

Долгосрочная стратегия в построении внешней службы

**Картина прошлого, наброски настоящего
и зарисовки будущего...**

Алексей Копьёв

Заместитель главы представительства

**Орион Корпорейшн
ОРИОН ФАРМА**

Эволюция медицинского представителя. 199X.



Рынок

Отсутствует

Представитель

Неопытный врач

Компания инвестирует в развитие

Врач

Новый источник информации

Лучшее лекарство зарубежное

Эволюция медицинского представителя. 200X.



Рынок

Развивается и растет.

Определены игроки рынка.

Набор персонала на перспективу

Представитель

Врач

Опытный сотрудник

Амбициозен

Переборчив в выборе работодателя.

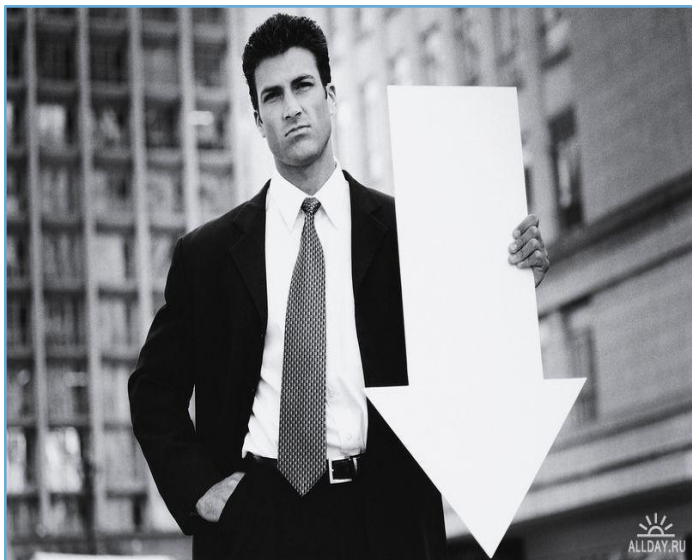
Врач

Фильтрует представителей, информацию

Переборчив в выборе лечения

Разбалован представителями

Эволюция медицинского представителя. 201X.



Рынок

Стагнирует.

Зарегулированность рынка

Сокращение штатов компаний

Снижение покупательной способности

Представитель

Продавец!!!

Химики, студенты, медсестры и т.д.

Отток специалистов из фармы

Демотивированы результатом.

Врач

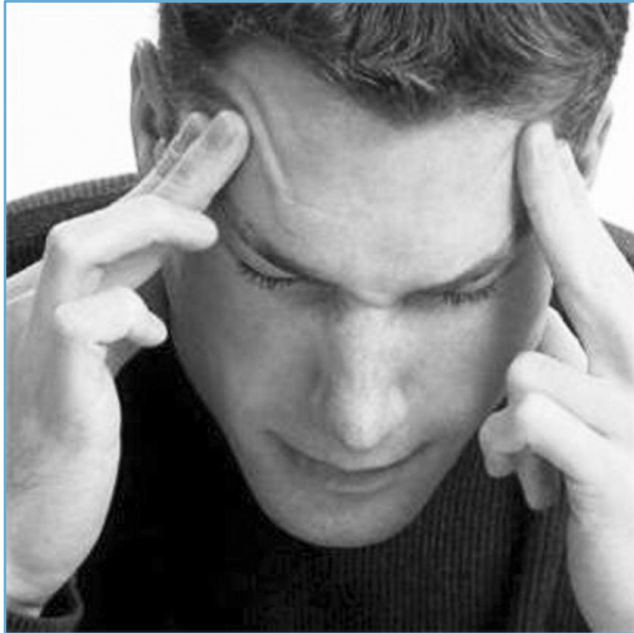
Оккупация медпредставителями

Снижается восприятие полученной информации

Низкий уровень предоставляемой информации

Снижение уровня мотиваций фармкомпаниями

Головная боль медпредставителя



- Достижение результата требует сверх усилий
- Снижение покупательной способности
- Отсутствие реимбурсации
- Рынок становится более генерическим
- Финансирование низкостоимостных продуктов
- Запреты на визиты медпредставителей
- Сокращения

ЧТО БУДЕТ?



- Регулирование рынка будет только усиливаться
- Оптимизация размеров внешних служб неизбежна
- Низкостоимостный рынок небрендированных генериков
- Изменится подход в формировании портфелей продуктов от продуктов mass market в сторону specific targeted
- Изменится подход в формировании целевой аудитории от общего к частному.
- Новые инновационные пути передачи информации

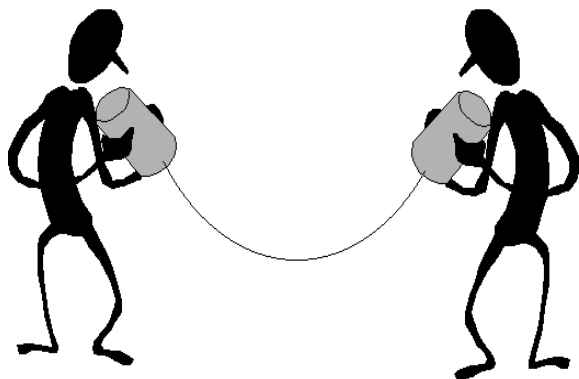
Что же дальше?



Если нет возможности
коммуницировать с врачом,

Нужно чтобы врач
коммуницировал с нами !!!

Каналы коммуникации. 201X



Интернет

- Видео конференции
- Вебинары
- Форумы
- Онлайн библиотеки
- E-detailing/E-learning

Научно-исследовательская работа

Специализированное медиа

Мобильные технологии

- SMS
- MMS

Нужен ли в будущем медицинский представитель?

НЕТ

Нужен ли в будущем медицинский представитель?

НЕТ

Если используется существующий
профиль медпредставителя

Нужен ли в будущем медицинский представитель?

ДА

Если используется новый формат
коммуникации

Где нужен медпредставитель?

Генерические
продукты

Оригинальные
продукты

Аптеки

Эксперт

- врач/ фармацевт (человек научного склада ума)
- обладающий глубокими познаниями в области промоции
- обладающий глубокими познаниями по продукту
- умеющий использовать новые IT технологии
- умеющий выявлять потребности клиента
- обладающий коммуникативными навыками работы с клиентом
- способный организовать поддержку/сервис по использованию продукта
- имеющий наработанную базу данных

Что необходимо?

Обучение:

- Навыки работы с информационными технологиями
- Постоянное совершенствование уровня знаний по продукту
- Навыки коммуникации с клиентом

Оснащение:

- Презентационные материалы
- Презентационное оборудование
- Развитие интернет сегмента

Таргетирование:

- Выбор целевой аудитории
- Категоризация
- Ключевые сообщения
- Промоматериалы(+ E-detailing)

Контроль:

- CRM

Оценка:

- Пересмотр KPIs

*Самый хороший учитель в жизни – опыт.
Берет, правда, дорого, но объясняет доходчиво.*