

LES ATTENTES DES MEDECINS GENERALISTES PAR RAPPORT A LA VISITE MEDICALE

Étude multiclient - Juillet 2011

Regard croisé des médecins et des visiteurs médicaux

Les médecins sont critiques sur la visite médicale mais apprécient les visiteurs médicaux. Ils savent qu'il s'agit d'une information promotionnelle mais sont généralement contents de la recevoir.

Cette étude fait le point sur ce qu'ils attendent de la visite médicale en termes de :

- qualité de l'information
- exemples concrets de visites intéressantes et inintéressantes
- services proposés par les visiteurs médicaux
- rôle des visiteurs médicaux en cas de crise (plan de gestion des risques)
- visites accompagnées
- apport des nouvelles techniques dans le cadre d'une visite face-à-face avec ordinateur ou d'une visite par internet

Elle donne la perception des médecins quant aux:

- techniques d'entretien
- pratiques de ciblage
- baisse de fréquentation de la visite médicale

Prix : à partir de 4500 € HT (version papier)

Pour plus d'informations, vous pouvez vous connecter sur notre site internet www.median-conseil.com ou nous contacter au 05 59 40 28 24, info@median-conseil.com

Méthodologie :

150 médecins généralistes et 175 visiteurs médicaux interrogés - Juin-Juillet 2011

4 groupes de médecins généralistes - avril-mai 2011

Médecins généralistes représentatifs en termes d'âge (3 groupes: 30-40; 40-50; 50-60 ans) et de localisation géographique (3 groupes : grande villes ; villes moyennes; milieu rural)

Les visiteurs médicaux ne sont pas interrogés sur ce qu'ils pensent eux-mêmes mais sur ce que pensent les médecins, de leur point de vue.

Etude quantitative : Entretien téléphonique d'une durée de 15 minutes

Étude qualitative : Focus group d'une durée de 2 heures 30, avec des médecins généralistes. Villes : Lyon deux fois, Paris, Pau

SOMMAIRE DETAILLE

Les raisons de recevoir / ne pas recevoir la visite médicale

La prise de rendez-vous

- Attente par rapport à une visite sur et sans rendez-vous
- Opinion sur les multi-réseaux
- Les raisons pour ne pas recevoir un délégué spécifique

Le contenu de la visite

- La perception des comparaisons de prix : différentes méthodes. Les catégories de produit dans lesquelles on compare les prix. Influence de l'Assurance maladie.
- La manière de faire référence à la concurrence : citation des effets négatifs; dénigrement.
- La présentation des effets indésirables, interactions médicamenteuses, surveillance du traitement.
- Le respect des obligations de la charte de Visite Médicale.
- La présentation des preuves
 - Revues qui comptent (publication d'étude ou revue critique comme Prescrire)
 - Capacité des médecins à avoir un regard critique sur les études
 - Crédibilité des référents (HAS, CNAMTS, leaders d'opinion de proximité ou nationaux)

Intérêt des services proposés

- Les remis au cabinet
- Congrès / week-end
- EPU
- Repas entre confrères
- Etudes observationnelles
- Echantillons
- Les visites additionnelles octroyées par ces services

Les techniques d'entretien

- La perception de techniques particulières pour conduire l'entretien
- Les questions sur les patients (nombre, manière de les prendre en charge)
- Les citations de références actives prescrivant le produit
 - Les propositions d'engagement et la conclusion de visite
 - Les rapports avec le spécialiste

Les techniques de ciblage

- Connaissance d'un ciblage effectué par la visite médicale
- Perception de ce ciblage
- Expérience d'avoir été « dé-ciblé » par la visite médicale

Les rapports entre les médecins et les visiteurs médicaux

- Les phrases et adjectifs qui les décrivent le mieux

La qualité de l'information de la visite médicale

- Les phrases et adjectifs qui la décrivent le mieux

30 exemples de bonnes et de mauvaises visites

- Description de la visite (laboratoire/produit) et (dés)intérêt des médecins (d'après les groupes avec les médecins)

Perception de la visite médicale à distance (internet + téléphone) comparée à la visite face-à-face

- L'évolution des laboratoires
- Les expériences faites
- L'intérêt de ce genre de visite

Perception de la visite médicale avec un ordinateur (PC; tablet)

- L'évolution des laboratoires
- Les expériences faites
- L'intérêt de ce genre de visite

Le rôle des visiteurs médicaux dans la gestion des crises

(exemple : liste des médicaments en Plan de gestion des risques)

Ce qu'il faut faire / Ce qu'il ne faut pas faire

La visite d'un prestataire multi-produit comparée à la visite d'un laboratoire

La perception de la baisse de la visite médicale depuis quelques années

- La différence dans le nombre de visiteurs vus par semaine
- Avantages et inconvénients de cette évolution

PRIX DE L'ETUDE

Etude disponible le 1er juillet 2011

4500 € HT (pour une étude sous forme de copie papier)

Voir le bon de commande sur notre site internet