela sua organização?
Entre em contato conosco.

+1 (609) 664-1177
info@closeupus.com
www.closeupcrm.com