

2022年5月10日

株式会社電通デジタル

## 電通デジタル、医師と患者双方の側面から治療体験を刷新 —メディカル統合ソリューション「DDMEX」の提供を開始—

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：川上 宗一 以下、電通デジタル）は、デジタルを活用して、医療現場における医師の側面と、治療を受ける患者の側面と双方の側面からコミュニケーションをサポートする、メディカル統合ソリューション「DDMEX（ディーディーメックス）：Dentsu Digital Medical Experience Transformation」を提供開始します。



治療体験の刷新を目指して

社会構造の変化やコロナ禍の影響を受け、昨今の医療現場では多くの課題が発生しています。医師側は製薬企業の医薬情報担当者（以下、MR）との接触機会が減少し適切な情報が得にくくなっており、一方患者側も SNS やインターネットによる情報氾濫で信頼できる医療情報を得づらくなっています。

このような課題に対し、DDMEX はデジタル技術を活用することで、医師・MR・患者それぞれの立場から「より良い治療体験」を実現します。

DDMEX では、まず医師・MR 間の関係構築を重視し、リモート技術を活用した接触機会の創出や医師への的確な医療情報提供を行います。また MR に対して医師ニーズの共有やナレッジの管理など業務効率化支援を行い、実業務のデジタル移行を推進します。さらに、医師・患者間のより良い関係構築のために、最適なコミュニケーションによる患者の心理的不安の軽減、医師と患者の治療目的の共有、患者側の治療へのモチベーション・治療効率の向上をもたらします。患者にとっての「より良い治療体験」の提供が可能となり、また前向きに治療に取り組むことができるといった良いサイクルが生み出されます。

## <DDMEXの特徴>

### ■ 医師とMR、医師と患者、双方ニーズをワンストップで叶える2領域編成

#### 1. プラットフォーム・トランスフォーメーション領域（PXT領域）

MR活動のデジタル化支援、デジタル接点の強化と拡張、医師データの統合／活用を軸とした、データマーケティング、プラットフォームに特化したソリューション

#### 2. コミュニケーション・トランスフォーメーション領域（CXT領域）

患者のCX（顧客体験）理解からあるべき姿の導出、Webサイトなど自社コンテンツのCX改善、CX専門家によるインハウス化支援など、患者の治療体験を軸とした事業戦略、体験設計やクリエイティブ開発などコミュニケーションに特化したソリューション

それぞれ8つのメニューを初期展開しており、プロジェクトに合わせてそれぞれのメニューを選択／カスタマイズすることができ、柔軟性のあるソリューションの提供が可能になります。

※メニューは今後拡張・変更する可能性があります。

 <b>DDMEX</b> <small>Dentsu Digital Medical Experience Transformation</small>		<b>統合ソリューションメニュー一覧</b>	
<b>PXT領域</b> PLATFORM TRANSFORMATION		<b>CXT領域</b> COMMUNICATION TRANSFORMATION	
最適な治療コミュニケーションの提供に向けて、医師、患者双方のソリューションとして以下メニューを展開しています。			
MR活動のデジタル化	① SFA/MAを活用したデジマ業務プロセス定義・定着化	ターゲットのCX理解	① ターゲットの解像度を上げるHCP&バイシエントジャーニー調査
	② データを基にしたMRディテール戦術定義支援		② バイシエントセントリックを実現するCX全体戦略立案
	③ リモートディテールリング/デジタルMR活用支援	自社コンテンツのCX改善	③ Webサイトのコンテンツ開発/リフレッシュ
	④ ナレッジデータ活用によるMR活動の効率化支援		④ LINEを用いた治療サポートツールのプランニング/開発
デジタル接点の強化/拡張	⑤ エクスペリエンス最適化に向けた医療従事者サイトの再構築	⑤ ニューツール開発	
	⑥ 医療従事者向けのコミュニケーションチャネル刷新	⑥ メディア/PR戦略	
医師データの統合戦略化	⑦ 医師特性/行動データの統合/分析による医師ニーズの統合化	プロジェクトインハウス化支援	⑦ CX専門チームによるアクティベーション・プログラム（ワークショップ、プランニング・スプリントetc.）
	⑧ データドリブンのMR活動/デジタルチャネルへのレコメ実施		⑧ 学会支援（セミナープログラムの企画/制作etc.）/MRトレーニングのサポート

※HCP：医療従事者

※バイシエントジャーニー：患者が疾患や症状を認識して、最終的に病院での受診や服薬など、治療するまでの患者の「行動」「思考」「感情」などのプロセスを表したもの

※バイシエントセントリック：患者中心の医療のこと

電通デジタルでは、顧客起点の発想で様々な企業のDXを支援しています。ヘルスケア業界・製薬業界においては、医師と患者をつなぐ治療体験にフォーカスした、「より良い治療体験」の提供を目指し、医師と患者のニーズやインサイトを可視化し、デジタルを活用したソリューション提供、コミュニケーション設計などを行っています。今後も、医師・製薬会社と患者双方に対する「より良い治療体験」の提供を目指し、治療体験の刷新をサポートすることで新たなビジネス価値創造に貢献します。

## <これまでのヘルスケア業界における実績>

### ●PXT 領域

[MR の販促活動の戦術を立てるためのツールを開発]

製品戦略、医師データ（属性、リアル・デジタルの行動データ）や市場データ等に基づいて、販促活動の戦術を立てるためのツールの設計、開発支援を担当。マーケティングプランに沿った活動がしやすくなり、MR 力の全体底上げや業務の効率化を実現。

[MR から製品企画担当者まで、営業組織全体で活用できる顧客データプラットフォームを構築]

医師、MR 活動、実消化、市場等のマーケティングに必要なデータを一元化し、様々な施策に最適化されたデータを提供する統合データハブを構築。コンセプトから運用までを一気通貫で支援。

### ●CXT 領域

[LINE による服薬伴走アプリ開発]

簡単な服薬管理と患者が離脱しやすい時期をデータで読み解き、LINE でセグメントメッセージ配信。医師の診察効率化や患者の治療モチベーションを支援。

[医師・薬剤師のインサイト／ペルソナ抽出]

新薬の上市（製品化）に際し、関連診療科医師／薬剤師に対してデプスインタビュー（対象者と1対1のインタビュー調査）を実施。疾患に対する意識や治療中のインサイトを明らかにし可視化。通常のインタビューでは得られないような医師や薬剤師のやりがいや考え方までも理解し、分析することでペルソナを明確化。インタビュー回答をもとにワークショップを実施し、具体的なアプローチ方法を関連ステークホルダーと戦略まで立案。

以 上

<電通デジタルについて> <https://www.dentsudigital.co.jp/>

国内最大規模のデジタルマーケティング会社として、データとテクノロジーを駆使した次世代マーケティングの戦略策定・実行、その基盤となる IT プラットフォームの設計・構築、クライアントの事業革新を支援する DX コンサルティングなどのサービスを提供。国内外のプラットフォーム各社との緊密なパートナーシップのもと、高度な専門性と統合力により、クライアントの事業成長に貢献しています。

### 【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部

竜野・宮本 TEL : 03-6217-6036

Email : [press@dentsudigital.co.jp](mailto:press@dentsudigital.co.jp)

### 【本事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル CX トランスフォーメーション部門

潮崎・前田・神松 Email : [ddmex@group.dentsu.co.jp](mailto:ddmex@group.dentsu.co.jp)