

Γιώργος Καλαφατάκης  
GlaxoSmithKline

**Τί εκτιμούν οι ιατροί στη συνεργασία τους (interaction)  
με τις Φαρμακευτικές Εταιρείες  
Από έρευνα που έγινε σε Ευρώπη και ΗΠΑ  
(I Τρίμηνο 2008)**

# Μεθοδολογία

**Η έρευνα έγινε τον Ιανουάριο-Φεβρουάριο 2008**

- **Μέσω Ίντερνετ:** Με τη συμπλήρωση on line ειδικού ερωτηματολογίου που στάλθηκε σε δείγμα Ιατρών
- **Χώρες:** ΗΠΑ, Ευρώπη: ΗΒ, Γαλλία, Γερμανία, Ισπανία & Ιταλία.  
(Για ΗΠΑ, η έρευνα είχε δύο φάσεις. Η πρώτη έγινε το Αύγουστο 2007)

**Οι ιατροί επελέγησαν τυχαία από λίστες της TNS healthcare**

- **Το δείγμα των ιατρών που απάντησε ανά χώρα:**
  - US: 2008: n = 285, 2007 n = 286
  - UK: n = 251
  - France: n = 251
  - Germany: n = 256
  - Spain: n = 253
  - Italy: n = 249

## Πόση η σημασία και η εκτίμηση που δίνουν οι ιατροί στις παρακάτω παραμέτρους κατά τη συνεργασία των (interaction) με τις ΦΕ

- Προσωπικές επαφές με τους Επιστ. Συνεργάτες (ΕΣ)
- Εμπειρία και γνώσεις των Επιστημονικών Συνεργατών
- Ποιότητα και περιεχόμενο της επίσκεψης του ΕΣ
- Προγράμματα υποστήριξης, εκπαίδευσης και διαχείρισης ασθενών
- Υπηρεσίες εκπαίδευσης και πληροφόρησης ιατρών
- Προγράμματα υποστήριξης και εξάσκησης νοσηλευτικού προσωπικού
- Υπηρεσίες ενημέρωσης ιατρών μέσω ίντερνετ
- Υπηρεσίες ενημέρωσης ασθενών μέσω ίντερνετ
- Εμπειρία με το Brand
- Όνομα (reputation) της Εταιρίας

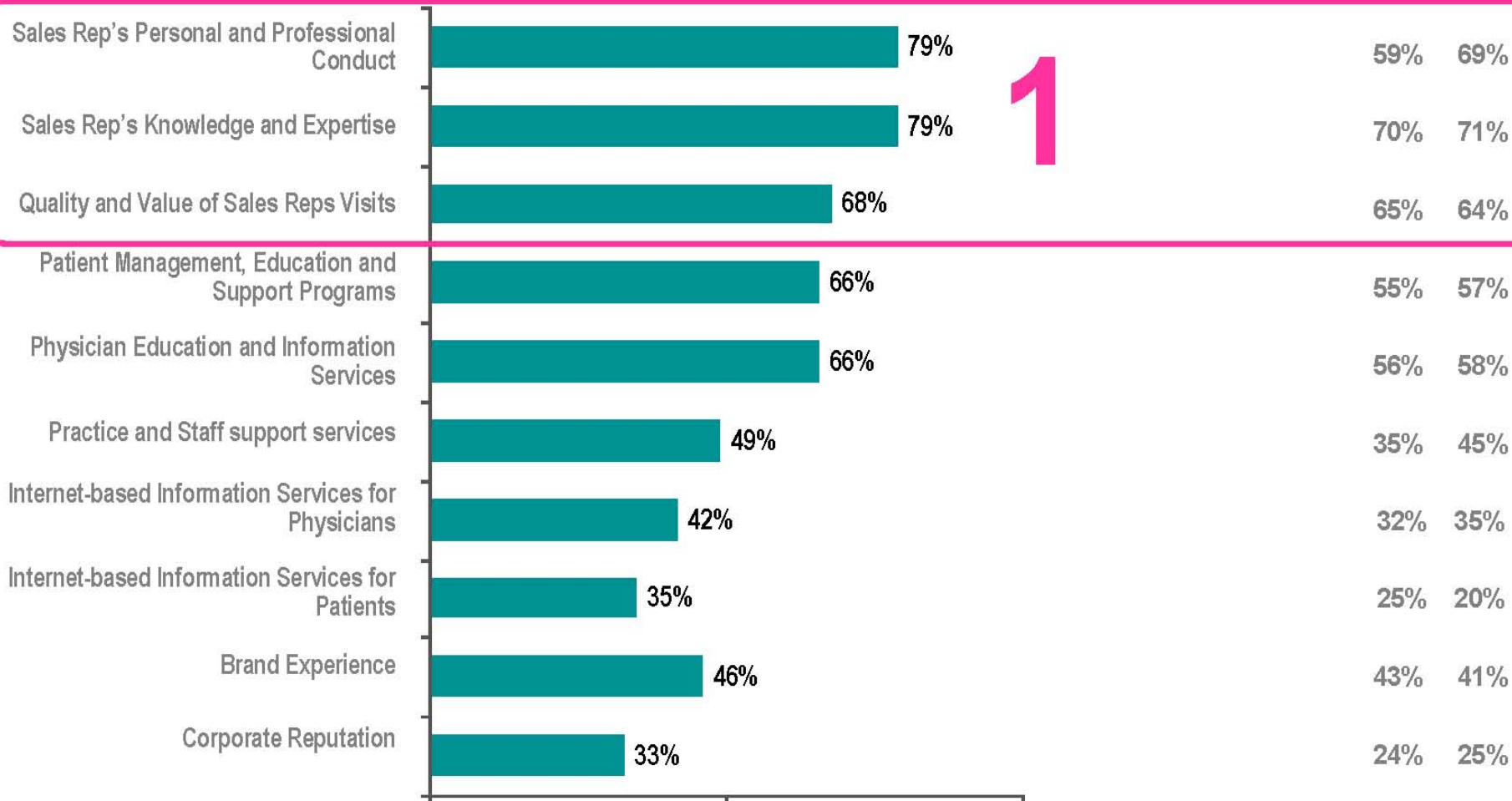
**Ερώτηση:** - ενδιαφερόμαστε να μας πείτε τι είδους υπηρεσίες θα θέλατε περισσότερο από τις φαρμακοβιομηχανίες, συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών των ΕΣ όπως επίσης και άλλων υπηρεσιών που σας παρέχονται, όπως υπηρεσίες εκπαίδευσης, πληροφόρησης και υπηρεσίες μέσω Διαδικτύου..

**Επιλέξτε όλα που θα εκτιμούσατε από μια φαρμακοβιομηχανία.**

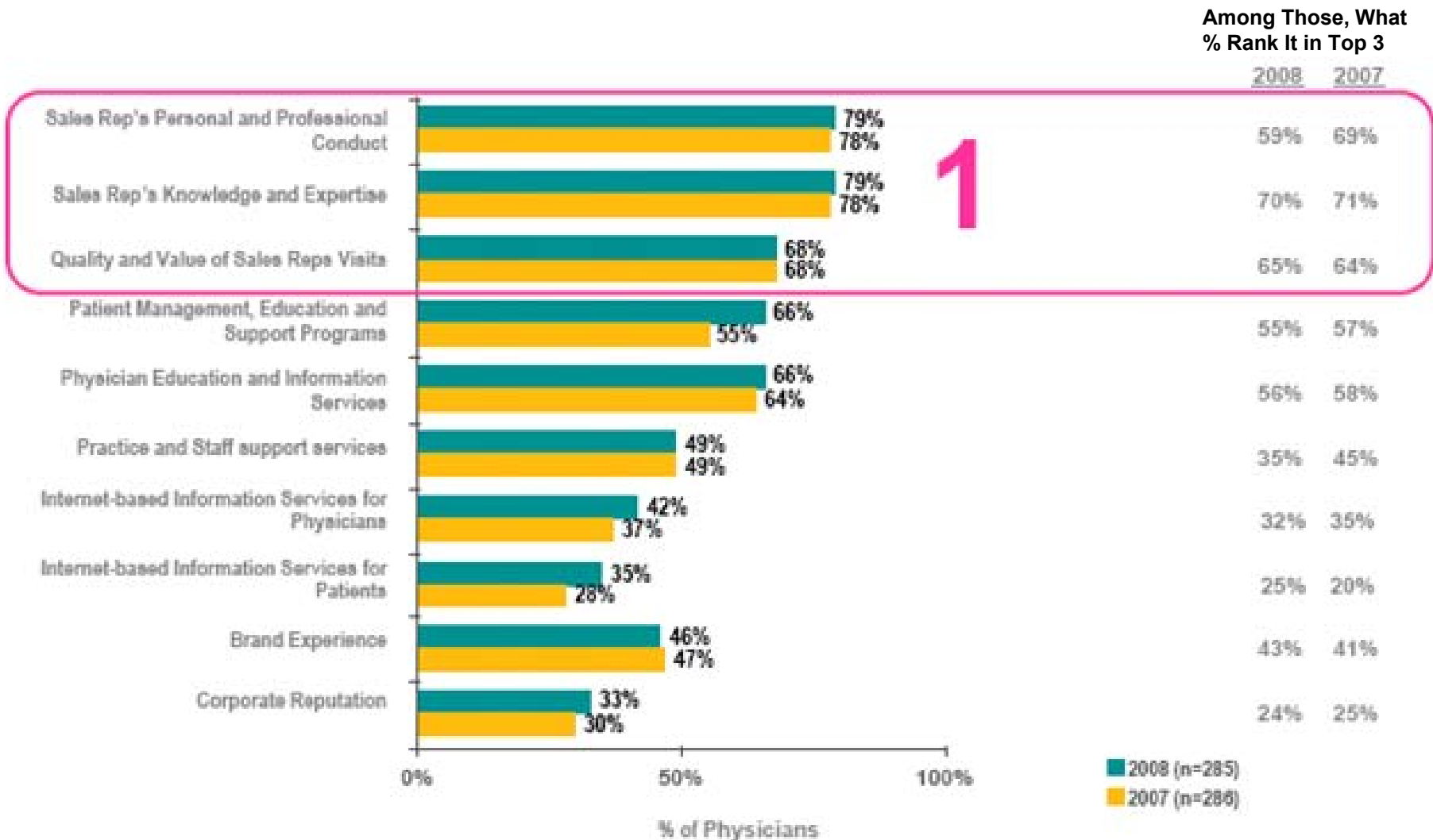
**Το μεγαλύτερο ποσοστό των ιατρών των ΗΠΑ στη συνεργασία των με τις  
ΦΕ προτιμούν την ενημέρωση από τους ΕΣ  
(αλλά εκτιμούν στον ΕΣ τον επαγγελματισμό, τη βαθειά γνώση και τη ποιότητα)**

Among Those, What  
% Rank It in Top 3

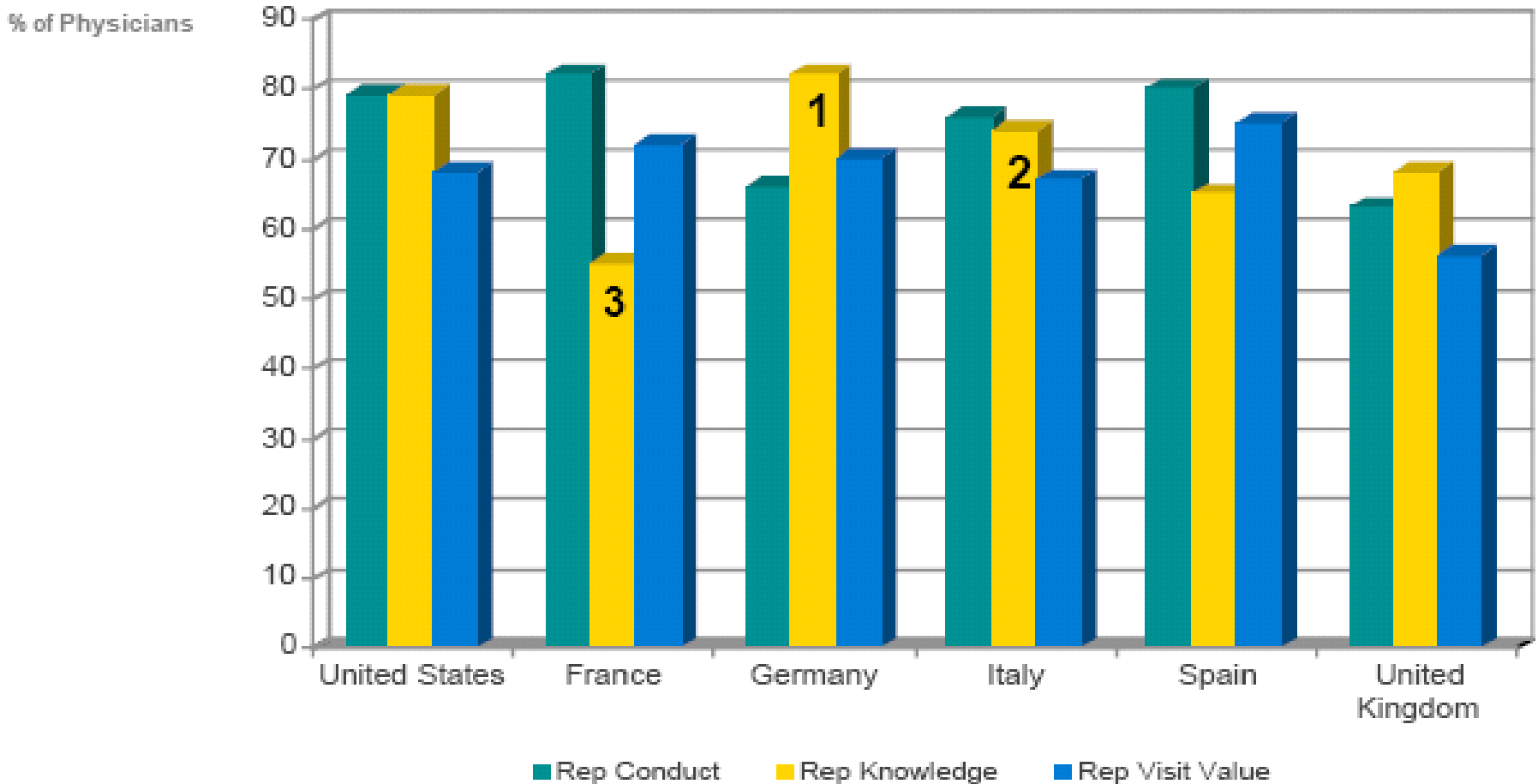
2008 2007



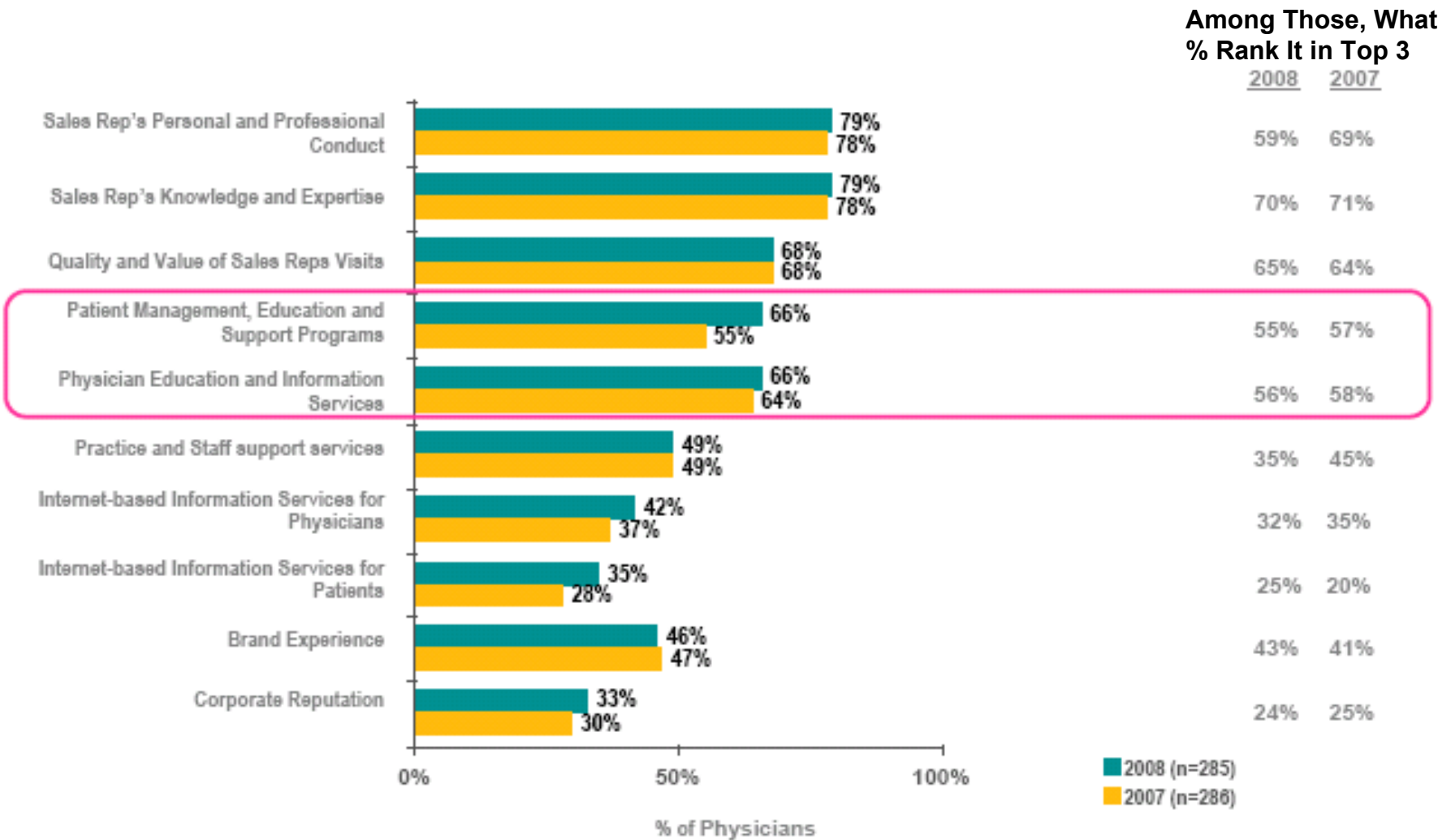
# Ο Επαγγελματισμός, οι Γνώσεις, η Ποιότητα ενημέρωσης του ΕΣ είναι διαχρονικές προτιμήσεις των ιατρών



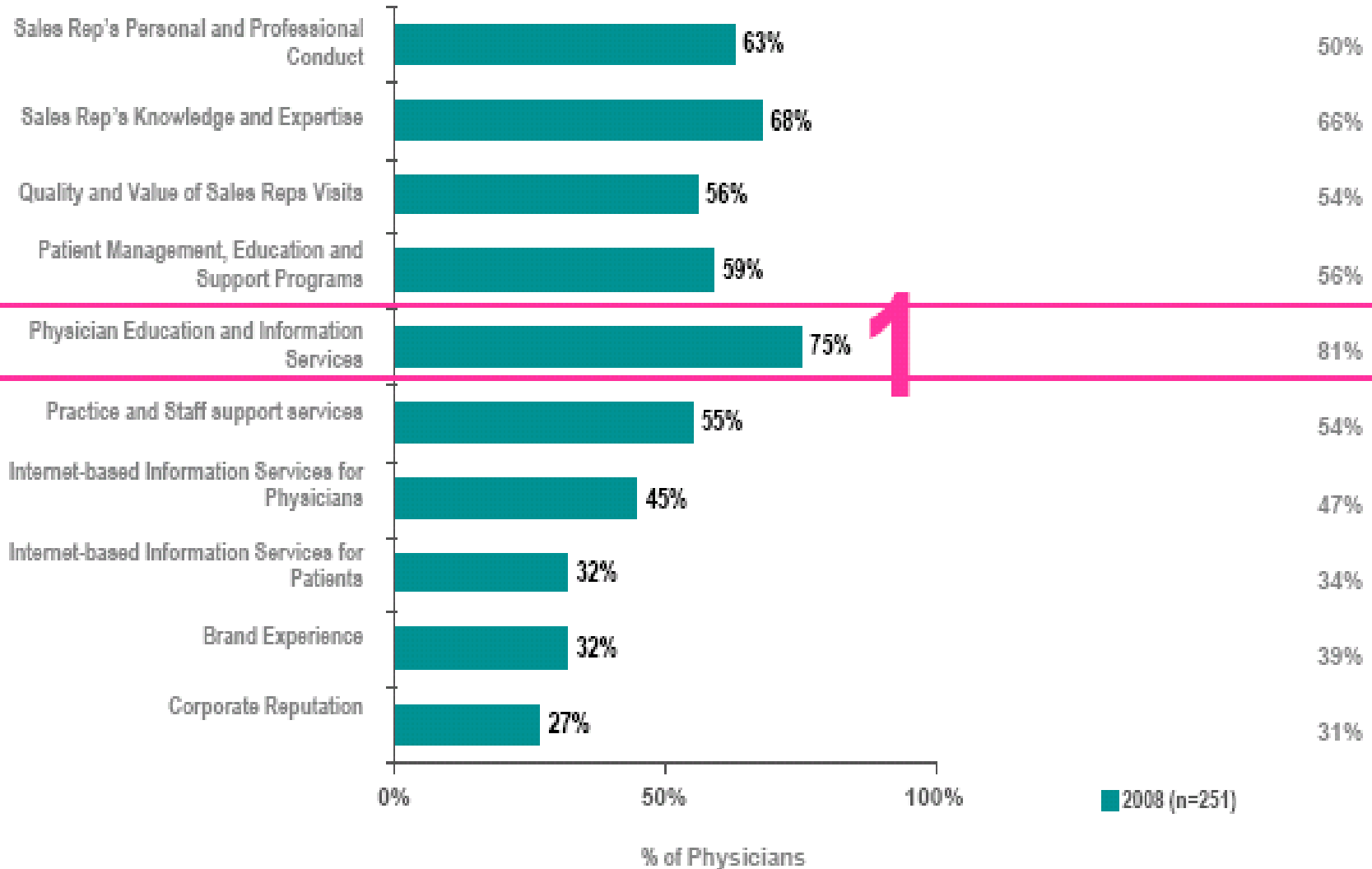
Οι ιατροί στις διάφορες χώρες εκτιμούν με διαφορετική βαρύτητα τον Επαγγελματισμό, τη Γνώση και την Ποιότητα ενημέρωσης (σε όλες τις χώρες όμως και τα τρία εκτιμούνται σε υψηλό βαθμό)



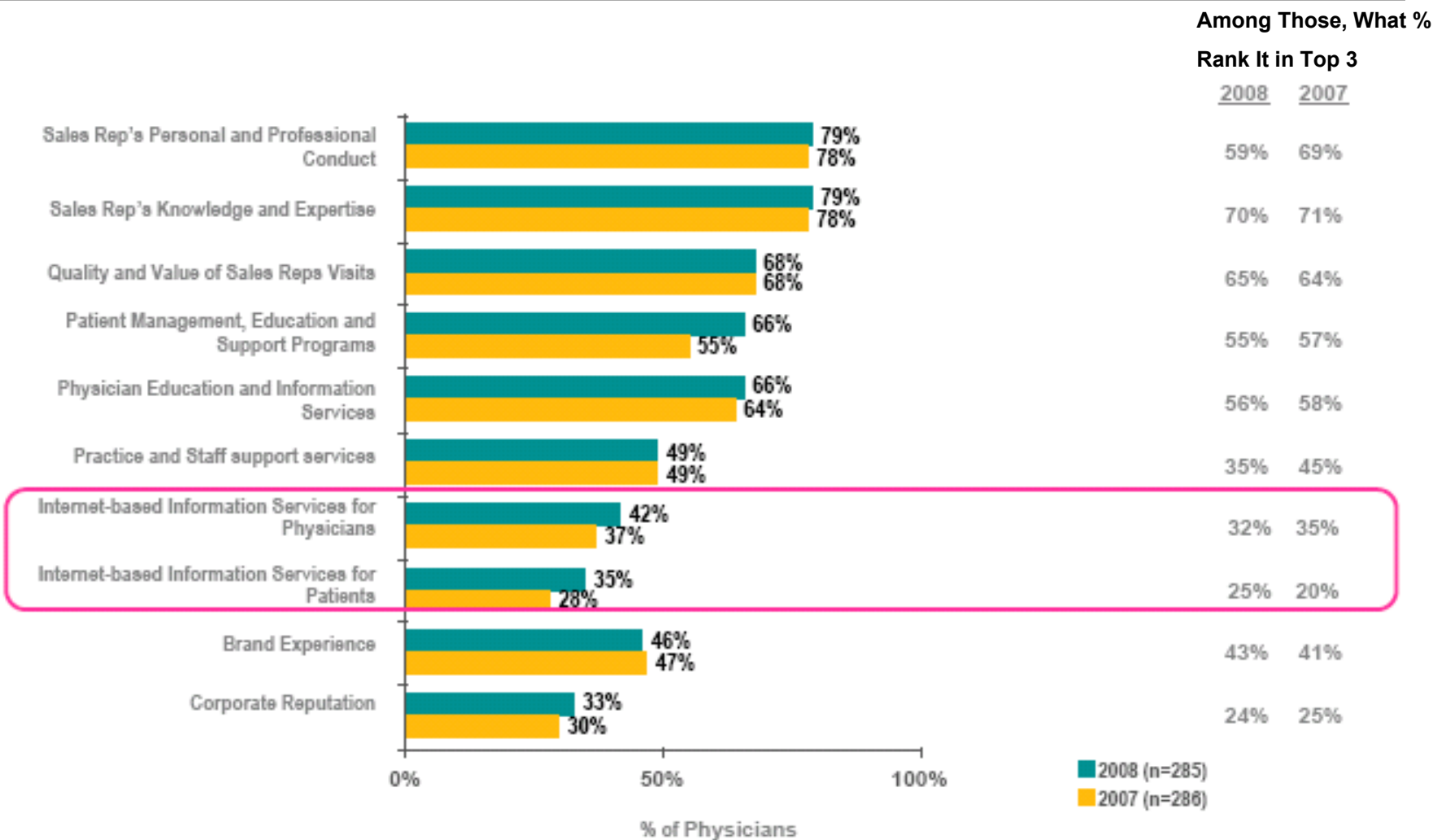
# Οι ιατροί των ΗΠΑ προτιμούν αμέσως μετά από την ενημέρωση του ΕΣ τις υπηρεσίες εκπαίδευσης και πληροφόρησης (σε μικρότερα αλλά όμως αρκετά υψηλά ποσοστά)



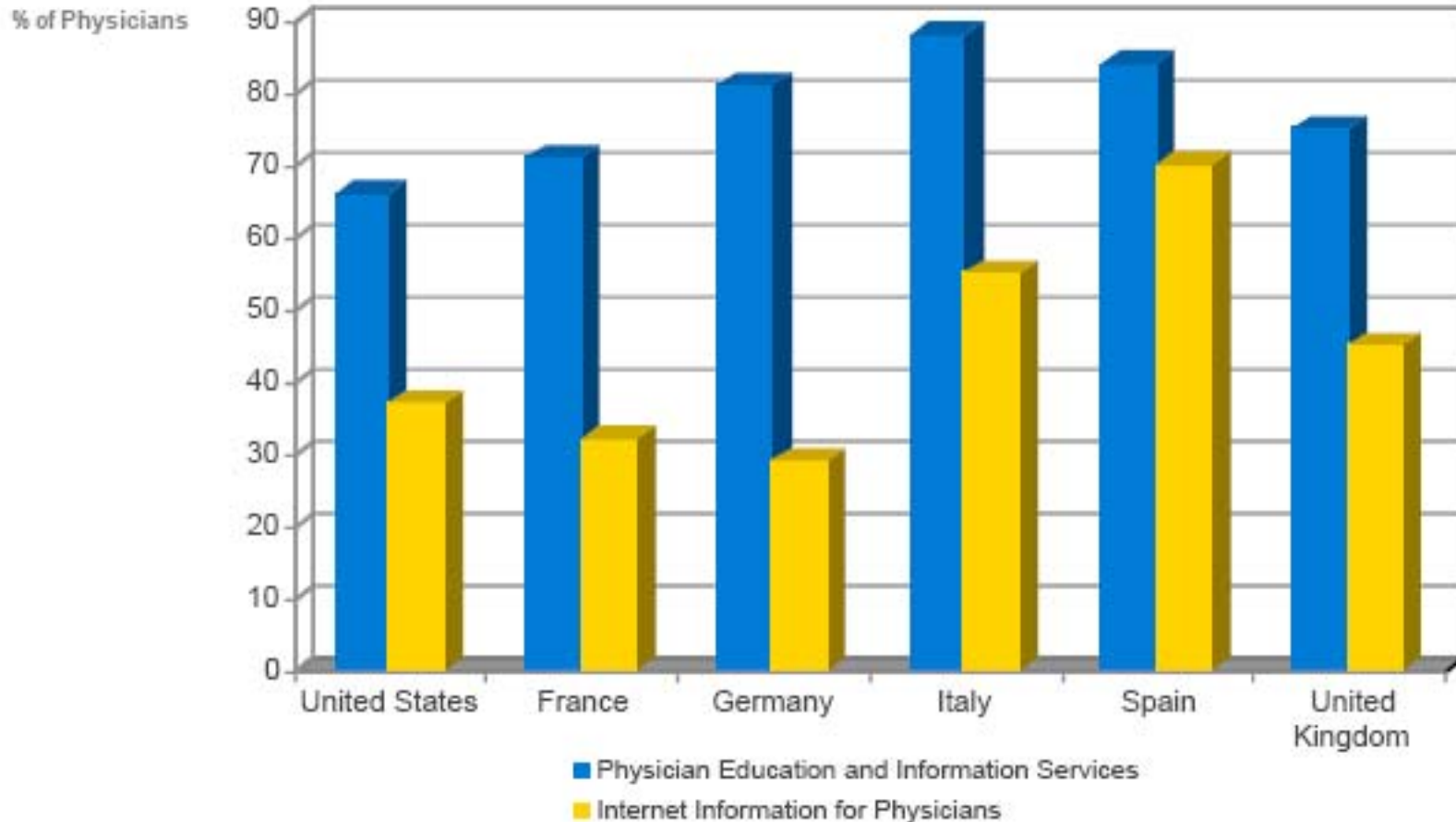
## Στο ΗΒ το μεγαλύτερο ποσοστό των ιατρών προτιμά τις υπηρεσίες εκπαίδευσης και πληροφόρησης (όμως και η ενημέρωση από τον ΕΣ εκτιμάται επίσης σημαντικά)



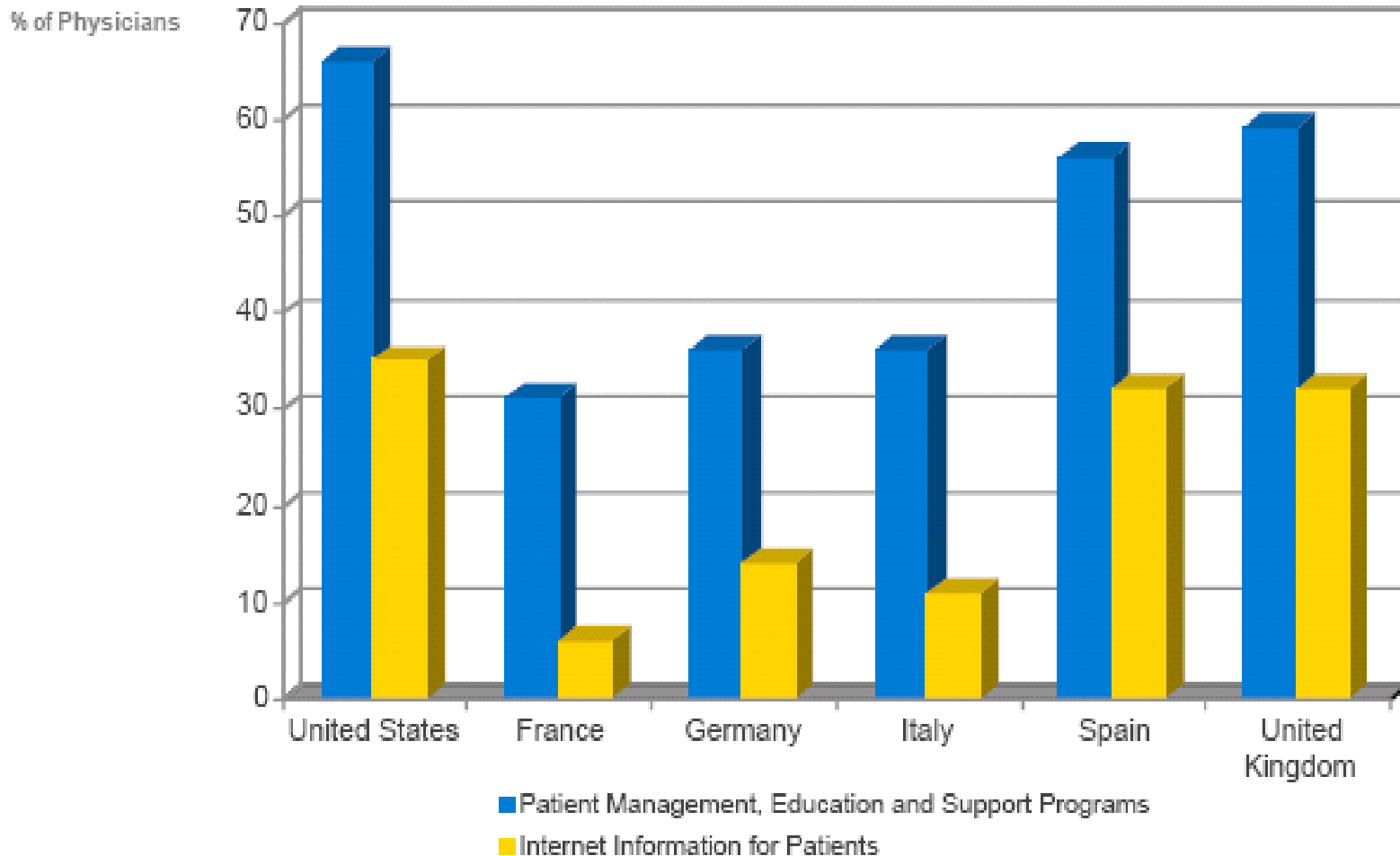
# Οι ιντερνετικές υπηρεσίες πληροφόρησης εκτιμάται προς το παρόν από χαμηλό ποσοστό ιατρών στις ΗΠΑ αν και έχει αυξηθεί σημαντικά από το 2007



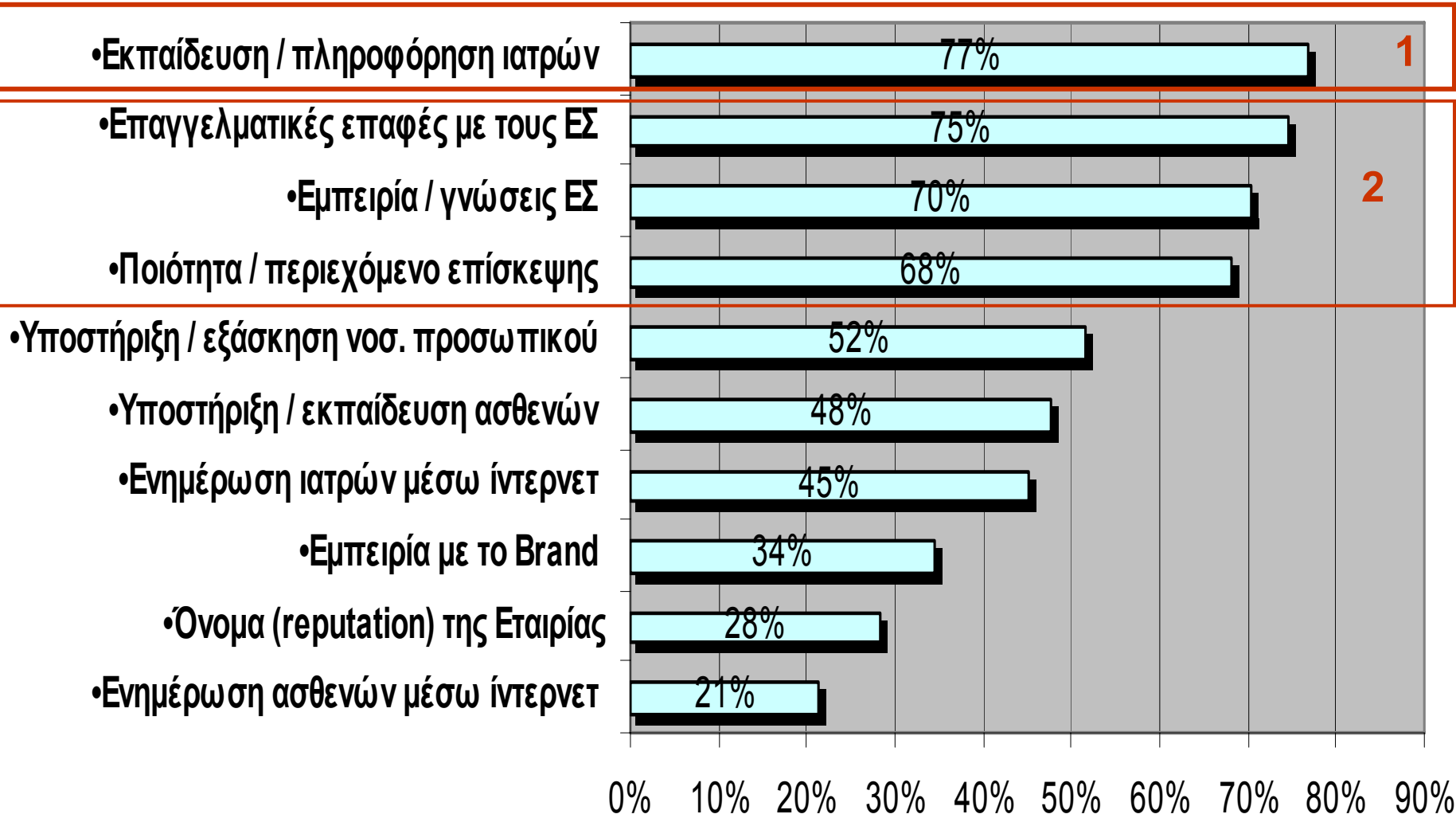
## Στην Ευρώπη επίσης οι ΙΝΤΕΡΝΕΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ δεν είναι τόσο δημοφιλείς όσο παραμένουν οι άλλες υπηρεσίες



# Μεγαλύτερο ποσοστό ιατρών εκτιμούν τα προγράμματα διαχείρισης εκπαίδευσης και υποστήριξης ασθενών από ότι τις ιντερνετικές υπηρεσίες πληροφόρησης των ασθενών



**Συνολικές προτιμήσεις ιατρών στους παράγοντες που σχετίζονται με την τακτική επικοινωνία τους με τις ΦΕ**  
(καταγραφή της έρευνας σε όλες τις χώρες μαζί)



**Το μοντέλο επικοινωνίας των ΦΕ με τους ΕΥ μεταλλάσσεται σε σχέση συνεργασίας και προσφοράς υψηλού επιπέδου υπηρεσιών**

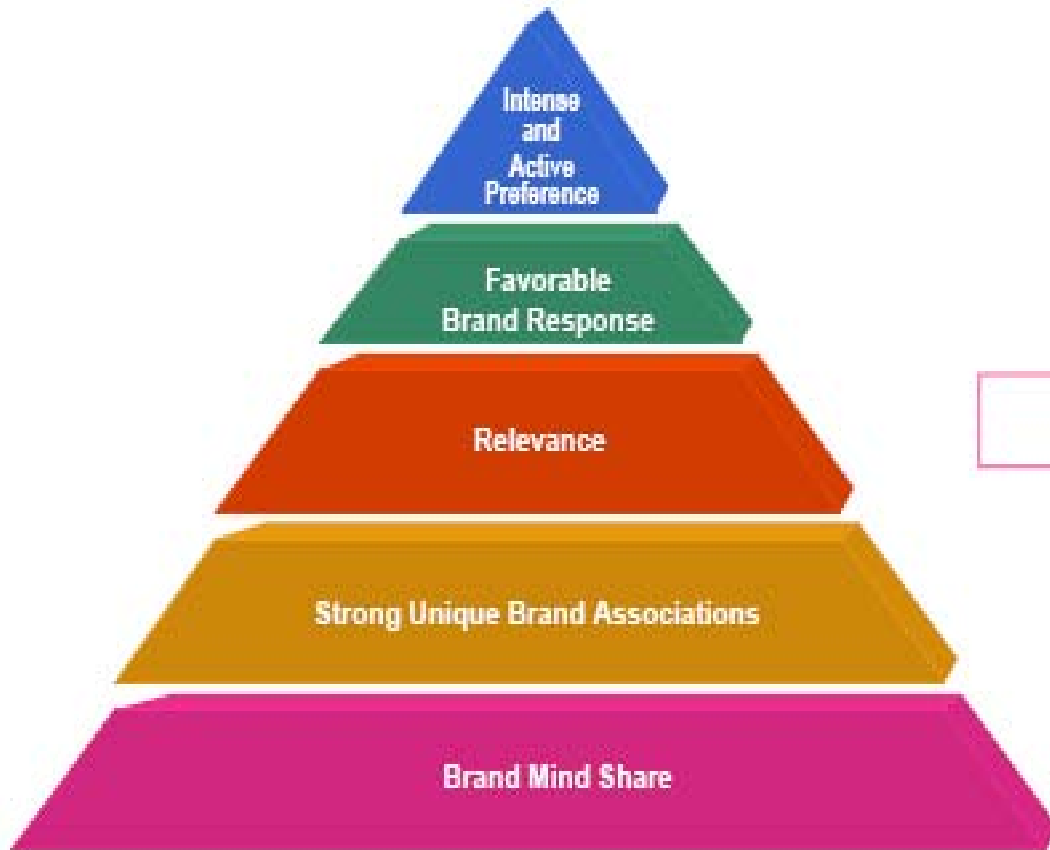


**Το μοντέλο επικοινωνίας των ΦΕ με τους ΕΥ μεταλλάσσεται σε σχέση συνεργασίας και προσφοράς υψηλού επιπέδου υπηρεσιών με στόχο την ποιότητα της περίθαλψης**

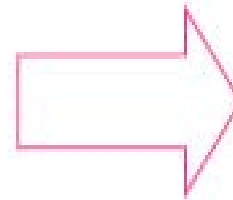


← **Νέοι τρόποι μέτρησης της αποτελεσματικότητας της νέας αναπτυσσόμενης σχέσης συνεργασίας** →

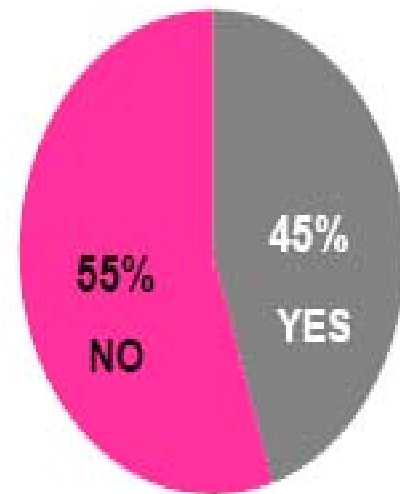
Η βαθμιαία αλλαγή από την ποσότητα στην ποιότητα της συνεργασίας με τους Επαγγελματίες Υγείας αναγκάζει να βλέπουμε με νέο πρίσμα το τρόπο «που κτίζουμε» την ωφελιμότητα των φαρμάκων μας



BRAND PYRAMID (Keller)



*Have Physicians Seen More of a "Service Model"?*

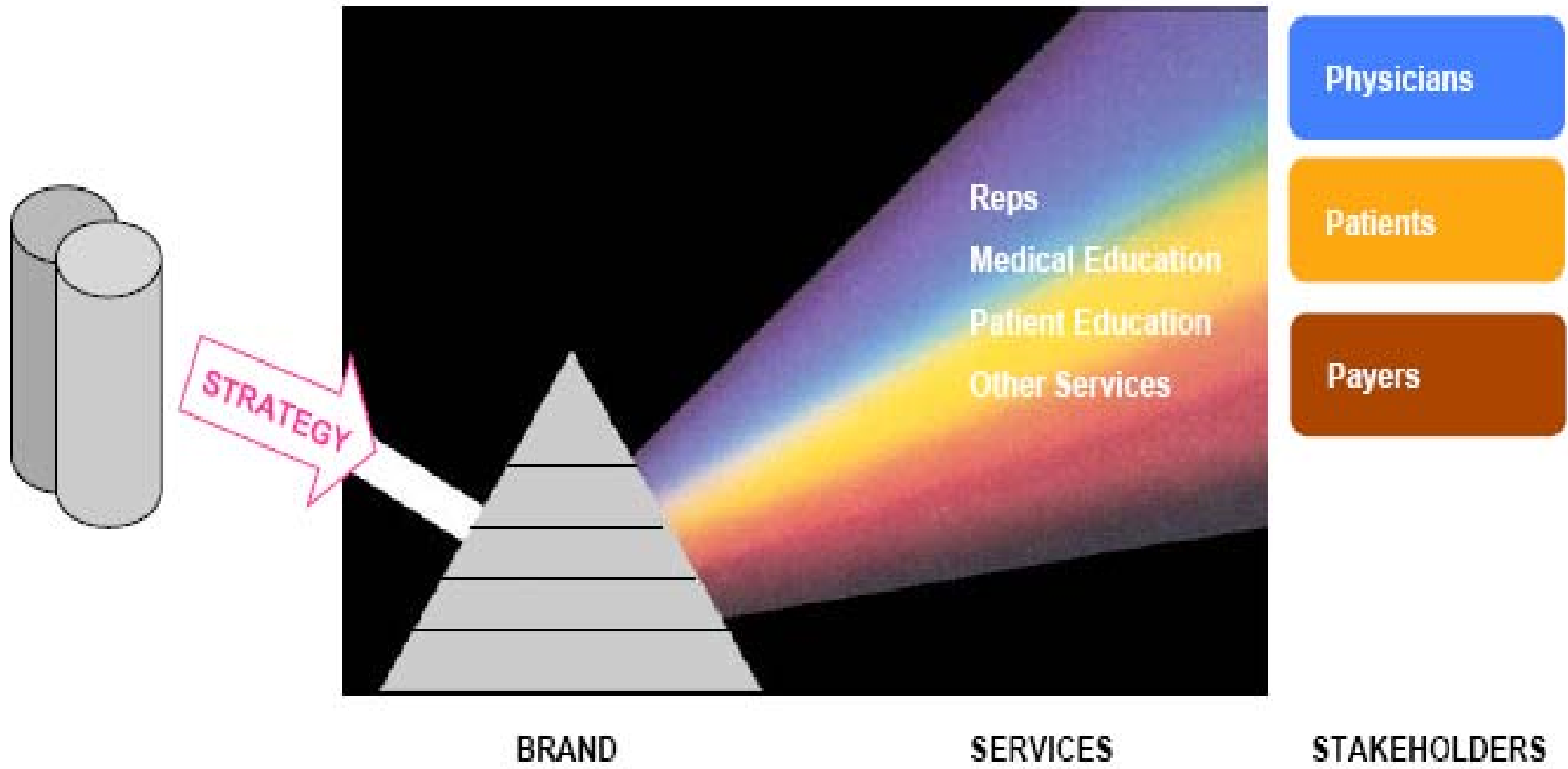


2008  
N=285 PCPs in the US

**Για να αξιοποιήσουμε πλήρως τις δυνατότητες που δίνουν οι ιδιότητες ενός φαρμάκου πρέπει να κινητοποιήσουμε μια σειρά υπηρεσιών που οι ιατροί εκτιμούν και επιζητούν**



Πωλήσεις και Μάρκετινγκ από κοινού σχεδιάζουν στρατηγικές που ισχυροποιούν τις σχέσεις με ΕΥ και άλλους φορείς μέσα από τη προσφορά δέσμης ενεργειών και υπηρεσιών που μεγιστοποιούν την περίθαλψη



# Συμπεράσματα



1. Να αλλάξουμε τον τρόπο που σκεφτόμαστε  
*Προϊόν σαν μια γκάμα  
«προϊοντικών» υπηρεσιών*
2. Να αλλάξουμε τον τρόπο που δουλεύουμε  
*Μάρκετινγκ και Πωλήσεις από κοινού να σχεδιάζουμε  
πως θα ικανοποιούμε καλύτερα τις ανάγκες  
των πελατών μας*
3. Να διευρύνουμε τις πρακτικές επικοινωνίας μας  
*Άνοιγμα, με αντίστοιχους στόχους σε όλους τους φορείς*
4. Κανένας ακόμη δεν έχει διακρυθεί στο νέο μοντέλο  
*Ευκαιρία να γίνουμε οι πρωτοπόροι  
στο νέο τρόπο συνεργασίας με τους πελάτες*
5. Κάθε ειδικότητα έχει διαφορετικές ανάγκες  
*Πρέπει να καταλάβουμε κάθε αγορά, κάθε χώρο  
κάθε νοσοκομείο, φαρμακείο, προϊόν,  
θεραπευτική κατηγορία, κάθε πελάτη, κλπ*



**Σας ευχαριστώ  
για την προσοχή σας**