

Adobe

แนวทาง 4 ขั้นตอนในการใช้ ประโยชน์จากพลังของการ ค้า เพื่อการดูแลสุขภาพและ ชีววิทยาศาสตร์

Adobe Commerce ช่วยองค์กรด้านการดูแลสุขภาพในการเติม
เต็มข้อมูลและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้ป่วย



ผู้ป่วยในปัจจุบันกำลังหมดความอดทนกับประสบการณ์การดูแลสุขภาพแบบเดิม โดยต้องการความสะดวกและความเฉพาะตัวเหมือนกับการช้อปปิ้งสินค้าปลีก [ในการสำรวจผู้บริโภคมากกว่า 1,000 คน](#) 44% หวังว่าผู้ให้บริการด้านการดูแลสุขภาพจะติดต่อตนในเวลาที่เหมาะสมและบริบทที่ถูกต้อง ในที่คล้ายกันโดย [Adobe](#) 66% กล่าวว่าตนต้องการการแจ้งเตือนทางข้อความหรืออีเมลเกี่ยวกับยาหรือการนัดหมายและอีก 52% กล่าวว่าตนต้องการอีเมลส่วนบุคคลเกี่ยวกับความเหมาะสมต่อโปรแกรมการรักษา

สำหรับองค์กรด้านการดูแลสุขภาพ การมอบประสบการณ์การดูแลสุขภาพสูงนั้นพุดง่ายกว่าทำจริง เทคโนโลยีการค้าและประสบการณ์ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับการออกแบบมาสำหรับอุตสาหกรรมค้าปลีกและอุตสาหกรรมอื่นๆ และไม่ได้ปกป้องข้อมูลสุขภาพส่วนบุคคลตาม Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA) และกฎหมายความเป็นส่วนตัวอื่นๆ ด้วยเหตุนี้ องค์กรด้านการดูแลสุขภาพหลายแห่งจึงต้องพึ่งพาทีมไอทีหรือนักพัฒนาเพื่อสร้างมาตรการป้องกันความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูลที่ซับซ้อน และบางครั้งก็มีค่าใช้จ่ายสูงเพื่อปฏิบัติตามกฎระเบียบของ HIPAA

แพลตฟอร์มการค้าบางอย่างได้รับการออกแบบมาเพื่อช่วยให้องค์กรปฏิบัติตามกฎหมาย HIPAA นอกเหนือจากการขายสินค้าที่ไม่ต้องสั่งโดยแพทย์ เช่น เหล็กตัดฟันและไม่เท้าแล้ว ยังช่วยให้องค์กรด้านการดูแลสุขภาพสามารถนำเสนอแหล่งข้อมูลทางการศึกษา การแจ้งเตือนนัดหมาย และเนื้อหาส่งเสริมสุขภาพที่คล้ายกันได้ง่ายขึ้น แพลตฟอร์มนี้ช่วยให้องค์กรด้านการดูแลสุขภาพรวบรวมข้อมูล first-party ที่ผู้ป่วยเต็มใจให้ เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ด้านการดูแลสุขภาพของตน

อีบุ๊กเล่มนี้สำรวจความท้าทายและใช้ use cases เกี่ยวกับ digital transformation ด้านการดูแลสุขภาพ นอกจากนี้คุณยังจะได้พบกับสี่กลยุทธ์ในการใช้โซลูชันการค้าเพื่อให้ผู้ป่วยได้รับประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น

ข้อมูลลูกค้าที่ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของ HIPAA

องค์กรด้านการดูแลสุขภาพไม่สามารถมอบประสบการณ์ดิจิทัลเฉพาะบุคคลได้หากไม่มีข้อมูลลูกค้าที่ถูกต้อง แต่เพื่อปกป้องผู้ป่วยและผู้บริโภคด้านการดูแลสุขภาพอื่นๆ องค์กรต้องแน่ใจว่าการเก็บข้อมูลนี้จะดำเนินการตามแนวทางของ HIPAA ตลอดจนกฎหมายความเป็นส่วนตัวทั่วไปจำนวนมาก

มีเทคโนโลยีประสบการณ์ดิจิทัลที่น้อยมากในปัจจุบันที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อช่วยให้องค์กรด้านการดูแลสุขภาพจัดการกับความท้าทายด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบเหล่านี้ ด้วยเหตุนี้ องค์กรด้านการดูแลสุขภาพจึงเลือกระหว่างโปรเจกต์การปรับแต่งที่มีค่าใช้จ่ายสูงหรือทีมไอทีขนาดใหญ่เพื่อสร้างและบำรุงรักษาเครื่องมือเฉพาะของตนเอง หลายองค์กรเลือกใช้อย่างหลังและอาจบรรลุการปฏิบัติตามข้อกำหนดของ HIPAA แต่ด้วยประสบการณ์ดิจิทัลแบบแยกส่วนที่นี้กลับยากต่อการรักษาและพัฒนา

องค์กรด้านการดูแลสุขภาพสามารถใช้ประโยชน์จากพลังของการค้าได้อย่างไร

องค์กรด้านการดูแลสุขภาพมักเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มุ่งเน้นไปที่ผู้ป่วยมากกว่าการขาย ทำให้ใช้เทคโนโลยีการค้าได้ช้า แต่โซลูชันการค้าที่พร้อมสำหรับ HIPAA สามารถขับเคลื่อนประสบการณ์การดูแลสุขภาพเฉพาะบุคคลที่ให้ความสำคัญกับความต้องการของผู้ป่วยเป็นอันดับแรกได้ ด้วยเนื้อหาที่เชิงให้ความรู้ที่ดีขึ้นและเครื่องมือแบบ self-service อันทรงประสิทธิภาพเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการได้เร็วขึ้น



เนื้อหาเชิงให้ความรู้

การดูแลสุขภาพมาพร้อมกับคำถามมากมาย เทคโนโลยีการค้าช่วยให้ผู้ป่วยค้นหาวิดีโอ บทความ และเนื้อหาดิจิทัลอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในเชิงรุก เช่น นักวิ่งที่ซื้ออุปกรณ์พยางค์เข้าเพื่อการดูแลเชิงป้องกัน

- **ก่อนใช้เทคโนโลยีการค้า:**ผู้ป่วยค้นหาวีธีใช้เครื่อง CPAP, EpiPens หรือเครื่องวัดความดันโลหิตและอาจไม่พบข้อมูลที่ต้องการ
- **เมื่อใช้เทคโนโลยีการค้า:**คุณนำเสนอบทแนะนำ ชั้นเรียน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามการดำเนินการและการทำธุรกรรมที่ผู้ป่วยของคุณได้ทำ



การซื้อตามใบสั่งยา

เมื่อผู้ป่วยต้องการใบสั่งยา อาจเกิดความสับสนและอาจต้องโทรหลายครั้งเพื่อหาคำตอบว่าจะไปซื้อยาได้ที่ไหนและเมื่อใด โซลูชันการค้าช่วยให้ผู้ป่วยจ่ายค่าใบสั่งยาทางออนไลน์ได้ง่ายขึ้น

- **ก่อนใช้เทคโนโลยีการค้า:**ผู้ป่วยติดต่อบุคคลที่ควรโทรหาก่อน เช่น ผู้ให้บริการหรือร้านขายยา เพื่อพิจารณาว่าใบสั่งยาของตนอยู่ที่ไหนและจะรับได้อย่างไร
- **เมื่อใช้เทคโนโลยีการค้า:**ผู้ป่วยสามารถสั่งซื้อยาได้ตามปกติและง่ายดายจากบัญชีของตน บันทึกข้อมูลใบสั่งยา และได้รับยาที่บ้านประตูบ้านของตน



การวิจัยที่ไร้รอยต่อ

การค้นหาแพทย์ แผนสุขภาพ หรือโรงพยาบาลที่เหมาะสมในองค์กรดูแลสุขภาพขนาดใหญ่สามารถสร้างความสับสนให้กับผู้ป่วยได้ โซลูชันการคำที่มีระบบการค้นหาอัจฉริยะช่วยให้ผู้ป่วยค้นหาสิ่งที่ต้องการได้ง่ายขึ้น

- **ก่อนใช้เทคโนโลยีการค้า:** ข้อมูลนี้กระจัดกระจายและไม่น่าสนใจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของคุณ
- **เมื่อใช้เทคโนโลยีการค้า:** คุณเขียนประสบการณ์ออนไลน์ที่กำหนดเองและเชื่อมโยงกันในช่องทางต่างๆ ที่ช่วยให้ผู้ป่วยค้นหาสิ่งที่ต้องการได้เร็วขึ้นและซื้อแผนสุขภาพได้อย่างปลอดภัย



แนวทางเฉพาะบุคคลสำหรับชั้นเรียน

ชั้นเรียนออนไลน์แบบตัวต่อตัวเป็นส่วนสำคัญของการมีปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคด้านการดูแลสุขภาพ โซลูชันการคำช่วยอำนวยความสะดวกในชั้นเรียนหรือการลงทะเบียนโปรแกรม การเข้าร่วม และการมีส่วนร่วม

- **ก่อนใช้เทคโนโลยีการค้า:** ผู้บริโภคต้องสลับช่องทางไปมาอย่างไม่สะดวกเพื่อค้นหาชั้นเรียน ไปยังชั้นเรียน และรับการดูแลหลังจากนั้น
- **เมื่อใช้เทคโนโลยีการค้า:** คุณใช้ข้อมูลการค้า ประวัติการสั่งซื้อ และธุรกรรมอื่นๆ เพื่อส่งมอบข้อมูลชั้นเรียนเฉพาะบุคคล การแจ้งเตือนแบบพุชเพื่อส่งตารางเรียนก่อนคลอปิดไปยังผู้ป่วยที่ตั้งครรภ์ใหม่เป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งเท่านั้น



การกำหนดค่าอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ดีขึ้น

อุปกรณ์ทางการแพทย์มักเกี่ยวข้องกับการกำหนดค่าที่ซับซ้อนด้วยข้อกำหนดต่างๆ บริษัทที่จัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์จะต้องจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่างๆ ในนามของคลินิก โรงพยาบาล และผู้ป่วย เพื่อให้สามารถประกอบในสถานที่ได้อย่างง่ายดาย

- **ก่อนใช้เทคโนโลยีการค้า:** การจัดการความซับซ้อนของกระบวนการกำหนดค่าอุปกรณ์เป็นเรื่องที่ท้าทาย น่าหงุดหงิด และใช้เวลานาน
- **เมื่อใช้เทคโนโลยีการค้า:** ซัพพลายเออร์มอบประสบการณ์ B2B ที่ดีขึ้นในขณะที่ผู้ให้บริการมีวิธีที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการได้รับอุปกรณ์ทางการแพทย์



อุปกรณ์สวมใส่ที่สอดคล้องกับ HIPAA

แพทย์อาจแนะนำให้ใช้นาฬิกาที่ตรวจสอบข้อมูล เช่น ขั้นตอน การเต้นของหัวใจ และแคลอรี กล่าวอีกนัยหนึ่งคือข้อมูลที่อยู่ภายใต้กฎระเบียบของ HIPAA จากข้อมูลของ Software Advice นั้น [91% ของผู้ป่วย](#) มีความสนใจในการให้ข้อมูลจากอุปกรณ์ติดตามสุขภาพส่วนบุคคลของตนแก่แพทย์

- **ก่อนใช้เทคโนโลยีการค้า:** ผู้ให้บริการประสบปัญหาในการถ่ายทอดคำแนะนำเฉพาะบุคคลเกี่ยวกับวิธีการใช้อุปกรณ์สวมใส่ และแสดงความคืบหน้าอย่างปลอดภัยในพอร์ทัลผู้ป่วย ลูกค้าประสบปัญหาในการยกระดับประสบการณ์การใช้งานอุปกรณ์สวมใส่ทางออนไลน์
- **เมื่อใช้เทคโนโลยีการค้า:** ผู้ให้บริการปกป้องข้อมูลของลูกค้าโดยใช้เครื่องมือที่พร้อมสำหรับ HIPAA เมื่อแสดงความคืบหน้าของผู้ป่วยและในขณะที่น่าเสนอคำแนะนำเฉพาะบุคคล ลูกค้าต่ออายุการสมัครสมาชิกอุปกรณ์สวมใส่ ซีอีโอเจอร์เสริม และอื่นๆ อีกมากมาย

มุ่งเน้นที่ผู้ป่วยด้วยข้อมูล first-party

องค์กรด้านการดูแลสุขภาพได้รับข้อมูลจำนวนมากมายเมื่อผู้ป่วยเข้ารับบริการดูแลสุขภาพ ตั้งแต่การทำธุรกรรมไปจนถึงการนัดหมาย ข้อมูลที่ผู้ป่วยเต็มใจให้มาจากแหล่งข้อมูลทุกประเภท องค์กรจำเป็นต้องเข้าใจข้อมูลนี้เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถใช้ประโยชน์สูงสุดจากการดูแลสุขภาพของตน Adobe Commerce ช่วยให้องค์กรต่างๆ รวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์และใช้เพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคลสำหรับผู้ป่วย และยกระดับการดูแลที่เพียงผู้ป่วยสู่ขั้นดิจิทัล

4 ขั้นตอนในการเริ่มต้นใช้งาน Adobe Commerce

Adobe Commerce เป็นหนึ่งในโซลูชันการค้าที่พร้อมสำหรับ HIPAA รายแรกในตลาด โดยช่วยคุณสร้างความสัมพันธ์ที่มีความหมายกับผู้ป่วยและลูกค้าตลอดกระบวนการตัดสินใจซื้อ ทำตาม 4 ขั้นตอนต่อไปนี้เพื่อเริ่มต้นใช้งาน



ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบทักษะพอยต์

ตรวจสอบว่าผู้ป่วยและผู้มีโอกาเป็นลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับช่องทางดิจิทัลและช่องทางส่วนตัวของคุณอย่างไร สํารวจว่าข้อมูลจากการโต้ตอบเหล่านั้นได้รับการบันทึกและใช้ในชุดเครื่องมือการตลาดของคุณอย่างไร และมีการผสานการทำงานกับเครื่องมือทั้งหมดที่องค์กรของคุณใช้หรือไม่ เกิดภาวะไซโลหรือคุณแชร์ข้อมูลได้อย่างอิสระจากแพลตฟอร์มสู่แพลตฟอร์มและทีมผู้ทีมหรือไม่ หากไม่ใช่ คุณอาจต้องตรวจสอบเพิ่มเติมว่าคุณผสานรวมข้อมูล first-party และเชื่อมต่อเครื่องมือที่คุณใช้ในการจัดการอย่างไร

ขั้นตอนที่ 2 ค้นหาและผสานรวมกับโซลูชันการค้ำที่เหมาะสมสำหรับการดูแลสุขภาพ

คุณทราบแล้วว่าข้อมูลของคุณมาจากไหน ตอนนี้มาดูกันว่าแพลตฟอร์มใดช่วยคุณได้บ้าง

- จำกัดความเสี่ยงเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลด้วยความสามารถที่พร้อมสำหรับ HIPAA
- เชื่อมต่อกับโซลูชันอื่นๆ ที่องค์กรของคุณใช้อยู่แล้วและชื่นชอบ
- ลดค่าใช้จ่ายในการผสานการทำงาน
- รองรับ digital transformation

เมื่อได้รับการสนับสนุนสำหรับโซลูชันที่เหมาะสม ผู้มีอำนาจตัดสินใจด้านการดูแลสุขภาพต้องการทราบว่า จะไม่ทำให้เสี่ยงต่อการไม่ปฏิบัติตาม เป็นประโยชน์ต่อโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ และไม่มีค่าใช้จ่ายสูงในการผสานการทำงานหรือไม่ Adobe Commerce ผสานการทำงานกับโซลูชันของ Adobe Experience Cloud เพื่อรองรับ digital transformation เพื่อให้คุณก้าวล้ำไปมากขึ้นพร้อมๆ กับการรักษาความเป็นส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 3 จัดการการค้ำ เนื้อหา และความต้องการทางการตลาดอื่นๆ ของคุณอย่างครอบคลุม

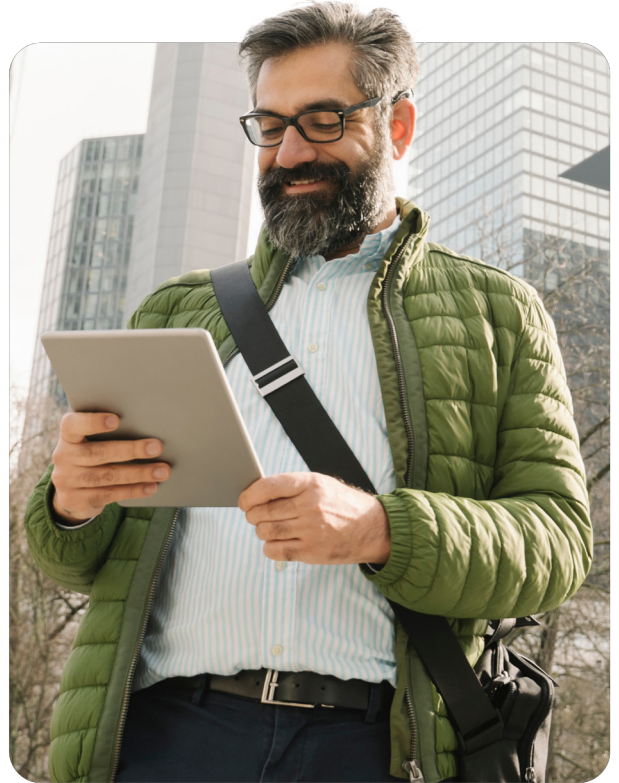
Adobe Commerce ผสานการทำงานกับ Adobe Experience Cloud อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงโซลูชันที่ใช้ของ Adobe อีกรวมหลายคุณจะสามารถแชร์ข้อมูลของคุณและเชื่อมโยงไปยังสถานที่อื่นๆ เพื่อให้ผู้ป่วยและสมาชิกได้รับประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น ไม่จำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากเครื่องมือแยกต่างหากเพียงเพื่อให้ได้มุมมองเกี่ยวกับผู้ป่วยที่ไม่สมบูรณ์และไม่สามารถใช้งานได้

ขั้นตอนที่ 4 ใช้ข้อมูลการค้ำอย่างชาญฉลาดยิ่งขึ้น

การใช้กลยุทธ์เกี่ยวกับวิธีที่คุณใช้ข้อมูล first-party จะง่ายขึ้นด้วย Adobe Commerce เมื่อผู้ป่วยของคุณลงทะเบียนเรียนหรือซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์เป็นประจำ ก็จะเต็มใจให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่คุณสามารถใช้สร้างการมีส่วนร่วมได้ในภายหลัง การใช้ Adobe Commerce เป็นกลไกในการรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมและเสริมสร้างประสบการณ์ผู้ป่วยทำให้มั่นใจได้ถึงความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับผู้ป่วย

มอบประสบการณ์ด้านการ ดูแลสุขภาพที่ผู้บริโภครอค หวัง

ฟีเจอร์สำคัญใน Adobe Commerce เช่น การ
แจ้งเตือนเฉพาะบุคคล การค้นหาที่ขับเคลื่อน
ด้วย AI และการค้าแบบ composable ช่วย
ให้องค์กรสามารถให้การดูแลในลักษณะที่
สอดคล้องกับ HIPAA, เข้าถึงผู้ป่วยโดยอาศัย
การมีส่วนร่วมที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล first-
party ซึ่งพวกเขาเป็นผู้ควบคุมได้เอง คุณจึง
สามารถมอบประสบการณ์การดูแลสุขภาพ
ออนไลน์ที่มีคุณค่าไปพร้อมกับการช่วยผู้ป่วย
เสริมสร้างประสบการณ์อันล้ำค่า นั่นก็คือ
สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีนั่นเอง สุขภาวะที่ดี



[ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)

Adobe

Adobe, the Adobe logo, are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2025 Adobe. All rights reserved.