



Pfizer choisit GEOCONCEPT pour optimiser les déplacements de ses délégués médicaux au Japon

Le logiciel d'optimisation de tournées Geoconcept TourSolver aide Pfizer à visualiser sa couverture marché et établir des plans de tournées cohérents pour améliorer l'efficacité de ses délégués médicaux au pays du Soleil-Levant.

Paris, le 09 juillet 2015 : La filiale japonaise du laboratoire pharmaceutique Pfizer annonce avoir choisi de s'appuyer sur le logiciel d'optimisation de tournées *Geoconcept TourSolver* afin d'optimiser l'activité de ses délégués médicaux lors de visites auprès des médecins généralistes et dans les hôpitaux pour présenter les produits pharmaceutiques de l'entreprise.

Se positionnant dans un secteur fortement concurrentiel, Pfizer doit pouvoir assurer une qualité de service clients optimale et optimiser l'efficacité de ses équipes sur le terrain. Le laboratoire recherchait un outil permettant d'automatiser et d'améliorer la répartition des visites de ses délégués médicaux dans les établissements de santé sur le territoire nippon, avec pour objectif de définir des plans de tournées pertinents, tout en prenant en compte les contraintes métier (horaires des différents professionnels de santé) et celles liées aux ressources humaines (charge de travail, localisation des ressources...).

Pfizer soigne l'organisation de ses tournées de visites grâce à la solution *Geoconcept TourSolver*

Fort d'un déploiement réussi en Amérique latine, Pfizer a choisi d'implémenter la solution *Geoconcept TourSolver* pour son activité au Japon, afin de pouvoir visualiser facilement sa couverture marché et optimiser la gestion des tournées quotidiennes de ses délégués médicaux auprès de professionnels de santé (médecins, infirmières et pharmaciens).

Grâce à *Geoconcept TourSolver*, Pfizer dispose en temps réel de l'organisation et des itinéraires les plus rentables. Ainsi, sur la région de Tokyo, moins de 10 délégués médicaux peuvent prendre en charge plus de 1 000 établissements de santé tout en respectant les contraintes horaires des clients. La solution permet également à l'équipe mobile de Pfizer de réduire le temps passé sur la route, d'augmenter leur nombre de visites dans une journée et de diminuer le coût des trajets par rapport à l'exercice précédent, leur assurant par ailleurs un confort de travail optimal.

« La solution proposée par GEOCONCEPT nous permet d'améliorer l'efficacité de notre équipe mobile grâce à l'élaboration en temps réel de plans de tournées de visites optimisés avec une prise en compte de toutes les données géographiques et contraintes métiers imposés. Le secteur de la santé étant en constante évolution, nous prévoyons continuellement de devoir faire face à de nouveaux défis. Geoconcept TourSolver nous aide à respecter les différentes contraintes des hôpitaux et



médecins généralistes tout en améliorant la productivité de nos délégués médicaux », explique Monsieur Hasuike, département Stratégie de Ventes de Pfizer.

En plus d'améliorer l'efficacité des délégués médicaux, *Geoconcept TourSolver* permet un véritable paramétrage des coûts opérationnels (trajet global, par visite...). Pfizer peut ainsi équilibrer le coût global de ses forces de vente en fonction de leur répartition sur le territoire. Avec un nombre croissant de visites, une augmentation des ventes globales et une diminution du coût global engendrés par l'activité des délégués médicaux sur le terrain, Pfizer est confiant sur son développement au Japon et peut répondre aux besoins d'un nombre croissant d'établissements de santé.

A propos du Groupe GEOCONCEPT

Né de la fusion de [GEOCONCEPT](#), 1er éditeur européen de Systèmes d'Information Géographique, et d'[Opti-Time](#), éditeur de logiciels de planification pour les professionnels, le Groupe GEOCONCEPT se positionne aujourd'hui parmi les leaders mondiaux dans les applications de cartographie et d'optimisation pour les entreprises.

Toujours à l'avant-garde depuis sa création en 1990, GEOCONCEPT a allié information géographique et outils d'optimisation pour inventer la géoptimisation, ou optimisation des activités par l'intégration intelligente de l'information géographique dans les systèmes. L'innovation est toujours au cœur de la stratégie du Groupe qui consacre 25% de ses dépenses en R&D. Les bénéfices de la géoptimisation s'appliquent dans des domaines aussi variés que le géomarketing, la gestion territoriale, l'urgence ou la gestion des forces mobiles... Au sein de chaque domaine, les composants et solutions d'optimisation géographique peuvent être intégrés directement par les clients ou via des partenaires du Groupe.

Le Groupe GEOCONCEPT est implanté à Paris, Grenoble et Caen, et dispose de filiales à l'étranger : Chennai/Inde, Genève/Suisse, Madrid/Espagne, Shanghai/Chine. Des partenaires stratégiques revendent aussi les solutions du Groupe à Londres/Grande Bretagne, Mexico/Mexique, SãoPaulo/Brésil, Tokyo/Japon... Les solutions du Groupe sont disponibles en 7 langues. Aujourd'hui, le Groupe GEOCONCEPT compte plus de 10 000 références clients et 100 000 ressources géoptimisées dans 35 pays. www.geoconcept.com

Contact presse : AxiCom France

Elise Koenig - 01 56 02 68 38 - elise.koenig@axicom.com

Judith Camhi - 01 56 02 68 21 - judith.camhi@axicom.com

Contact marketing GEOCONCEPT

Christèle Fernandes - christele.fernandes@geoconcept.com