

表2 医薬品営業・マーケティングに関するデータマイニング

| 目 的               | 利用できるデータマイニング手法                          |
|-------------------|--|
| 1) 製品ライフサイクルの把握   | 類似薬効薬剤の発売年度別売上分析                         |
| 2) 潜在的製品力の把握      | 時系列趨勢予測法、要因分析法(TCSI分離法)、指数平滑法            |
| 3) 患者数増減の把握       | PATDAYによるポートフォリオ分析                       |
| 4) エリア別リソース配分の最適化 | エリア別ブランドシェア&人員の相関                        |
| 5) ブランド別営業効率の把握   | 売上&コール数の相関                               |
| 6) アプローチ別営業効率の把握  | ディシジョン・ツリー、ベイジアンネット                      |
| 7) ターゲティング        | アソシエーション分析(+テキストマイニング)                   |
| 8) 顧客管理           | RFM(Recency Frequency Monetary)分析、受注頻度分析 |
| 9) MRのオピニオン把握     | テキストマイニング(キーワード抽出分析、マッピング)               |