Klare Sicht auf digitale Assets für Arzneimittel-hersteller

censhare

Die Einführung des Universal Content Management von censhare hat die Prozesse der URSAPHARM Arzneimittel GmbH vereinfacht, die Produktivität gesteigert und in hohem Maße die Systemqualität verbessert.

URSAPHARM

master your content

„Was mir an censhare gefällt, ist, dass ich sämtliche Informationen, die ich in Bezug auf meine Produkte benötige, an einer zentralen Stelle habe, dass ich sämtlichen Content zu meinen Marken an einem Ort habe und dass ich den Genehmigungszyklus meiner Marketinginhalte genau von diesem Ort aus starten und verwalten kann.“

Dirk Zirnstein, Brand Manager und censhare Project Manager, URSAPHARM

„Vor allem haben wir mit censhare Zeit, Transparenz und Effizienz gewonnen.“

Dr. Michael Flegel, Head of Strategic Business Development, URSAPHARM

Auf einen Blick

Branche

Pharmaindustrie

Produkte

- Digital Asset Management
- Product Information Management

Unternehmensanforderung

Der deutsche Hersteller URSAPHARM, der seine Produkte für trockene Augen und andere Anwendungsbereiche in mehr als 60 Ländern verkauft, sieht sich bei der Freigabe seines Marketingmaterials strengen regulatorischen Anforderungen seitens vieler Behörden ausgesetzt. Das Unternehmen ersetzte seinen zeitaufwändigen papierbasierten Genehmigungsprozess durch eine moderne, hocheffiziente digitale Lösung.

Engpass bei der Genehmigung von Content verzögert das Marketing

Wie jeder pharmazeutische Hersteller arbeitet URSAPHARM in einem streng regulierten Umfeld. Als europäischer Marktführer für die Behandlung von trockenen Augen bietet das Unternehmen viele verschiedene Marken mit einer großen Vielfalt an Produkten an, die alle durch umfangreiche Marketingaktivitäten unterstützt werden.

Die Freigabe der konstanten Flut von Marketing-materialien ist ein kompliziertes Verfahren, das sämtliche Veröffentlichungen betrifft, unabhängig davon, ob diese unerheblich scheinen oder nicht. Und dies wird zusätzlich durch die Notwendigkeit verkompliziert, allen zuständigen Behörden nachweisen zu können, dass jeder Schritt des Genehmigungsprozesses verfolgt wird.

Geschäftsergebnisse

7x schneller
Die Genehmigung von Content dauert nun einen Tag statt einer Woche

80 Länder
Erfüllung regulatorischer Anforderungen weltweit

4x höhere Produktivität
Effizienter Prozess steigert die Marketingleistung um das Vierfache

URSAPHARM hatte lange Zeit ein manuelles und papiergestütztes Genehmigungsverfahren verwendet, das extrem zeitaufwändig war. Dies bedeutete, dass eine Genehmigung, an der zehn oder mehr Personen beteiligt waren, bis zu einer Woche dauern konnte. Und mit dem stetigen Wachstum von Jahr zu Jahr wurde die Situation immer komplexer.

Das Unternehmen suchte ein modernes Digital Asset Management-Tool, in dem es alle digitalen Marketinginhalte speichern konnte. Außerdem benötigte es ein Product Information Management-System, um seine umfangreichen Produktinformationen zentral zu speichern. Entscheidend war, dass die Lösung eine schnelle und einfache Freigabe aller Marketingmaterialien ermöglicht.

Ein Mittel gegen geringe Produktivität

URSAPHARM entschied sich für das Universal Content Management von censhare, um seine Anforderungen zu erfüllen.

Zum Auftakt des Projekts machte sich censhare in einer Reihe von Workshops mit Schlüsselpersonen daran, die Prozesse und das Arbeitsumfeld von URSAPHARM zu verstehen. Somit konnte eine maßgeschneiderte Lösung geschaffen werden, die den anspruchsvollen Prozessen gerecht wird.

„Wir erreichen jetzt im Durchschnitt einen Genehmigungszyklus pro Tag, was einem drei- bis viermal so hohen Output wie zuvor entspricht.“

Dirk Zirnstein, Brand Manager und censhare Project Manager, URSAPHARM

Seit der Implementierung hat die censhare-Lösung den Genehmigungsprozess von Marketinginhalten wesentlich vereinfacht und beschleunigt.

„Alle Projektbeteiligten erhalten das zu genehmigende Dokument nun gleichzeitig, können ihre Änderungen oder Genehmigungen parallel vornehmen, wobei die Genehmigung sofort digital an den Brand Manager weitergeleitet wird. Wir erreichen jetzt im Durchschnitt einen Genehmigungszyklus pro Tag, was einem drei- bis viermal so hohen Output wie zuvor entspricht. [censhare] wirkt natürlich sehr stark wie ein Turbo Boost für das Marketing“, erklärt Dirk Zirnstein, Brand Manager und censhare Project Manager bei URSAPHARM.

Die durch censhare ermöglichte Beschleunigung der Entwicklung und Freigabe von Marketingmaterialien hat zu erheblicher Kostensenkung für das Unternehmen geführt.

Nadine Otte, Brand Manager bei URSAPHARM, stimmt ihrem Kollegen zu: „Die censhare-Lösung hat die bisherigen Strukturen verschlankt und vor allem die Geschwindigkeit verbessert, sei es bei den Genehmigungen, der Erstellung und Fertigstellung von Materialien oder auch der Umsetzung von Ideen.“

Zukünftige Vorteile in der Pipeline

URSAPHARM freut sich auf weitere Effizienzsteigerungen durch das System von censhare, wenn es die weiteren Fähigkeiten der Lösung als Grundlage für seine Digitalisierungsinitiative einsetzt. Gute Beispiele sind die Freigabe von Verpackungsmaterial über das System, die Implementierung von Online-Kanälen und die Übersetzungsfunktion, die das System bietet.

> „Mit censhare bereiten wir uns bei URSAPHARM auf die Digitalisierung vor. Das schafft natürlich Freiräume, die in anderen Bereichen, zum Beispiel in der Kreation, genutzt werden können.“
>
> **Dirk Zirnstein, Brand Manager und censhare Project Manager, URSAPHARM**

Über censhare

Mit unserer bewährten Omnichannel Content Plattform beherrschen Sie Ihren Content in jeder Sprache, lokal oder global, und bieten Ihren Kunden konsistente Erlebnisse auf allen Kanälen.

Unternehmen wie Allianz, Lands' End, Dyson, Christie's und hunderte mehr verlassen sich auf censhare für markenkonformen, stets aktuellen Content und nutzen so jede Chance, die richtigen Kunden zur richtigen Zeit zu erreichen.

master your content

www.censhare.com

Copyright © 2021 censhare

Alle Rechte vorbehalten. censhare und sonstige Warenzeichen sind Warenzeichen der censhare GmbH oder ihrer Tochtergesellschaften. Sonstige Warenzeichen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Diese Case Study dient ausschließlich zu Informationszwecken. Die Inhalte dieser Case Study waren zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt. censhare übernimmt für diese Case Study keine Gewährleistung – weder ausdrücklich noch impliziert.