Le délégué médical, acteur ou spectateur de la Visite à Distance ?

Depuis plus d'une décennie, nous envisageons le numérique comme une avancée à laquelle nous devons nous préparer mais sans réellement avancer sur ce chemin. La période que nous venons de vivre, et que nous vivons encore, est venue accélérer ce processus.

Pour certains, cette transformation reste très ponctuelle, limitée à la période pandémique. Pour d'autres, cette transformation engagée il y a plus de 10 ans comme un palliatif aux déserts médicaux est désormais devenue stratégique.

Quelles que soient les positions sur le sujet, les différents acteurs et observateurs de cette transformation numérique semblent tous s'accorder sur un point : **le délégué médical est au cœur de la stratégie omnicanale** des laboratoires pharmaceutiques.

Les délégués médicaux au cœur de la transformation numérique

En effet, étant directement en contact avec les professionnels de santé, les visiteurs médicaux jouent un rôle prépondérant dans les échanges entre les laboratoires pharmaceutiques et les professionnels de santé.

Du côté des professionnels de santé, la rencontre avec le délégué médical est déterminante pour 80% d'entre eux (source : IPSOS 2018). La pandémie, même si elle est venue bouleverser les contacts entre médecins et visiteurs médicaux, n'a pas annihilé ce besoin de contact direct : les médecins, même les plus ouverts à la visite à distance, exigent une première visite en face à face avec le délégué médical afin de créer un lien. Ils ne veulent pas d'une visite médicale réalisée par un délégué qui leur est inconnu, qui pourrait changer d'une visite à l'autre. Ils ont besoin de construire une vraie relation de confiance avec leur délégué médical.

Du côté du laboratoire, le rôle du délégué est capital : grâce à ses échanges avec les professionnels de santé, le visiteur médical délivre des informations d'une valeur éminemment stratégique pour le laboratoire, informations qui lui permettent de se démarquer en adaptant sa communication, en ciblant ses messages. Toutes les informations remontées par les délégués médicaux permettent aux laboratoires de créer une expérience personnalisée, au plus près des attentes des professionnels de santé.

Les délégués médicaux ont-ils cependant été réellement embarqués dans cette transformation ?

Il est évident que cette transformation de la visite médicale en visite à distance, expérimentée pendant la crise Covid, a été un réel bouleversement pour nombre de délégués médicaux. Pris dans le tourbillon du confinement et **face à l'urgence de maintenir le lien avec les médecins**, ils ont été contraints de changer leurs habitudes, de modifier leur modèle traditionnel d'interactions et ce dans un délai extrêmement court.

RESTRICTED

Dans bien des cas, les délégués ont eu la sensation, réelle ou ressentie, de devoir réaliser des visites à distance avec des solutions non abouties, non opérationnelles : contraintes techniques, contraintes réglementaires, contraintes administratives (subies des deux côtés), des contenus non adaptés au digital … autant de raisons qui ont participé à créer une expérience difficile auprès de beaucoup de délégués médicaux : ils ont eu la sensation de vivre un bouleversement qu'ils n'ont jamais appelé de leurs vœux et qui a généré plus de défiance que de confiance.

Et demain ? Quelle perspective envisager pour la sortie de pandémie ? Comment accompagner les visiteurs médicaux dans une **dynamique positive et constructive** ?

Comment les encourager à voir dans la transformation numérique une formidable opportunité d'entreprendre et d'apporter de nouveaux services aux médecins ?
Doit-on envisager un tout autre avenir ? Le métier de visiteur médical, tel que nous le connaissons aujourd'hui dans sa dimension traditionnelle, va-t-il évoluer ? Ou disparaître ?

Certains laboratoires ont déjà mis en place de nouveaux systèmes de communication avec les professionnels de santé. Que peut-on en penser ?

- Est-ce un pari risqué avec lequel il va falloir composer et construire ?
- Ou est-ce une décision visionnaire, qui fait entrer ces laboratoires dans une nouvelle aire de la communication auprès des Professionnels de santé ?

Le délégué médical, acteur ou spectateur de la visite à distance ? Lui demandera-t-on de faire évoluer ses compétences …et l'acceptera-t-il ? Ou l'industrie devra-t-elle se tourner vers de nouveaux profils ?

Et vous, quelle est votre position sur ce sujet ? C'est avec un grand intérêt que nous lirons vos réactions sur cette évolution.

RESTRICTED