



データ活用事例

製薬業界さま向け

①医師の属性・行動分析

目的の設定

セミナー参加履歴から

新規処方に繋がりやすい 医師の属性・行動分析

GOAL >>

どのような医師がどうイベントに参加すると
新規処方しやすくなるのかを明らかに

つぎのアクション >>

新たなイベント企画及び
既存イベント企画の訴求ポイントの改善

Case 1

医師の属性・行動
分析

Case 1

医師の属性・行動 分析



使用するデータ

イベント・セミナー情報

イベントの内容や開催概要を一元化してデータ化。開催時間や曜日、内容等で整備

イベント参加ログ・社内SFAデータ

複数のイベントに渡り「何にどう参加したか」（オンラインなのか、その後の懇親会に参加したかなど）の履歴

参加医師属性・所属機関属性 アンケートデータ・レセプトデータ

参加者/参加者所属施設における製品ごとの新規処方月の月別件数

分析結果と施策のイメージ(1)



新規処方に寄与しうるのは

〇〇なイベントに参加した医師

大事なポイントが分かれば、
そういったイベントを強化する方向を検討できる

〇〇に強化したイベントに予算を集中投下

- どのようなイベント、どのようなセミナーに参加した医師かどうかを分析

イベント、セミナーの予算は同じでも、より効率的に新規処方を増やす事ができる

Case 1

医師の属性・行動
分析

分析結果と施策のイメージ(2)



新規処方しやすい医師は

〇〇という属性に該当しがち

年齢・役職・性別等、新規処方しやすい属性を
推測可能

〇〇に該当する医師が参加しやすい時間帯で
関心のありそうな話題のイベントを企画

●新規処方してくれやすい医師の属性に合わせてイベントの曜日や日程、
テーマなど、企画を検討できる

Case 1

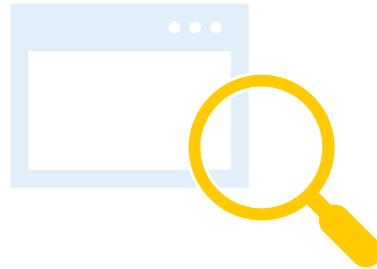
医師の属性・行動
分析

分析結果と施策のイメージ(3)

Case 1

医師の属性・行動
分析

セミナー参加者数やディテール数から
3か月後の新規処方数が予測可能に



月別にまとめた結果から将来の
新規処方の増減を予測

販売計画や予算管理がより正確で適正なものに

販促費やマーケティング費用に関しても、どのくらい使えばどのような効果が出るかを
データから予測を立てて実際のアクションに繋げることができる

「ロイヤルカスタマー分析」事例まとめ

Case 1

医師の属性・行動分析



= これらすべてより新規処方に関わりやすい状況を考えていくことができる

データビークルの アプローチ

データ活用のさまざまな課題に対して
どうアプローチするか



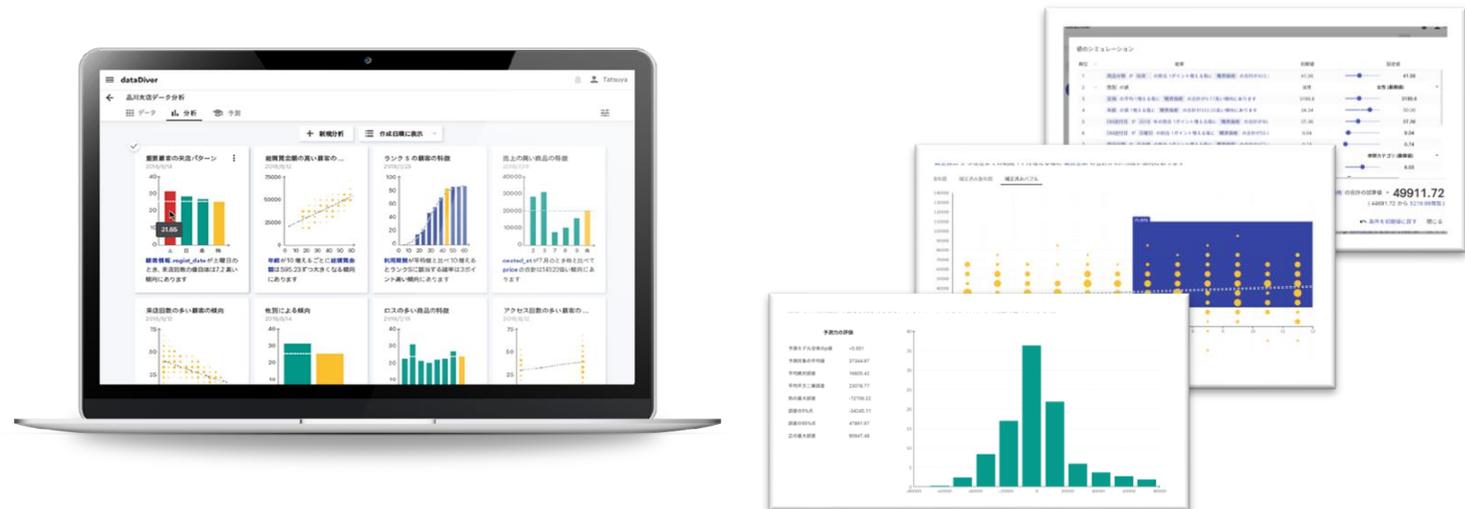
要因の探索・予測のための
拡張アナリティクスツール

dataDiver なら、

誰でも簡単に高度なデータ分析が実現できます。

データ準備、洞察の生成、洞察の可視化が自動化された分析ツール。データサイエンティストが行っているデータ準備や分析をノーコードで実行。経営課題を入力するだけで、統計学的に大事なところだけを「日本語で」お伝えします。

拡張アナリティクス
ツール
dataDiver



「何がどうなるとうれしいか」入力すると 分析の操作が完了

データ活用の ボトルネックと アプローチ

データ活用のボトルネック

分析用データ準備が
手間・センス頼み

変数や分析は専門的なスキルで
適した人材がない

意思決定者が
分析結果を読めない

データビークルのアプローチ

業務データベースから
分析用データを自動生成

多様な変数から
“良い統計モデル”を自動探索

データの分析結果は
自然言語とグラフで表示

オンライン研修プログラム も充実

【データ活用導入の基本プラン】

2
カ
月

DX人材育成研修 基礎編



全社員
対象

データ分析の設計からデータに基づいた施策立案までを体験し、たった2カ月で自社のデータ分析課題に着手できるようになる超実践型プログラム

6
カ
月

DX人材育成研修 実践編



DX業務
担当者
対象

データ活用に成果を感じられていないあなたの会社の実際のデータを使用し、データ活用によるDXの成果を実感できる超実践型のプログラム

【手軽に短期間で導入するなら!】

2
日
間

DX人材育成研修 短期編



全社員
対象

本格的なデータ分析の基礎を凝縮し、たった2日間で身につける短期集中実践型プログラム

4
カ
月

e-learning型 研修プログラム



全社員
対象

社内人材のデータ活用リテラシーの底上げを行うオンライン講座

研修プログラム



データ活用に関するお問い合わせは
mail@dtvcl.com まで