



WIE UNTERNEHMEN AUS DEM GESUNDHEITSWESEN UND DEN LIFE SCIENCES DATEN VON DRITTEN FÜR IHRE ANALYSEN NUTZEN KÖNNEN

Ergänzen Sie Ihre Daten und profitieren Sie schneller von neuen Informationen mit regeltem Echtzeit-Zugriff auf externe Daten.



INHALTS- VERZEICHNIS

- 2** Zusammenfassung
- 3** Verbesserte klinische Studien und 360°-Ansicht von Patienten dank reibungslosem Zugriff auf externe Daten
- 4** Zwei Möglichkeiten, das verborgene Potenzial in Ihren Daten zu nutzen
 - 4** – Effizientere klinische Studien
 - 4** – Patientendaten für eine 360°-Ansicht von Patienten ergänzen
- 5** Herausforderungen bei der Beschaffung von Third-Party-Daten
- 6** Die Data Cloud löst Probleme der traditionellen Datenfreigabe
- 7** Snowflake Data Marketplace: Auf Basis von Snowgrid
- 8** Werden auch Sie zum selbstbestimmten Data Consumer
- 9** Über Snowflake

ZUSAMMENFASSUNG

Third-Party-Daten sind Daten, die aus Quellen außerhalb einer Organisation stammen. Mit diesen Daten können Unternehmen aus den Bereichen Gesundheitswesen und Life Sciences bei klinischen Studien qualitativ hochwertigere Ergebnisse erzielen und den ROI von Marketingmaßnahmen über bessere Zielgruppensegmentierung und besseres Targeting erhöhen. Durch externe Daten können Teams bessere datengestützte Entscheidungen treffen, vor allem, wenn diese Daten in First-Party-Daten eingebunden werden. Allerdings sind traditionelle Methoden zur Beschaffung von Third-Party-Daten ineffizient und unsicher. Traditionelle Data Marketplaces können möglicherweise nicht skaliert werden, und für ältere Technologien zur Datenübertragung (FTP, APIs) ist möglicherweise ein hoher technischer Aufwand erforderlich, bevor die Daten genutzt werden können. Diese Umstände führen zu Verzögerungen, veralteten Daten und minderwertigen Datenanalysen.

In diesem E-Book erfahren Sie, wie Sie:

- **ohne ETL-Prozesse auf Drittanbieter-Livedaten zugreifen**, sodass die Daten sofort für Analysen oder zur Zusammenführung mit Ihren eigenen Daten zur Verfügung stehen.
- **Drittanbieter-Datasets einfach ermitteln können**, z. B. anonymisierte Rezeptdaten, Vertriebsdaten medizinischer Produkte, Daten zu COVID-19 und demografische Daten, die Ihren Geschäftsanforderungen am ehesten entsprechen.
- **Anreicherungsdienste nutzen, um die Qualität von First-Party-Daten zu verbessern**, indem Sie Segmente Ihrer Daten sicher mit Anbietern teilen.



VERBESSERTE KLINISCHE STUDIEN UND 360°-ANSICHT VON PATIENTEN DANK REIBUNGSLOSEM ZUGRIFF AUF EXTERNE DATEN

Unternehmen aus den Bereichen Gesundheitswesen und Life Sciences setzen immer stärker auf datengestützte Prozesse, was einige Auswirkungen mit sich bringt. Dank grenzenlosem Datenzugriff optimieren Pharmaunternehmen die Entwicklung und Vermarktung von Arzneimitteln. Kostenträger und Anbieter im Gesundheitswesen sorgen über einen sichereren und nahtloseren Austausch von Patientendaten wiederum für bessere Ergebnisse bei Patienten. Gleichzeitig ermöglichen Vertriebspartner Echtzeit-Einblicke, wodurch Störungen in der Lieferkette minimiert werden.

Unternehmen aus den Bereichen Gesundheitswesen und Life Sciences haben zwar eigene umfassende Informationen zu Patienten, Rezepten und Ergebnissen, nutzen aber immer häufiger Third-Party-Daten, um zusätzliche Einblicke zur Verbesserung klinischer Studien und des ROI für Marketingmaßnahmen zu erhalten. Das Problem: Es muss zeitnah und kosteneffizient auf diese Daten zugegriffen werden können, und gleichzeitig müssen Branchenvorschriften zur Data Governance und zum Datenschutz – wie beispielsweise der HIPAA – eingehalten werden. Unternehmen im Gesundheitswesen erstellen und verwalten häufig Dutzende, wenn nicht Hunderte von Datenpipelines und haben es mit vielen unterschiedlichen Datenformaten zu tun. Dies kann dazu führen, dass ihre Datenspezialisten einen Großteil ihrer Zeit mit der Bearbeitung von Daten verbringen, was relativ geringen Mehrwert bringt. Komplexe Erfassungsprozesse können auch zu einer schlechteren Datenqualität und einer hohen Fehlerquote führen.

Third-Party-Daten werden von Einzelpersonen, Unternehmen und IoT-Sensoren generiert, stammen somit von vielen unterschiedlichen Quellen und gehören zu den unterschiedlichsten Kategorien, darunter u. a.:

- **Verbraucher** (demografische Daten, psychographische Daten, Daten zur Verbraucherstimmung)
- **Gesundheit** (genomische Annotation, Rezepte, Raucherprävalenz, Lebenserwartung)
- **Point-of-Sale** (online, im Geschäft)
- **Mobilität** (Standort, Kundenfrequenz im Geschäft, Trends im Rahmen der Coronakrise)
- **Online-Verhalten** (Suchanfragen, soziale Medien, App-Nutzung, Datenverkehr)
- **Medien/Werbung** (Konsum, Messung, Zuschauerschaft)
- **Ereignisse** (Satelliten- und Wetterdaten, Erkennung von Ereignissen)

Durch die Kombination dieser Drittanbieter-Datasets mit ihren eigenen Daten können Unternehmen aus den Bereichen Gesundheitswesen und Life Sciences die Genauigkeit klinischer Studien verbessern und eine 360°-Kundenansicht erstellen, um Inhalte und Angebote zu personalisieren und das Anzeigen-Targeting zu verbessern.



ZWEI MÖGLICHKEITEN, DAS VERBORGENE POTENZIAL IN IHREN DATEN ZU NUTZEN

Die Vorteile von externen Datenanbieterdaten liegen zwar auf der Hand, allerdings können Unternehmen aus den Bereichen Gesundheitswesen und Life Sciences zusätzlichen Mehrwert aus externen Daten herausholen, wenn sie diese in First-Party-Daten und -Analysen einbinden.

Nachfolgend finden Sie zwei Beispiele dafür, wie Third-Party-Daten in Kombination mit First-Party-Datasets klinische Studien optimieren und die Ergebnisse von Marketingkampagnen verbessern können.

EFFIZIENTERE KLINISCHE STUDIEN

Indem sie genomische Annotationsdaten, reale Daten von Plattformen wie IQVIA und Compile und andere Drittanbieter-Datasets nutzen, können Pharmaunternehmen ihre klinischen Studien effizienter gestalten und die üblichen Markteinführungszeiten für neue Arzneimittel verkürzen.

Anhand von Third-Party-Daten können Störvariablen in einer klinischen Studie ermittelt werden, z. B. hohe COVID-19-Übertragungsraten, die dazu führen, dass mehr Teilnehmer erkranken und Fieber bekommen (was jedoch nicht als Folge des eingenommenen Arzneimittels eintritt). Arzneimittelhersteller können epidemiologische COVID-19-Daten abrufen und sie mit den Daten in Einklang bringen, die sie im Rahmen der Studie gesammelt haben, z. B. die tägliche durchschnittliche Körpertemperatur, bei der hohe COVID-Raten die Ergebnisse verzerren können. An dieser Stelle können sie COVID-19-Tests in betroffenen Bundesländern oder

Regionen durchführen, um ausschließen zu können, dass das Coronavirus ihre Beobachtungen beeinflusst.

PATIENTENDATEN FÜR EINE 360°-ANSICHT VON PATIENTEN ERGÄNZEN

Durch die Nutzung von demografischen Third-Party-Daten, Daten zu Lebensereignissen, Kaufdaten und Browserdaten können Unternehmen aus den Bereichen Gesundheitswesen und Life Sciences Kundeninformationen ergänzen, die bereits in ihren Datenbanken gespeichert sind, und erhalten so eine echte 360°-Ansicht von Patienten/Kunden. Anschließend können sie ihre Segmentierungs- und Targeting-Strategien optimieren, damit Patienten, Mitgliedern und Kunden eher Inhalte und Angebote angezeigt werden, die wirklich relevant für sie sind. Dadurch setzen Unternehmen ihre Marketingausgaben effizienter ein.

So können Kostenträger wertbasierte Gesundheitsmanagementinitiativen für Risikomitglieder fördern, indem sie sicherstellen, dass die richtige Zielgruppe Informationen über angebotene Behandlungspläne und Dienstleistungen erhält. Dies kann bei der Behandlung chronischer Krankheiten wie beispielsweise Diabetes und Herzerkrankungen hilfreich sein. Patienten erhalten nämlich in jeder Phase ihrer gesundheitlichen Entwicklung relevante Informationen über von den Kostenträgern finanzierte Wellnessprogramme und Leistungsangebote.



HERAUSFORDERUNGEN BEI DER BESCHAFFUNG VON THIRD-PARTY-DATEN

Zwar gibt es gute Gründe, die für die Beschaffung von Third-Party-Daten sprechen, allerdings zeichnen sich die hierfür eingesetzten älteren Praktiken vor allem durch Ineffizienz aus. Viele Unternehmen aus den Bereichen Gesundheitswesen und Life Sciences stehen vor zwei bedeutenden Herausforderungen:

- **Traditionelle Methoden für den Zugriff auf externe Daten sind mit einem hohen Zeit- und Kostenaufwand verbunden.**
- **Ältere Datenaustauschmethoden sind fehleranfällig und unsicher.**

Die Beschaffung von Daten aus traditionellen Data Marketplaces kann durchaus eine Herausforderung darstellen. Wie wählen Sie aus den zahlreichen Data Marketplaces den richtigen aus? Wie können Sie loslegen? Wie können Sie feststellen, welche Anbieter zuverlässig sind, welche Daten am nützlichsten sein werden und welchen Mehrwert jedes Dataset tatsächlich bietet?

Diese Fragen verweisen auf die Kosten, die Zeit und den Aufwand, die mit der Suche und Auswahl der am besten geeigneten Third-Party-Daten verbunden sind. Letztendlich liegt das Problem in der Skalierbarkeit. Es gibt keinen effizienten Prozess, um jeden Anbieter zu kontaktieren, seine Daten auszuwerten und die Daten zu erwerben.

Organisationen geben hohe Summen dafür aus, Teams zu besetzen, die diese zeitaufwendige Aufgabe dann durchführen. Einige Organisationen lassen zu, dass sich ihre Datenspezialisten durch den Datenerfassungsprozess kämpfen. Dadurch beschäftigen sich teure Ressourcen

jedoch nicht mit ihrer eigentlichen Aufgabe: dem Aufbau von Datenmodellen. Andere Organisationen setzen auf Datenaggregatoren und -broker, wenn leichtere Data Marketplace-Transaktionen ermöglicht werden sollen. Diese Lösung hat zwar ihre Vorteile, bietet aber keine Antwort auf die Herausforderungen, die mit traditionellen Dateiaustauschmethoden verbunden sind.

Anbieter setzen bei der Übertragung von Daten auch weiterhin auf FTP, APIs und andere Technologien zum Herunterladen von Dateien. Dafür müssen sie Dateien oft kopieren. Zudem ist ein hoher technischer Aufwand erforderlich, um Daten zu extrahieren, zu transformieren und zu laden (ETL). Sogar APIs stellen eher eine Belastung dar, da Entwickler mehrere APIs von unterschiedlichen Datenanbietern pflegen und Probleme darin beheben müssen. Außerdem weist jede API unterschiedliche Sicherheits- und Authentifizierungsmethoden auf, was die Sicherheitsteams einer Organisation belastet und potenzielle Risiken birgt. APIs sind beim Empfang großer Datenmengen zudem nicht effizient.

Die größte Herausforderung bei diesen Datenfreigabe-Methoden ist jedoch, dass sie als Ergebnis alte Datenkopien

liefern, bei denen eine sichere Governance nahezu unmöglich ist. Manuelle Übertragungsmaßnahmen sind anfällig für Fehler und für Organisationen entstehen dann möglicherweise Sicherheits- und Compliance-Probleme. Am schlimmsten ist jedoch, dass diese Organisationen dann fragwürdige Daten erhalten, die zu mangelhaften Analysen führen.

Insgesamt stellt sich im Zusammenhang mit diesen Herausforderungen die folgende Frage: Wie können Sie externe Daten in großem Umfang nutzen, ohne Zeit, Geld und Ressourcen zu vergeuden und ohne Kompromisse in Sachen Sicherheit und Compliance eingehen zu müssen?



DIE DATA CLOUD LÖST PROBLEME DER TRADITIONELLEN DATENFREIGABE

Wenn Organisationen die Zeit minimieren könnten, die für den Aufbau und die Verwaltung von Ad-hoc-Methoden zum Data Sharing aufgewendet wird, könnten mehr Ressourcen zur Extrahierung wertvoller Informationen aus diesen Daten zugewiesen werden. Allerdings müssen die zahlreichen durch traditionelle Data Marketplaces und ältere Datenfreigabe-Methoden verursachten Hindernisse beseitigt werden, damit Organisationen Datenquellen einfach ermitteln und auswerten und externe Daten mit internen Daten kombinieren können, um schnelle Analysen durchzuführen.

Die Snowflake Data Cloud ist die moderne Antwort für Daten. Über die Multi-Cluster-basierte Shared-Data-Architektur zentralisiert die Plattform von Snowflake Daten an einem zentralen, sicheren Ort in der Data Cloud. Diese ist das Netzwerk, das Kunden, Partner, Datenanbieter und Datendienstleister von Snowflake über öffentliche Cloud-Anbieter und Regionen hinweg verbindet. Das Ergebnis: Hindernisse, die bei der traditionellen Datenfreigabe entstehen, werden beseitigt und Datensilos entfernt. Organisationen profitieren von umgehendem Zugriff auf sichere und verwaltete Daten, die innerhalb von und zwischen Organisationen geteilt werden können.

Snowflake basiert nämlich auf Snowgrid: Mit einzigartiger Technologie werden Regionen und Clouds global vernetzt und auf diese Weise wird eine sichere und geregelte Datenfreigabe ermöglicht.

Mit Snowgrid profitieren Sie von Snowflake Secure Data Sharing-Funktionen zum Teilen und Zugreifen auf abfragebereite Livedaten – und das cloud- und regionsübergreifend, ohne ETL-Prozesse oder APIs. Alle Personen, denen der Zugriff auf ein Dataset gewährt wurde, verweisen einfach kontrolliert und sicher auf diese Daten, ohne dass diese in ihren Besitz übergehen. Das bedeutet, dass der Datenzugriff widerrufen werden kann, damit Sie Vorschriften wie die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) besser einhalten können. Da alle Änderungen an den Daten an einer einzelnen Version erfolgen, bleiben die Daten für alle Datennutzer mit entsprechendem Zugriff aktuell und es gibt nur wenige Latenz- oder Parallelitätsprobleme.

Wenn First-, Second- und Third-Party-Daten in der Data Cloud vereint sind, können geteilte Daten umgehend mit vorhandenen Daten kombiniert werden, um schnellere Analysen zu ermöglichen. Daten stehen in einem abfragebereiten Format zur Verfügung. Eine Replikation, Transformation oder Verarbeitung ist nicht erforderlich. Verzögerungen bei Datenanalysen gehören somit der Vergangenheit an.

Dank der cloudunabhängigen Architektur von Snowflake profitieren Organisationen von nahtlosem und sofortigem Zugriff auf geteilte Daten. Dabei spielen die Cloud-Infrastruktur, der Cloud-Anbieter (AWS, Azure oder die Google Cloud Platform) oder die unterstützte Region keine Rolle.

SNOWFLAKE DATA MARKETPLACE: AUF BASIS VON SNOWGRID

Snowgrid von Snowflake ist die technologische Grundlage für einen neuen und modernen Data Marketplace.

Datennutzer haben Zugriff auf abfragebereite Drittanbieter-Livedaten und Datendienste im Snowflake Data Marketplace. Statt Zeit mit der Suche nach Anbietern und dem Herunterladen alter Daten zu vergeuden, können Verbraucher mit Snowflake externe Livedaten ganz einfach sicher, regelkonform und reibungslos ermitteln, auswerten und darauf zugreifen.

Da die Datentransformation wegfällt, können Sie schnell und nahtlos externe Daten in Ihre bestehenden Daten integrieren. Sie können außerdem sofort mit der Datenanalyse loslegen.

Darüber hinaus haben Sie die Möglichkeit, Ihre eigene Datenqualität mit Anreicherungsdiensten zu verbessern, ohne die üblichen Schritte des Kopierens und Transformierens von Daten durchlaufen zu müssen. Diese sind zeitaufwendig und können Herausforderungen beim Thema Sicherheit und Compliance darstellen. Stattdessen können Sie Segmente Ihrer Daten zwecks Anreicherung und Augmentierung über den Snowflake Data Marketplace mit dem Datenanbieter teilen. Die angereicherten Daten werden dann wieder sicher direkt an Ihr Snowflake-Konto übermittelt.

Unabhängig davon, ob Sie Datasets anhand von externen Daten ergänzen, um bessere Geschäftsanalysen zu erzielen, oder KI/ML-Modelle für Data Science damit trainieren, sprechen die Vorteile des Snowflake Data Marketplace für sich.

- **Leichte Ermittlung:** Nutzen Sie einen einzigen Ort für den Zugriff auf viele unterschiedliche Datasets, die abgefragt, mit internen Daten verbunden, bei der Datenmodellierung eingesetzt oder zu BI-Tools hinzugefügt werden können – und das alles ganz schnell und einfach.
- **Aktuelle Livedaten:** Machen Sie sich keine Gedanken mehr über veraltete Daten. Alle Aktualisierungen des Datendrittanbieters werden sofort in ihren Datasets angezeigt, ohne dass ein manuelles Eingreifen oder Planen erforderlich ist.
- **Reduzierte Kosten:** Beseitigen Sie unnötige Datenanalysekosten im Zusammenhang mit dem Laden und Transformieren von Daten sowie der Integration und Verwaltung von APIs. Da Daten im Allgemeinen nicht verschoben werden (es wird nur auf sie zugegriffen), zahlen Sie auch nicht für die Speicherung der Third-Party-Daten.
- **Personalisierung:** Fordern Sie personalisierte, sichere Datenfeeds von Datenanbietern an, die individuell auf Ihre spezifischen Datenanforderungen angepasst sind.
- **Angereicherte interne Daten:** Nutzen Sie Anreicherungsdienste, um die Qualität Ihrer eigenen Daten zu verbessern, indem Sie Segmente Ihrer Daten sicher mit Anbietern teilen.
- **Globaler Zugriff:** Sie erhalten schnellen Zugriff auf Third-Party-Daten über mehrere große Cloud-Anbieter.

WERDEN AUCH SIE ZUM SELBSTBESTIMMTEN DATA CONSUMER

Der Snowflake Data Marketplace bietet Ihnen die Möglichkeit, sicher auf Daten von Drittanbieterquellen zuzugreifen und diese Daten zu kombinieren. Dadurch können die Genauigkeit klinischer Studien und Kampagnenergebnisse verbessert werden, wenn neue Arzneimittel oder medizinische Produkte auf dem Markt eingeführt werden.

Überzeugen Sie sich selbst davon, welchen Unterschied der Snowflake Data Marketplace macht. Auf snowflake.com/data-marketplace können Sie sich für einen kostenlosen Testzeitraum anmelden. Hier finden Sie genomische Annotationsdaten, anonymisierte Rezeptdaten sowie Daten zu Anträgen auf Erstattung von Krankheitskosten, Daten zur Coronakrise, Daten zu Gesundheitsausgaben und mehr. Sie können dann umgehend Abfragen in diesen Datasets ausführen.

Eigentlich bleibt nur noch eine Frage übrig: Möchten Sie zusätzlichen Mehrwert aus Ihren First-Party-Daten schöpfen?





ÜBER SNOWFLAKE

Die Snowflake Data Cloud bietet jedem Unternehmen die Möglichkeit, seine Daten zu mobilisieren. Mithilfe der Data Cloud können Kunden Datensilos zusammenführen, Daten entdecken und sicher freigeben, Datenapplikationen unterstützen sowie verschiedene KI/ML- und analytische Workloads ausführen. Wo auch immer sich Daten oder Benutzer befinden, Snowflake bietet eine einheitliche Datenlösung, die sich über mehrere Clouds und geografische Regionen erstreckt. Tausende von Kunden in zahlreichen Branchen nutzen die Snowflake Data Cloud und bringen so ihre Unternehmen voran. Darunter fallen auch 590 Unternehmen der Forbes Global 2000 (G2K) aus dem Jahr 2022 (Stand: 30. April 2023).

Erfahren Sie mehr unter [snowflake.com](https://www.snowflake.com).



©2021 Snowflake Inc. Alle Rechte vorbehalten. Snowflake, das Logo von Snowflake und alle sonstigen hier erwähnten Namen von Produkten, Funktionen und Services von Snowflake sind eingetragene Marken oder Marken von Snowflake Inc. in den USA und anderen Ländern. Alle anderen erwähnten oder verwendeten Markennamen oder Logos dienen ausschließlich der Identifikation und können die Marken ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Snowflake darf nicht mit diesen Eigentümern in Verbindung gebracht oder von diesen unterstützt oder gefördert werden.