



ANA M^a FUERTES



Directora de bioMérieux Industria Iberia

“Ayudamos a las industrias a prevenir la contaminación de los productos farmacéuticos que producen”.

¿Cuáles han sido las claves que han ayudado a alcanzar el éxito de bioMérieux en la industria biotecnológica?

Por una parte, nuestras raíces, nuestro conocimiento y nuestra experiencia de más de 60 años en el sector de diagnóstico.

Desde 1963 hemos cumplido la visión de la familia Mérieux de mejorar la salud, manteniendo al mismo tiempo los valores de respeto, responsabilidad y transparencia. Al ser pioneros en soluciones de diagnóstico, desde la parte clínica, ayudamos a los médicos a mejorar la atención al paciente, pero también, desde la división industrial, ayudamos a las industrias a prevenir la contaminación de los alimentos y productos farmacéuticos que producen.

Por otra parte, escuchar, seguir y adaptarnos a los cambios, cada vez más rápidos que están operando en las industrias, entre ellas las farmacéuticas. Poner a nuestro cliente en el centro para establecer relaciones a largo plazo llegando incluso a colaborar para el desarrollo de soluciones y métodos.

Y también es clave invertir en innovación para respaldar los desafíos de nuestros clientes de hoy y de mañana.



1937

Charles Mérieux
takes up the reins

1963

Alain Mérieux
creates bioMérieux

2023

Alexandre Mérieux is
bioMérieux Chairman

¿Cómo se está promoviendo la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías en bioMérieux?

Alrededor de un 12% de nuestros beneficios son reinvertidos en I+D con 14 centros de Investigación y Desarrollo a nivel mundial y unos 1.900 empleados de un total de 14.000 trabajando para ello. Son muy importantes estas inversiones en I+D para los retos del mañana. La sostenibilidad a largo plazo está en el centro de nuestra misión.

¿Cuál es valor añadido que tiene bioMérieux en términos de calidad, servicio al cliente e innovación?

bioMérieux siempre se ha caracterizado por sus estándares de alta calidad que benefician la productividad del cliente y la seguridad de consumidores y pacientes.

Tenemos plantas de fabricación regionales conectadas con un centro especializado global donde trabajamos para dar las mejores soluciones en términos de logística, mono-lote, fabricación customizada, formación y soporte.

Cuando hablamos de Servicio al cliente hablamos de poner la experiencia de nuestros clientes en el centro de nuestras actividades.

Contamos con un modelo innovación basado en asociaciones de investigación internacionales y unidades de investigación conjuntas para aportar multidisciplinariedad y desarrollar las soluciones de diagnóstico del mañana.

Además impulsamos adquisiciones estratégicas para acceder a nuevas tecnologías, colaboraciones internacionales con investigaciones tanto académicas como privadas y programas de innovación internos.

¿Cuáles son las políticas y prácticas de bioMérieux en relación con la reducción de su impacto ambiental y la promoción de la

sostenibilidad en toda la cadena de valor?

Desde su creación, bioMérieux siempre ha construido su desarrollo sobre una visión a largo plazo, con un fuerte compromiso social y la convicción de que las empresas tienen una responsabilidad real y un papel que desempeñar para tener un impacto positivo en el mundo. Por lo tanto, en los últimos años, formalizamos una nueva ambición de CSR (Corporate Social Responsibility) para poder decir, no solo lo que hemos hecho por el mundo en el último año, sino también lo que queremos lograr en los próximos 5 a 10 años. Esta estrategia de CRS está totalmente integrada en nuestra estrategia global actuando principalmente sobre 5 ejes: la salud, el planeta, nuestros empleados, el ecosistema de la salud y creando asociaciones a largo plazo para aumentar nuestro impacto positivo en las comunidades locales.

Estos objetivos CSR son medidos y monitorizados a través de indicadores y agencias mundialmente conocidas.

¿Cuál cree que es el futuro de bioMérieux en la industria biotecnológica de nuestro país?

La industria biotecnológica evoluciona y bioMérieux debe evolucionar con ella. Guiados por un propósito de salud pública y una actitud pionera, a través de nuestra experiencia médica, continuamos escuchando a nuestros clientes anticipándonos a las tendencias del mercado e invirtiendo fuertemente en nuevas ciencias y tecnologías, como la automatización y la digitalización de algunos procesos de control, proporcionando servicios cada vez más rápidos y soluciones sólidas para afrontar y adaptarse a los desafíos cambiantes del sector farmacéutico y el surgimiento de nuevos mercados, como las terapias celulares y génicas.

Nuestra renovada ambición es ser reconocidos como el socio elegido para el control de calidad inteligente de los fabricantes farmacéuticos de todo el mundo, centrándonos tanto en la seguridad del paciente como en la productividad de los clientes.

LUIS TORRES



Responsable de Ventas

“La parte más importante es la confianza, que se gana día a día intentando conseguir que nuestros clientes piensen en nosotros cuando tengan un problema o quieran mejorar un proceso”.

¿Cuáles diría que son las principales iniciativas de bioMérieux para impulsar el crecimiento de las ventas y mantener un lugar destacado en el mercado?

Para mantener y hacer crecer nuestras ventas es necesario conocer mejor las necesidades del cliente desde el conocimiento intrínseco en cada una de sus áreas de desarrollo donde ellos quieren mejorar.

Además de ampliar el número de personas con las que nos relacionamos, para esto nuestro departamento de Marketing y las nuevas herramientas de comunicación juegan un papel muy importante. Saber ofrecerle lo que van a necesitar para ser un socio en su crecimiento. Queremos ser gestores de proyectos con nuestros clientes, ayudándoles a que cada vez sean más productivos y eficaces.

Sabiendo que el sector biotecnológico evoluciona constantemente y siempre se mantiene cambiante ¿Cómo se adapta bioMérieux a las demandas y necesidades de los clientes para asegurar el éxito de las ventas?

Recogiendo la información en el campo con nuestros interlocutores en cada una de sus departamentos y compartiendo estos datos con nuestra central y con I+D. De hecho, llegamos a contactar con alguno de ellos para hacerlos partícipes antes del lanzamiento de un nuevo proyecto, tanto de productos como de servicios nuevos.

¿Cuál es el enfoque de bioMérieux para poder cultivar lazos sólidos con los clientes? ¿Qué medidas se toman

para garantizar un servicio de calidad al cliente?

La parte más importante es la confianza, que se gana día a día intentando conseguir que nuestros clientes piensen en nosotros cuando tengan un problema o quieran mejorar un proceso. Y por supuesto una constante formación en nuestro personal para que nuestros interlocutores puedan comprobar que comprendemos perfectamente los problemas y las necesidades que ellos tienen. De forma periódica se realizan encuestas con empresas externas que miden el grado de satisfacción de nuestros clientes y expresan lo que esperan de nosotros.

Como responsable de ventas, ¿cómo fomenta la colaboración y la sinergia entre los equipos que están a su cargo para optimizar el rendimiento y alcanzar los objetivos establecidos?

Con una serie de planificaciones agendadas en donde compartimos una clara visión conjunta, colaborando con reuniones periódicas no solo con los Account Manager, sino con otros departamentos de bioMérieux como Especialistas de Aplicaciones, Marketing, Ingenieros, Informática. Con una

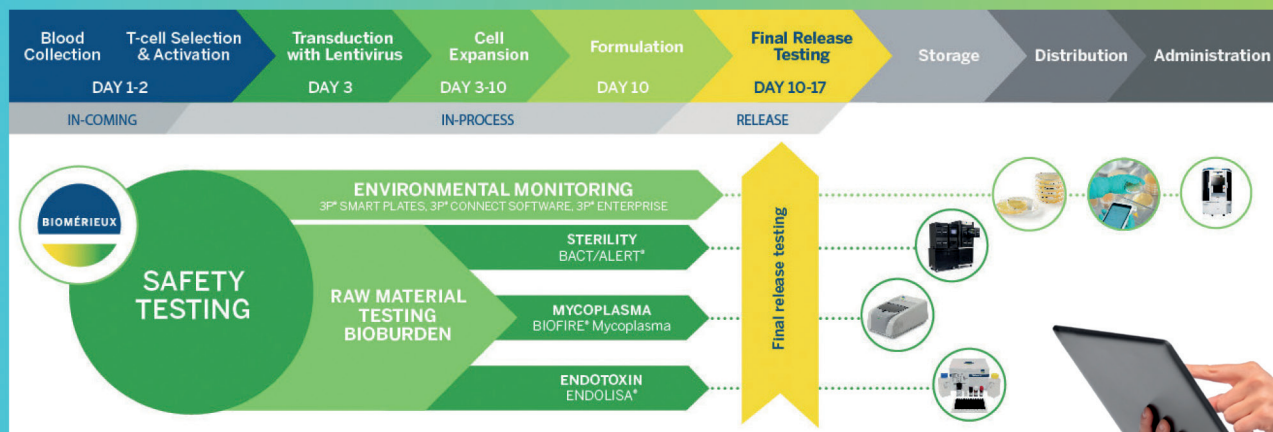


visión global de 360 grados, desde todas las perspectivas. Cada uno de los miembros de ese equipo siempre aporta información interesante que cuando se comparte nos hace trabajar a todos en la misma dirección y conseguir los objetivos que nos hemos planteado.



STRENGTHEN CELL & GENE THERAPY PRODUCTION

With Smart Quality Testing



PILAR DÍAZ



Responsable de Soporte Técnico de Aplicaciones Industriales

“bioMérieux es pionera en avances tecnológicos y nuestro equipo de servicio de atención al cliente se compone de especialistas altamente cualificados y en formación continua, no solo en el apartado técnico sino también en habilidades emocionales o interpersonales”.

¿Cuál es la importancia del departamento de soporte técnico en el éxito de los clientes de bioMérieux? ¿Cómo se asegura de que se brinde un servicio de calidad y se satisfagan las necesidades de los clientes en este ámbito?

La asistencia al cliente es el pilar sobre el que se crea la fidelidad de los clientes. No empezamos nuestra interacción con los clientes tras la adquisición de una de nuestras soluciones sino que la asistencia al cliente empieza antes de la venta, y la involucración del equipo de soporte técnico en todas las fases del proceso es lo que marca la experiencia del cliente con bioMérieux.

Ofrecer una asistencia que satisfaga las necesidades del cliente y que supere sus expectativas no puede tener lugar sin que cada una de las personas que forman parte del equipo estén totalmente involucradas y para ello contamos con personal altamente cualificado. En la comunicación con nuestros clientes lo más importante es escuchar, trabajar la empatía y analizar posteriormente todo lo que ellos comparten con nosotros para ofrecer una respuesta o acción a medida.

Anualmente realizamos encuestas de satisfacción a nuestros clientes y tras cada interacción o intervención que realiza nuestro personal técnico. En la llamada post intervención, los clientes se sorprenden porque no es habitual que esté detrás una persona analizando sus respuestas y no un sistema de inteligencia artificial o algoritmo.



Esto es lo que verdaderamente hace que les podamos ofrecer un servicio de calidad y un trato totalmente personalizado.

¿Cuáles son las principales responsabilidades y funciones del equipo de soporte técnico en bioMérieux?

Lo primero que se pensaría es “dar respuesta y solucionar problemas técnicos”, añadiría de forma rápida y eficiente, pero nuestras funciones y responsabilidades van más allá del concepto técnico. Acompañamos al cliente de manera permanente, desde la orientación en el producto, solución o servicio que realmente necesitan hasta la implantación y uso en rutina de nuestras soluciones.

En ocasiones los clientes nos contactan porque han visto o quieren algo muy concreto, pero tras escuchar activamente detectamos que realmente no es lo que necesitan. Lo más rápido sería darle la información y de forma eficiente estaríamos dando respuesta a esa petición. Sin embargo, con el tiempo estaríamos frente a un cliente insatisfecho. Habríamos cubierto una necesidad puntual sin tener en cuenta sus necesidades globales ni futuras.

En definitiva, creamos y cultivamos la relación con los clientes para que sean duraderas.

En un entorno científico en constante evolución, ¿cómo se mantiene actualizado el departamento de soporte técnico sobre los últimos avances y tecnologías relevantes para

brindar un soporte científico de vanguardia?

La gran diversidad de herramientas digitales que existen nos permiten asistir a jornadas técnicas y eventos en cualquier parte del mundo de forma remota. A nivel corporativo contamos con referentes científicos especializados en diferentes ámbitos y equipos de investigación, desarrollo e innovación. bioMérieux es pionera en avances tecnológicos y nuestro equipo de servicio de atención al cliente se compone de especialistas altamente cualificados y en formación continua, no solo en el apartado técnico sino también en habilidades emocionales o interpersonales. Además, nuestros propios clientes son una fuente constante de aprendizaje y de proceso operativo.

¿Qué medidas se toman para garantizar una comunicación efectiva con los clientes y resolver de manera eficiente cualquier problema o consulta técnica que puedan tener?

Trabajamos con aplicaciones que nos permiten ir a la velocidad que necesitan los clientes, herramientas que nos permiten emplear diferentes canales de comunicación y monitorización de la actividad de nuestros clientes.

La vía que nos garantiza una comunicación efectiva es la elegida por los clientes y mediante la que se encuentren más cómodos en función de su personalidad, tiempo disponible, etc. Llamada telefónica, correo electrónico, reunión virtual, acceso vía “Portal del Cliente”, visitas presenciales, pero lo más importante es que siempre se mantiene la trazabilidad y visibilidad de toda la comunicación independientemente del canal empleado.

PILAR RUBIO DELGADO

Responsable Marketing Pharma Quality Control Iberia



“Nuestro objetivo es ofrecer al sector farmacéutico soluciones innovadoras que aportan rapidez y precisión en el control de calidad microbiológico”.

¿Cuáles son los principales segmentos de mercado a los que se dirigen y cómo se están abordando?

Nuestro objetivo es ofrecer al sector farmacéutico soluciones innovadoras que aportan rapidez y precisión en el control de calidad microbiológico y que ayuden a los laboratorios a mejorar la eficiencia y potenciar una toma de decisiones basadas en datos. El control de calidad microbiológico es fundamental en la producción de un medicamento estéril siendo el principal segmento al que nos dirigimos. En los últimos años han cobrado mucha relevancia

las terapias avanzadas que tienen un gran potencial terapéutico, pero con gran complejidad en su producción y desarrollo. Nuestras soluciones se adaptan fácilmente a sus fábricas, productos y procesos para que estas terapias críticas lleguen a los pacientes de manera rápida y segura.

¿Cuál considera que es la ventaja competitiva clave de bioMérieux en comparación con sus competidores?

Por una parte nuestra experiencia, llevamos 60 años dedicándonos al diagnóstico. Por otra parte el equipo humano de bioMérieux, que tiene una tremenda vocación y compromiso con la salud pública que es el hilo conductor de todo lo que hacemos. Y por último nuestra completa oferta de soluciones para controlar el proceso productivo y poder liberar un producto seguro (digitalización del control ambiental, esterilidad con métodos rápidos, endotoxinas, mycoplasma,...).

¿Cómo mide y evalúa el éxito de las estrategias de marketing?

Cada año nos fijamos objetivos claros y medibles a los que les vamos haciendo seguimiento. Nuestros principales KPIs (indicadores clave de rendimiento) están en relación con el cumplimiento del plan comunicación, lanzamiento de productos en tiempo y forma, y seguimiento de nuestros planes de acción. Además todos los departamentos estamos implicados en el Balanced Scorecard (BSC) ó cuadro de mando integral para alinear la estrategia de la organización con los indicadores de gestión.

¿Cuáles son los desafíos más importantes que ha enfrentado en su rol y cómo los ha abordado?

Estamos en constante cambio y hay que saber adaptarse y saber escuchar qué pide el mercado. Para ello lo retador siempre es identificar y comprender rápidamente las necesidades de nuestros usuarios, y poner en marcha un plan de acción ágil y efectivo adaptado a un presupuesto determinado.

Tengo la suerte de contar con un equipo muy sólido a nivel local y un gran soporte a nivel corporativo global en el que todos nos apoyamos y aportamos nuestro conocimiento.