رتبه 1

AZ Local Digital Platform (AZ/BS)

با قطع دسترسی به ابزارهای دیجیتال جهانی به دلیل تحریم، ارائه محتوای علمی به بیماران و پزشکان با بن‌بست مواجه شد. پس پیگیری مستمر و عبور از موانع پیچیده حقوقی، راه‌اندازی شد که دسترسی ۷/۲۴ به محتوای علمی، کاهش هزینه‌های چاپ و صرفه‌جویی ۲۰۰۰ یورو برای هر محتوای چندرسانه‌ای را به همراه داشت.

Buddy Programming (HR)

فرایند تطبیق نیوجوینرها طولانی و همراه با سردرگمی بود. با طراحی مدل شایستگی بادی و انتخاب همراهان باتجربه، فرایند استقرار آن‌ها در BPMS سیستماتیک شد و نتیجه آن کاهش زمان تطبیق، افزایش رضایت نیروهای جدید و بهبود ماندگاری آن‌ها در سازمان بود.

CMS (Regulatory/IT,IS)

پیش از این، قراردادها از طریق ایمیل دست‌به‌دست می‌شد و پیگیری‌شان وقت‌گیر و سردرگم‌کننده بود. با انتقال فرایند به سیستم BPMS، دیجیتال و شفاف شد. هر لحظه می‌شود وضعیت درخواست را دید، ایمیل‌های پراکنده حذف و گرفتن تاییدات سریع‌تر شد.

Cotrims (Biogen)

پلتفرم COTRIMSبا هدف مدیریت بهینه بیماران اماس شامل کنفرانس علمی، وبسایت آموزشی و اپلیکیشن سنجش ریسک راه‌اندازی شد که منجر به تعامل بیش از ۹۰٪ پزشکان، افزایش تعداد بیماران تایسبری، کاهش ریسک PML و ارتقای دانش پزشکان گردید.

Currency Allocation Dashboard (IT,IS/Finance/PMO)

با توجه به تغییرات فرآیند تخصیص ارز توسط ذینفعان، داشبوردی برای مشاهده وضعیت ثبت‌سفارش‌ها و میزان بدهی به بانک‌ها و شرکای خارجی طراحی شد که زمان تهیه گزارش‌های مدیریتی را ۷۰٪ کاهش داد.

Direct Shipment (Supply Chain)

پیش از این، ترخیص کالا از گمرک تا یک ماه طول می‌کشید و برنامه‌ریزی شرکت مختل می‌شد. با اجرای ایده «حمل یکسره»، همه مجوزها پیش از ورود کالا اخذ شد و ترخیص در همان روز ورود انجام می‌گیرد. میانگین زمان ترخیص از ۳۰ روز به ۴ روز کاهش یافت.

Gamified Learning (HR)

برای آشنایی کارکنان جدید با محصولات استراتژیک شرکت، به جای جزوه و آموزش خشک، چند بازی تعاملی طراحی شد (اوربگامی، تکمیل نمودار، سودوکو و ماز). نتیجه این شد که ۹۱٪ شرکت‌کنندگان درک بهتری از صنعت و محصولات پیدا کردند.

HER2 IHC Reporting Standardization (AZ)

گزارش‌دهی آزمایش‌های HER2 برای تعیین نوع سرطان سینه در مراکز مختلف یکدست نبود. با برگزاری نشست ملی انکولوژی-پاتولوژی با حضور ۱۳۰ متخصص، اولین راهنمای واحد تدوین و در ۴ مرکز اجرا شد که دقت تشخیص و درمان بیماران را بهبود بخشید.

Initiative Champion Campaign (BS)

پروژه Initiative Champion با هدف قدرانی از کارکنان پیشگام و نهادینه‌سازی فرهنگ ابتکارعمل، در چند فاز (آموزشی و دعوت به مشارکت). این رویداد در مدت کوتاه با استقبال گسترده همراه شد و ۵۰ پروژه و ۱,۵۳۵ ورودی به صفحات کمپین جذب نمود.

Iranian Consensus (Biogen/Medical)

فاصله تزریق تایسبری در ایران ۶۰-۵۵ روز بود (استاندارد جهانی ۳۰ روز). با برگذاری جلسلات و تدوین پروتکل جدید توسط ۲۱ متخصص، فاصله تزریق به ۶ هفته کاهش یافت که منجر به افزایش مصرف سالانه از ۷.۵ به ۸.۵ ویال و کاهش هزینه تست JCV شد.

IRC Automation (BS)

با پیاده‌سازی کد پایتون، استخراج و مقایسه داده‌های ۹۰ ملکول (اعلام پروانه‌های جدید و تغییر قیمت پروانه‌های فعلی) به صورت خودکار انجام و ارسال شد، در حالی که پیش از این فرآیند به صورت دستی با صرف ۶۰۰-۷۵۰ ساعت کار سالانه انجام می‌شد.

Pharmacovigilance Process Digitalization (IT,IS)

گزارش‌های عوارض دارویی به صورت دستی و پراکنده ثبت می‌شد که باعث تأخیر در اطلاع‌رسانی و کاهش اعتماد شرکای خارجی شده بود. با پیاده‌سازی سامانه دیجیتال، این فرایند استاندارد شد و یکی از نقاط ضعف شرکت در ممیزی‌ها برطرف گردید.

Prematurity: A Hard-to-Treat Reality in Neonatal Care (AZ/MA)

با مذاکره با وزارت غذا و دارو، بهداشت و بیمه‌ها، پرمچوریتی در لیست بیماری‌های سخت درمان قرار گرفت. بسته خدمتی ۱۷ گانه برای نوزادان نارس تأیید شد و تأمین مالی سیناژیس از صندوق بیماری‌های سخت، دسترسی عادلانه و کاهش بستری را ممکن ساخت.

Pricing Excellence Task Force (Finance/MA/Regulatory)

تشکیل تیم تسک‌فورس قیمت‌گذاری با شناسایی افراد کلیدی در کمیسیون و ارائه مستندات علمی (هزینه تولید، تورم، قیمت کشور مرجع) مدل جدیدی برای افزایش قیمت ارائه داد که منجر به افزایش قیمت برخی داروها تا سه بار در ۵ ماه و سودآوری ۳۸ هزار میلیارد ریال شد.

Quantum (AZ)

مصرف زوالدکس در مراحل مختلف سرطان تفکیک نشده بود و پزشکان فکر می‌کردند به این دارو وفادارند، اما بررسی نشان داد فقط در یک مرحله از آن استفاده می‌کنند. با آموزش هدفمند برای هر مرحله، مصرف در مرحله پرخطر ۸۰٪ و فروش ۲۰٪ رشد کرد.

Smart Pharmacy Order Monitoring System (Sanofi)

سیستمی در نرم‌افزار ویزیتور طراحی شد که انحراف از الگوی سفارش هر داروخانه را شناسایی و هشدار می‌دهد تا ویزیتور سریعاً اقدام اصلاحی انجام دهد که منجر به کاهش افت پنهان فروش و افزایش بهره‌وری تیم فروش می‌شود.

Unit Cost Reduction (HR)

واحد خرید با تغییر شیوه مذاکره، ایجاد رقابت بین تامین‌کنندگان اصلی، حذف واسط‌ها و تامین مستقیم پک‌های مناسبتی، توانست ۱۶٪ تخفیف از کل هزینه‌ها بگیرد که معادل ۱۹ میلیارد تومان صرفه‌جویی شد.

Regulatory Amendment and Inter-Agency Conflict Resolution (Supply Chain/MA/Regulatory)

گرانول‌های دارویی با کد تعرفه نامناسب وارد می‌شدند و مشمول ۱۶٪ سود بازرگانی، ۳٪ حقوق گمرکی و ۱۰٪ مالیات بر ارزش افزوده بودند. با مذاکره با اداره دارو و گمرک، کد تعرفه اختصاصی دریافت شد که این هزینه‌ها را به صفر رساند.

Systemic Integration of Product Database (Supply Chain/Regulatory)

با طراحی فرآیند کارتابلی تعریف کد و نام محصول در راهکاران، ساختار کدگذاری منسجم (کد تأمین‌کننده، نوع، فرموالسیون و شمارنده) و نام‌گذاری استاندارد (برند، ژنریک، دوز و شکل دارویی) ایجاد شد. منجر به کاهش زمان از ۴ به ۱ روز و هزینه نفر ساعت از ۱.۲ میلیون به ۲۰۰ هزار تومان.

Zero Point (MedArman)

بیماران پس از آشنایی با سنسور لینکس، مسیر پیچیده خرید و نصب را بلد نبودند. با طراحی وچر لینکس، پزشکان بیماران را در مسیری ساده شامل راهنمای خرید، نصب و آموزش هدایت کردند. نتیجه: فروش ۸۰٪ بالاتر از هدف.

رتبه 2

AccuBridge (Roche)

با قطع واردات دستگاه‌های تست قند خون Accu-Chek، بیماران دیابتی برای پایش روزانه قند خون با بحران مواجه شدند. در این پروژه ۲۵۰۰۰ دستگاه در ۲۰ استان بین بیماران نیازمند توزیع شد که منجر به رشد ۸۶٪ در فروش نوارهای Accu-Chek Instant گردید.

BPMS Implement (IT,IS)

فرآیندهای دستی و ایمیلی با استقرار BPMS به گردش کار استاندارد تبدیل شد که منجر به کاهش ۶۰-۳۰٪ زمان چرخه، کاهش ۲۰-۵۰٪ خطا و دوباره‌کاری و افزایش انطباق و شفافیت گردید.

Budget Dashboard (IT,IS/Finance)

اطلاعات مالی، هزینه‌ها و مأموریت‌ها در منابع مختلف پراکنده بود. با طراحی داشبوردهای یکپارچه، پایش لحظه‌ای هزینه‌ها در مقایسه با بودجه ممکن شد که منجر به افزایش شفافیت، کاهش زمان گزارش‌گیری و شناسایی نقاط پرهزینه گردید.

Calculator Application (Biogen)

بسیاری از بیماران تایسبری به دلیل ترس از عارضه PML و نبود ابزار مناسب، درمان را قطع می‌کردند. با طراحی اپلیکیشنی که ریسک بیمار را پایش و نتیجه را به پزشک نشان می‌دهد، قطع درمان کاهش و تعداد بیماران افزایش یافت.

Compliance Campaign (Regulatory)

پیش از این، آموزش‌های کامپالینس تئوری و خشک بود و کسی جدی نمی‌گرفت. در این کمپین با طراحی بازی و مسابقه، مفاهیم را در قالب چالش ارائه داد تا کارکنان درگیر شوند و فرهنگ شفافیت و مسئولیت‌پذیری بین همکاران جا افتاد.

Data Integration & Automation Initiative (IT,IS)

داده‌های فروش پراکنده و گزارش‌گیری دستی باعث خطا و تأخیر می‌شد که با ایجاد منبع واحد داده و اتوماسیون فرایندها، دسترسی لحظه‌ای به شاخص‌ها از طریق داشبورد و پیامک روزانه فراهم و دقت و سرعت تصمیم‌گیری افزایش یافت.

Digital Transformation in HR BPMS (IT,IS/HR)

فرآیندهای دستی و کاغذی منابع انسانی (وام، تسویه و استعفا) با استقرار BPMS دیجیتالی و خودکار شد که منجر به کاهش ۹۳-۷۸٪ زمان رسیدگی، حذف خطای انسانی و شفافیت وضعیت درخواست‌ها گردید.

Dig Into & Do It

برای جلب اعتماد پزشکان ام‌اس و افزایش تجویز دارو، یک نقشه راه اختصاصی برای هر پزشک طراحی شد. در این مسیر، نگرانی‌های هر پزشک شناسایی و رفع شد؛ از پیگیری تست بیماران و هماهنگی با داروخانه‌ها گرفته تا کمک به دریافت نوبت تزریق و پاسخگویی شبانه‌روزی.

File Transfer Platform (IT,IS)

با محدودیت USB و ریسک سرویس‌های بیرونی، Cloud داخلی برای تبادل امن داده‌های حیاتی راه‌اندازی شد تا به عنوان جایگزینی امن، کنترل‌شده و پایدار، امکان ذخیره‌سازی، اشتراک‌گذاری و تبادل داده‌های حیاتی را فراهم کند.

HR Dashboards (IT,IS/HR)

یکپارچه‌سازی داده‌های پراکنده منابع انسانی در داشبوردهای تحلیلی، پایش لحظه‌ای شاخص‌های جذب، نگهداشت و عملکرد را ممکن کرد که به افزایش شفافیت، شناسایی ریسک ترک خدمت و بهبود تصمیم‌گیری مدیریتی کمک کرد.

Internal meeting system (IT,IS)

پلتفرم داخلی CGMeet با تمرکز بر پایداری، امنیت و دسترس‌پذیری طراحی و راه‌اندازی شد تا برگزاری جلسات فروش، هماهنگی تیم‌های پشتیبانی، جلسات مدیریتی و تعاملات بین‌واحدی را بدون وابستگی به سرویس‌های خارجی فراهم کند.

Internet Connectivity at Crisis (IT,IS)

ارائه اینترنت اضطراری هدفمند در محدودیت‌های شدید اینترنت (جنگ 12 روزه)، به افراد کلیدی، ارتباطات حیاتی و تصمیم‌گیری‌های سازمان بدون وقفه ادامه یافت و تاب‌آوری عملیاتی افزایش یافت.

Linked Pharmacy (IT,IS/BS)

داده‌های فروش داروخانه‌ها و CRM جدا بودند و تحلیل تأثیر ویزیت‌ها زمان‌بر بود. با طراحی داشبورد یکپارچه، سه لایه داروخانه (اختصاصی، لینک شده به پزشکان و اولویت آدورا) هم‌زمان تحلیل شد و تأثیر واقعی ویزیت هر نماینده بر فروش قابل سنجش گردید.

Maximizing the utilization of 1404 budget ratifications (Supply Chain)

با تأخیر در ابلاغ قانون بودجه، پرونده‌های گمرکی متوقف و هزینه‌ها افزایش یافته بود. با اصلاح ضرایب محاسباتی و پیگیری با نهادهای دولتی، ۷ پرونده از جریمه ۳.۷ میلیارد ریالی معاف و ۱۸ پرونده برای استرداد همین مبلغ اقدام شد.

New Launch Brand Classification (BS)

طراحی سازوکار مجزا برای دسته‌بندی برندهای New Launch با متدولوژی جدید شامل شاخص‌هایRegulatory Score ، Launch Scoreو SAM Score که منجر به دسته‌بندی محصولات در عناوینInvest ، Build، Maintainو Observe شد.

New prescriber growth strategy

با شناسایی و رفع نگرانی‌های پزشکان از طریق جلسات علمی، تعداد تجویزکنندگان تایسبری از ۲۵ به ۷۰ نفر افزایش یافت (رشد ٪۱۸۰) و بیش از ۵۰۰ بیمار جدید تحت درمان قرار گرفتند.

Patient-Centric Ecosystem (AZ)

با ایجاد شبکه ارتباطی بین سازمان غذا و دارو، داروخانه‌ها، خیریه‌ها و پزشکان در آذربایجان شرقی، موانع دسترسی بیماران به داروهای لینپارزا و اینهرتو برطرف شد. نتیجه: رشد سه‌برابری فروش اینهرتو (دو برابر رشد کشور) و رشد دورقمی لینپارزا.

Performance Dashboard (IT,IS/BS)

فرآیندهای تصمیم‌گیری فروش به دلیل نبود ابزار دقیق و داده‌های پراکنده، زمان‌بر و پرخطا بود. با طراحی داشبوردهای تحلیلی یکپارچه داده‌های فروش، عملکرد تیم و اطلاعات مشتریان تجمیع و شاخص‌های کلیدی به صورت لحظه‌ای پایش شد.

Promotion (HR)

ارتقاء شغلی بر اساس سابقه کاری و نظر شخصی مدیران انجام می‌شد. با طراحی مدل ارزیابی چندمنبعی درBPMS ، شایستگی فرد برای نقش بعدی سنجیده می‌شود. عدالت و شفافیت در تصمیم‌گیری افزایش، نظرهای سلیقه‌ای کنار رفت و فرایند پروموشن سریع‌تر شد.

Resurgence (Roche)

فروش محصولات POC Roche به دلیل نبود تعرفه و قیمت بالاتر از رقبا با چالش مواجه بود. با حضور در سامانه ستاد، بهره‌گیری از یارانه سلامت و تحلیل رفتار رقبا، بیش از ۱۰۰ دستگاه نصب شد و فروش در سال ۲۰۲۵ نسبت به ۲۰۲۴ معادل ٪۴۰۰ رشد کرد (٪۲۷۹ اثر قیمتی، ٪۱۹۱ اثر تعدادی).

Roche Digital Event (Roche)

برای افزایش تعامل با پزشکان و عبور از محدودیت‌های حضوری، رویداد دیجیتال در سه فاز اجرا شد: لندینگ‌های هدفمند (منجر به فروش مستقیم)، پخش محتوای ۷ متخصص در ویدیو وال کنگره (بازدید ۴ برابری) و وبینار بین‌المللی با حضور ۲۵۵ پزشک.

Sales Dashboards (IT,IS)

داده‌های فروش در گزارش‌های پراکنده و غیرقابل تحلیل قرار داشت و امکان پایش دقیق تحقق اهداف را نداشتند. با طراحی داشبورد چندسطحی با قابلیت تحلیل از سطح کلان تا جزئی شفافیت در پایش فروش ایجاد و کیفیت تصمیم‌گیری مدیران بهبود پیدا کرد.

Simple (BS)

با ارتقای زیرساخت نرم‌افزار سیمپل، داشبورد مدیریتی جامعی برای تحلیل عملکرد مدرپ‌ها و ویزیت پزشکان طراحی و پیاده‌سازی شد. این داشبورد با نمایش بصری (Visual) اطلاعات، امکان رصد دقیق فعالیت تیم فروش و تحلیل روند ویزیت‌ها را فراهم کرده و خروجی آن برای پیش‌بینی مدل‌های فروش مورد استفاده قرار می‌گیرد.

Study (B cell to Tysabri) (Biogen)

در این پروژه، مطالعه‌ای در ۳ فاز با همکاری دانشگاه اصفهان برای بررسی اثربخشی و ایمنی تغییر درمان بیماران اماس از Ocrelizumab به تایسبری آغاز شد. این مطالعه به تبیین پوزیشن جدید برای تایسبری و افزایش جمعیت بیماران کمک می‌کند.

Summiteer (Biogen)

برای ارتقای عملکرد تیم فروش تایسبری، برنامه ارزیابی چندبعدی طراحی شد که شامل سنجش تعداد بیماران، پروژه‌های اختصاصی، مهارت نقش‌پذیری و بازخورد پزشکان بود. نتیجه این شد که تعداد بیماران ۱۰۹٪ و فروش ۱۰۵٪ هدف محقق شد.

Tagrisso MasterClass (AZ)

با ورود ژنریک ارزان قبل از برند اصلی، تمایز تگرسو به چالش خورد. مسترکلاس‌های علمی با مناظره و بررسی کیس‌های بالینی توسط متخصصان، ارزش دارو را تبیین کرد. نتیجه: رشد ۶٪ سهم بازار با وجود اختلاف قیمت ۳۰ برابری و افزایش ۳۰٪ ریکروتمنت بیماران.

The power of trust (AZ)

پزشکان کلیدی نوزادان مشهد به دلیل تعامل آسیب‌دیده قبلی، همکاری موثری نداشتند. با تدوین پلن جدید و ویزیت‌های منظم، اعتماد آن‌ها بازسازی شد و نتیجه آن اچیومنت ۱۲۴٪ در دوز ۵۰ و ۷۰٪ در دوز ۱۰۰، رشد ۶۴٪ و سهم ۱۲٪ از فروش کل کشور بود.

Tysabri Forecasting (Biogen/BS)

با تحلیل داده‌های بیماران و پزشکان، مدلی طراحی شد که بر اساس گایدلاین و رفتار پزشکان، فروش تایسبری را پیش‌بینی می‌کند. این مدل فاصله عملکرد پزشکان با استاندارد را نشان داد و مشخص کرد در صورت اصلاح این فاصله، چه میزان افزایش فروش ممکن است.