



Perception et Attentes des Médecins sur la Visite Médicale – Vague 3

Avril 2021

“opinionway
healthcare

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR
member

**Présentation des résultats
20 mai 2021**



À : Equipe INFOSTAT / ASOCS

De : Natacha Bonino & Julien Raveglia, OPINIONWAY Healthcare



CONTEXTE



La crise de la Covid-19 : un événement activateur d'un nouveau schéma relationnel entre médecins et laboratoires pharmaceutique

Janvier 2020: l'arrivée de la covid-19 a bousculé les habitudes de contact et de communication entre médecins et laboratoires pharmaceutiques

- ▶ Une nécessaire diminution du nombre de contacts en présentiel
- ▶ La mise en place progressive de solutions alternatives notamment va le développement des contacts à distance: par téléphone, par internet, emailing, etc.
- ▶ L'adaptation aux exigences des médecins, en pleine refonte de leurs pratiques quotidiennes : émergence de la téléconsultation, Nouveaux modes d'organisation internes, etc.

Si la réflexion sur les formats et contenus des communications des laboratoires était engagée depuis plusieurs années, la crise de la covid-19 a agi comme un catalyseur du changement : les plans de communication et promotion doivent ainsi évoluer de manière rapide afin de s'inscrire dans un nouveau schéma relationnel avec les médecins inscrit dans la durée.



OpinionWay Healthcare qui a été en charge des deux précédentes phases de l'étude, accompagne INFOSTAT dans cette nouvelle étape

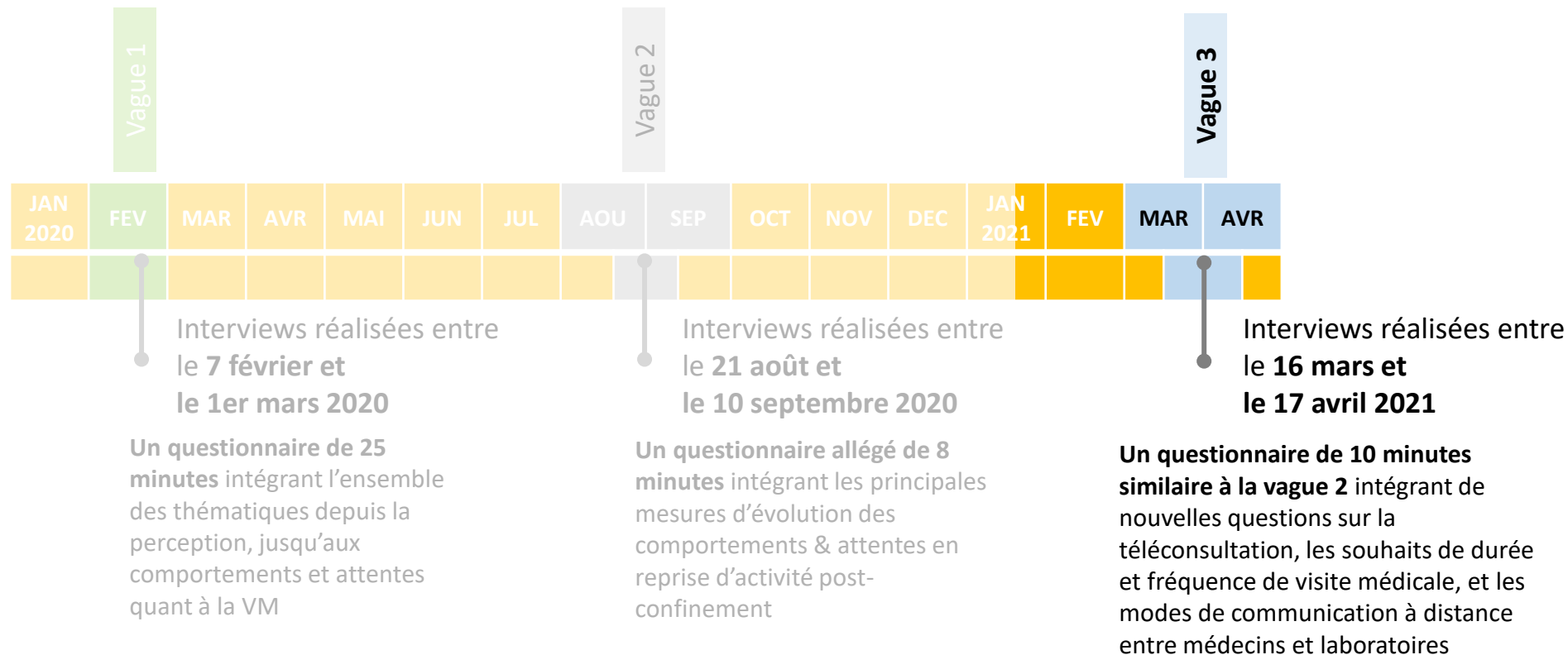
Une **nouvelle vague enrichie** de l'étude préalablement menée avec:

- ▶ Un questionnaire sur la perception et les attentes quant à la visite médicale, optimisé et comparable aux vagues précédentes
- ▶ Un approfondissement du diagnostic fait par les médecins sur les expérimentations récentes de solutions substitutives à la visite médicale en présentiel

In fine, cette nouvelle vague d'étude a permis d'actualiser et enrichir les informations liées au changement de paradigme de la visite médicale, un an après le démarrage de la crise sanitaire liée à la Covid-19.



La troisième vague de l'étude INFOSTAT & ASOCS





MÉTHODOLOGIE



Une approche méthodologique identique aux deux premières vagues



MG

102 Médecins Généralistes

représentatifs de la population sur quotas (âge & région de pratique),



MG<45

Boost de 50 médecins généralistes de moins de 45 ans

sans quotas



SPE

111 Médecins Spécialistes
(Pédiatres, Cardiologues, Gynécologues, pneumologues, Oncologues)

représentatifs de la population sur quotas de région



Interrogation online sur panel de professionnels de santé

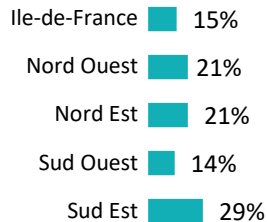
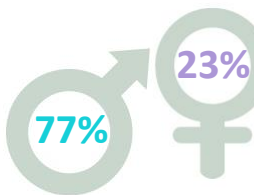
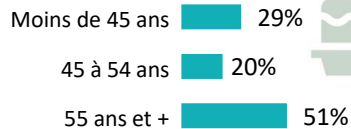
Entre 111 et 124/~250 *overlaps* entre 2 vagues
72 médecins ont répondu à l'ensemble des 3 vagues



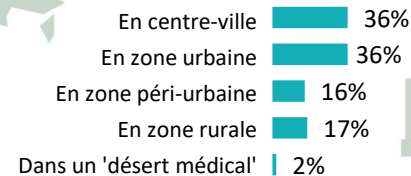
Profil des Médecins Généralistes dans la vague 3

N = 102

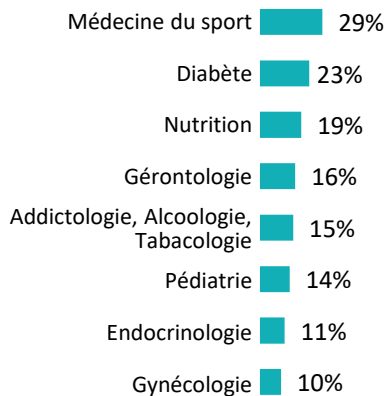
Age moyen : **51 ans**



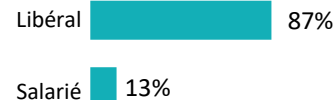
85%



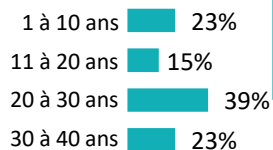
68% avec sous-spécialité(s) déclarée(s)



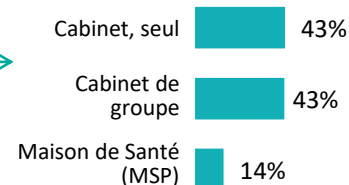
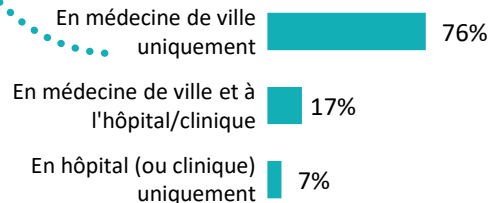
MG



Ancienneté



En moyenne **22,3 ans**



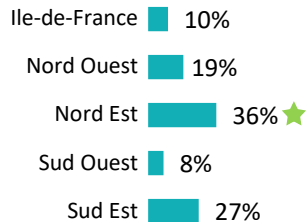
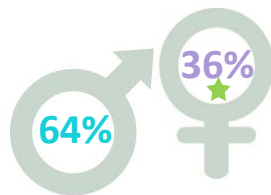


Profil des MGs de moins de 45 ans dans la vague 3 : des médecins plus souvent salariés et travaillant en zone péri-urbaine

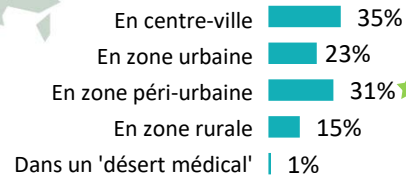
N = 86

Profil des Médecins Généralistes de Moins de 45 ans

Age moyen : **37,3 ans** ★



90%



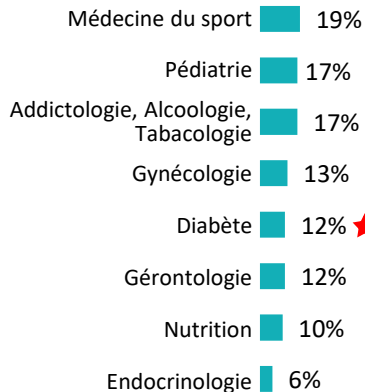
59% avec sous-spécialité(s) déclarée(s)



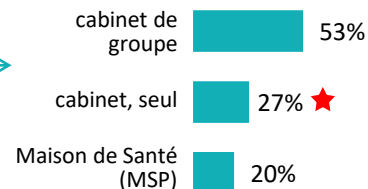
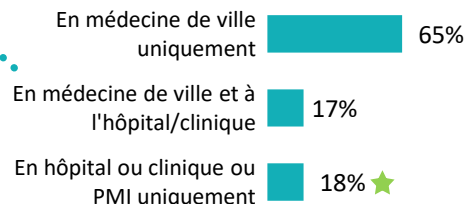
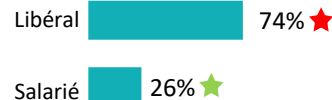
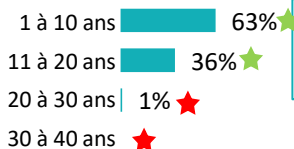
MG < 45

En moyenne

9,7 ans ★



Ancienneté



★ Différence significative (+) vs. Echantillon Représentatif MGs

★ Différence significative (-) vs. Echantillon Représentatif MGs

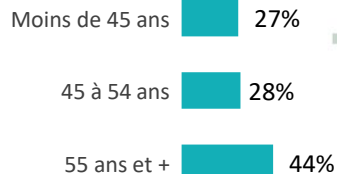


Profil des Médecins Spécialistes dans la vague 3

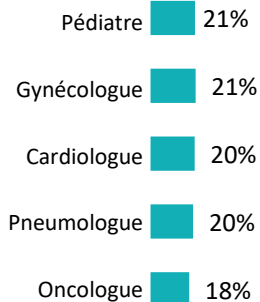
N = 111

Profil des Médecins Spécialistes

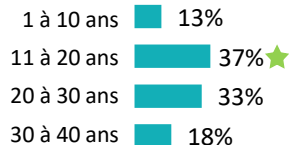
Age moyen : **51,5 ans**



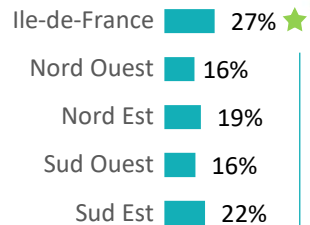
Principale spécialité



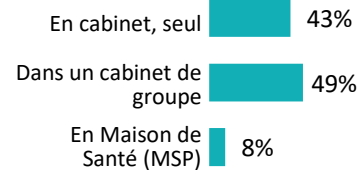
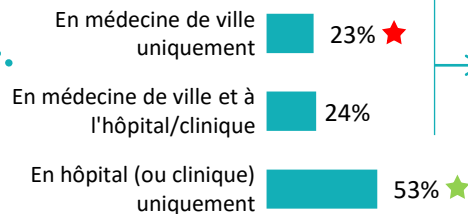
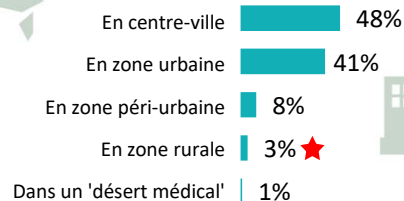
Ancienneté



En moyenne **21,7 ans**



73% ★



★ Différence significative (+) vs. Médecins Généralistes
 ★ Différence significative (-) vs. Médecins Généralistes



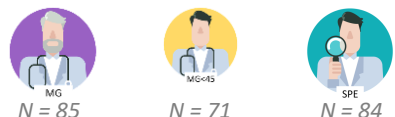
Malgré la crise sanitaire, le nombre de patients vus sur une semaine reste stable

RS11. En moyenne sur une semaine classique combien de patients voyez-vous ?

Base : Ensemble

Pas de différence par rapport aux précédentes vagues de l'enquête

Pratique simple :
patients par semaine



147,9 137,5 96,0 ★

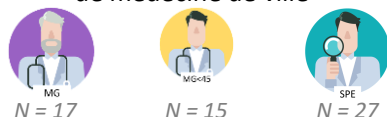
Vague 1

155,4 123,6 98,3

Vague 2

143,5 148,8 105,4

Si pratique mixte :
patients par semaine en activité
de médecine de ville

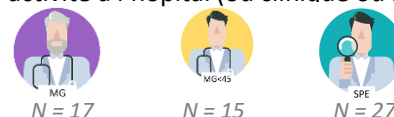


110,6 103,1 83,7

130,0 100,1 108,4

143,8 87,5 91,7

Si pratique mixte :
patients par semaine
en activité à l'hôpital (ou clinique ou PMI)

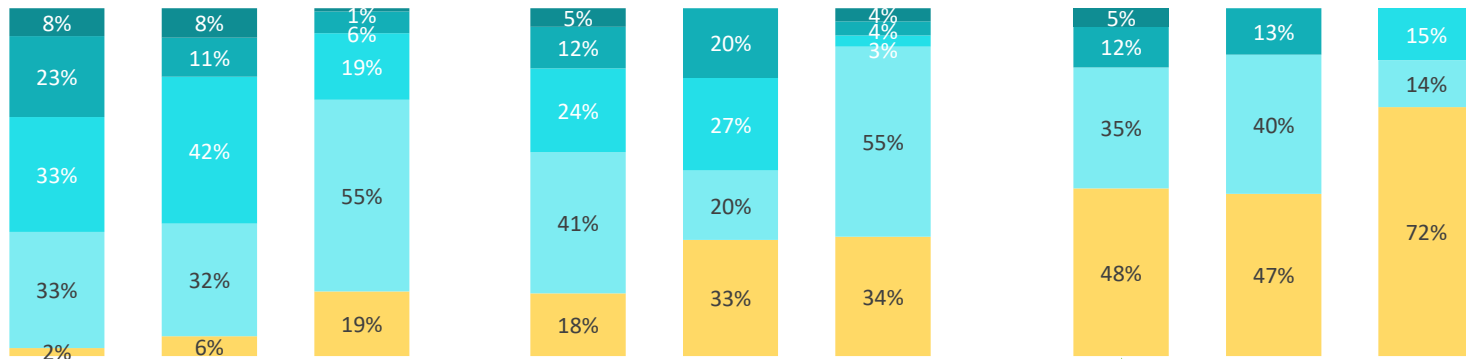


91,3 74,9 51,6

71,0 63,3 60,0

81,4 41,1 51,9

Plus de 200 patients



★ Différence significative (+) vs. Médecins Généralistes

★ Différence significative (-) vs. Médecins Généralistes



PRINCIPAUX RESULTATS DE L'ETUDE



La téléconsultation reste utilisée en sortie de 2^{ème} confinement, mais de façon beaucoup plus limitée



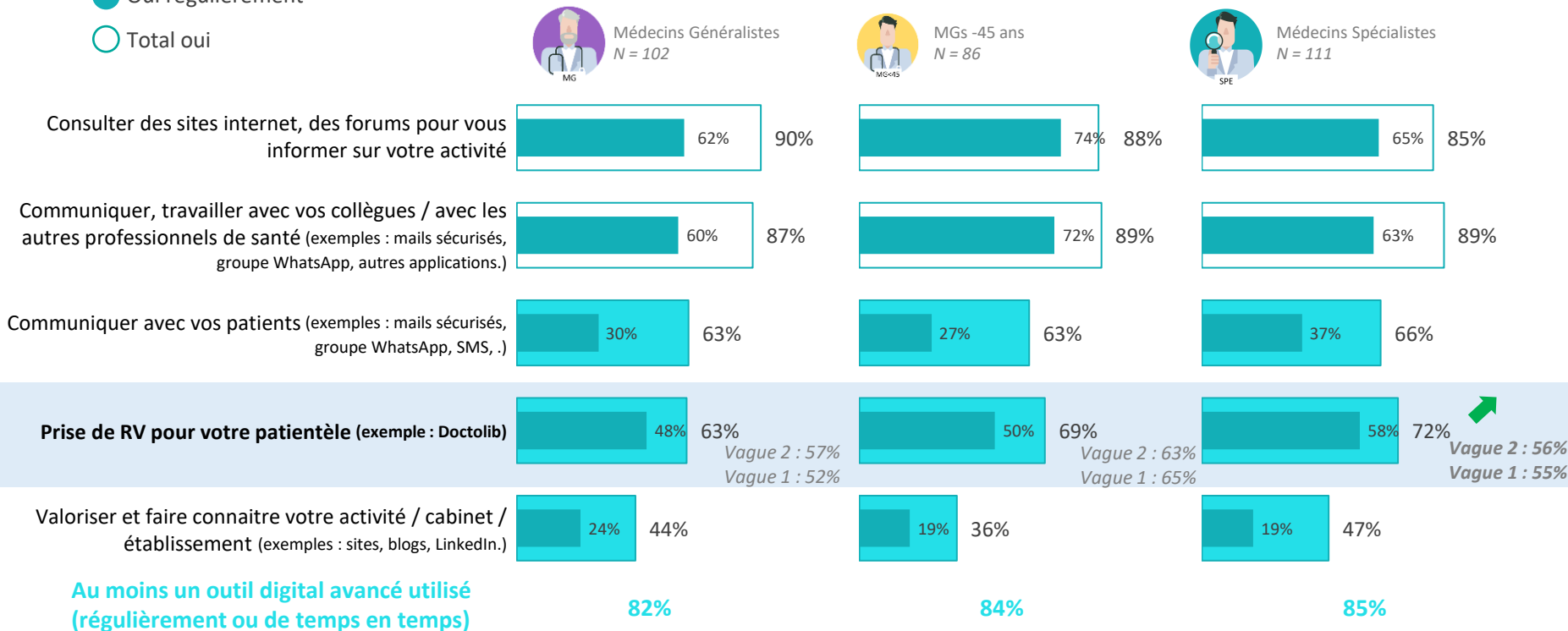
La prise de rendez-vous en ligne: principale progression dans l'utilisation du digital au cours des derniers mois, en particulier chez les spécialistes.

RS12. Dans le cadre de votre activité, utilisez-vous des outils numériques/digitaux (smartphones, applications, plates-formes vidéo.) pour :

Base : Ensemble

● Oui régulièrement

○ Total oui

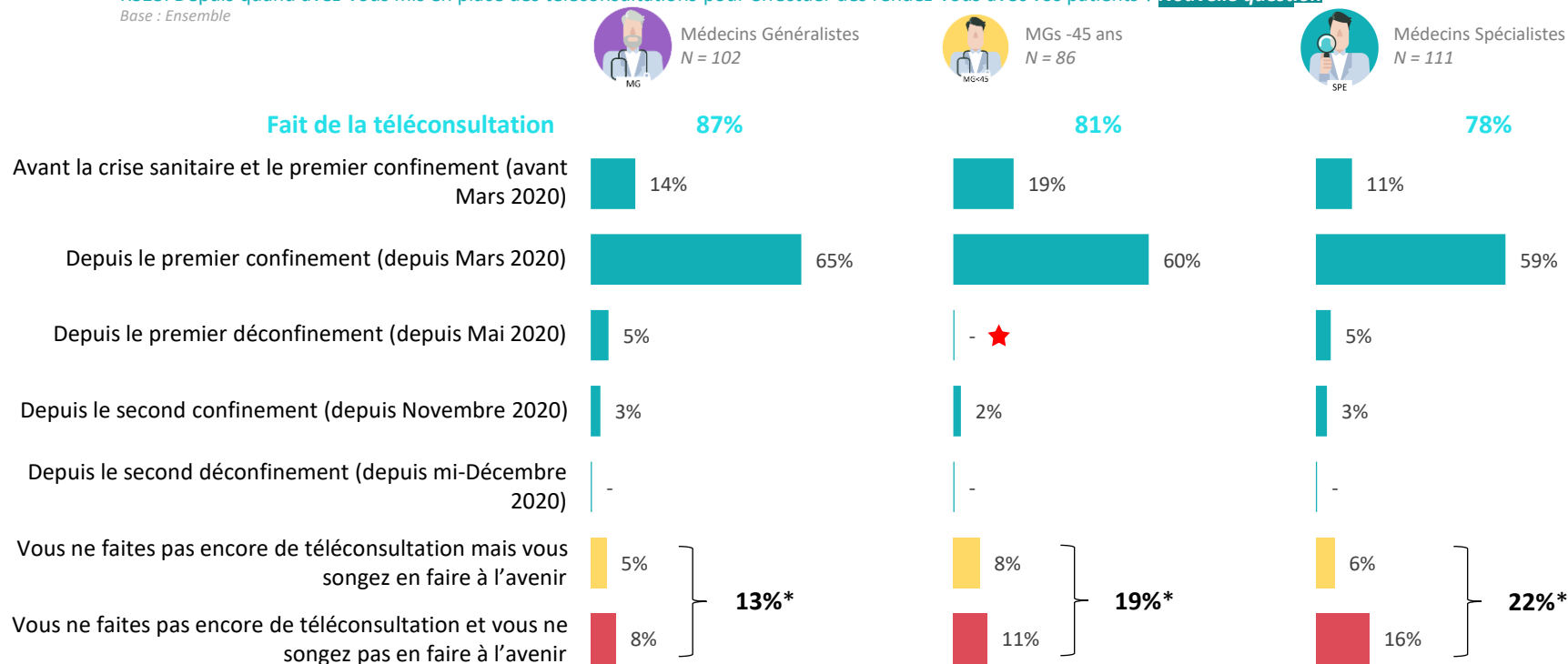




Le 1^{er} confinement a initié l'expérience à la téléconsultation de 6 médecins sur 10 ; à ce jour il subsiste une part de réfractaires.

RS13. Depuis quand avez-vous mis en place des téléconsultations pour effectuer des rendez-vous avec vos patients ? **Nouvelle question**

Base : Ensemble



*Remarque : pas de différence significative entre les populations étudiées. Lorsque l'on étudie les 2 échantillons représentatifs (MGs et spécialistes), en tendance, les médecins plus âgés (> 55 ans) semblent plus réfractaires.

★ Différence significative (+) vs. Médecins Généralistes

★ Différence significative (-) vs. Médecins Généralistes



Si ces téléconsultations ne concernent qu'une minorité des rendez-vous depuis décembre 2020, elles ont donc persisté dans l'après confinement.

RS14. Depuis le mois de décembre 2020, sur 100 consultations que vous réalisez, combien le sont en téléconsultation en vidéo ? **Nouvelle question**

Base : Réalise des rendez-vous en téléconsultation



Médecins Généralistes
N = 89



MGs -45 ans
N = 70



Médecins Spécialistes
N = 86

Moyenne (sur 100 consultations)

14

16

12

Au moins 1 téléconsultation

92%

91%

93%

Plus de 10 téléconsultations

39%

43%

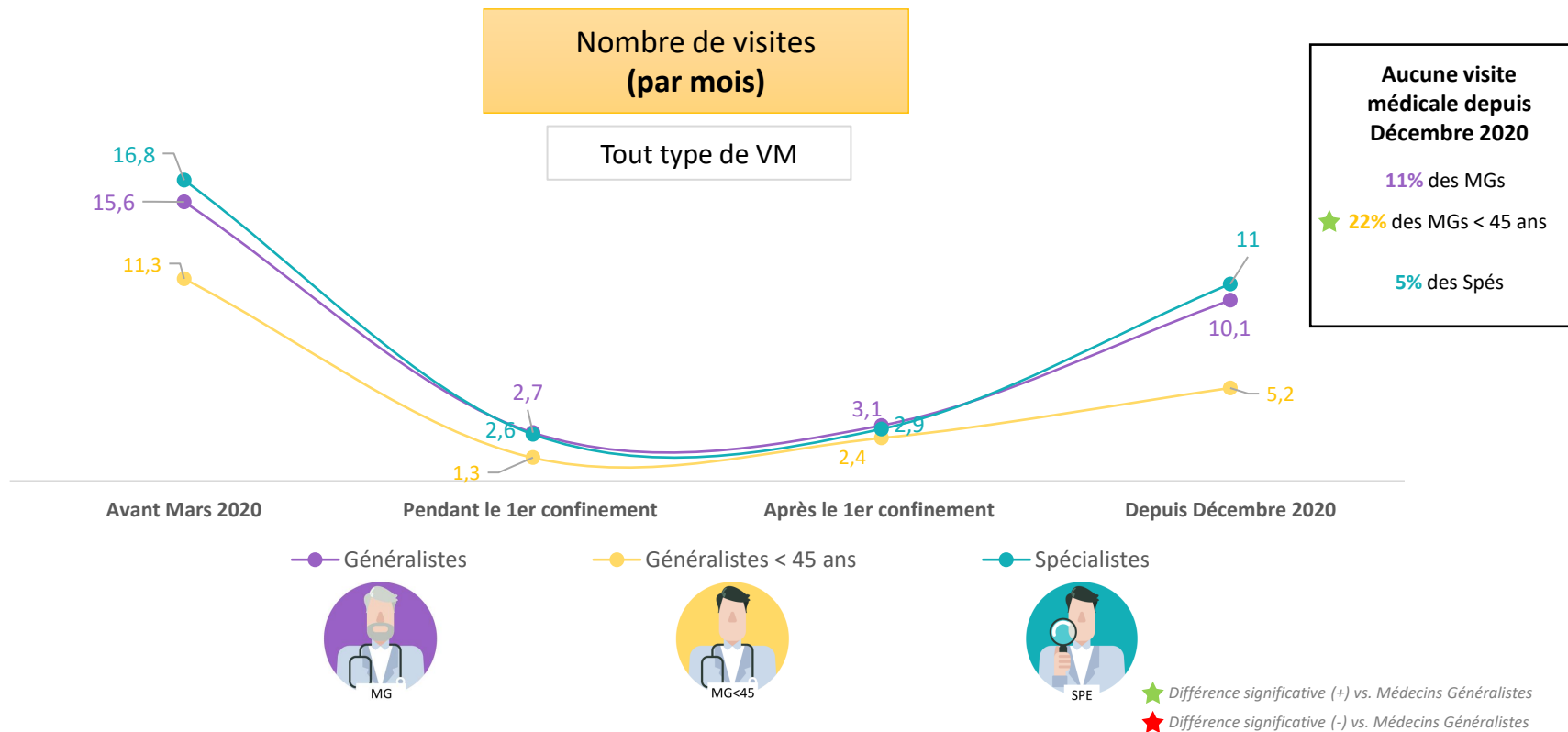
34%



**Un retour des visites médicales en présentiel
qui se confirme début 2021**



Une remontée des visites médicales depuis la fin des confinements stricts, sans pour autant retrouver les niveaux d'avant crise.



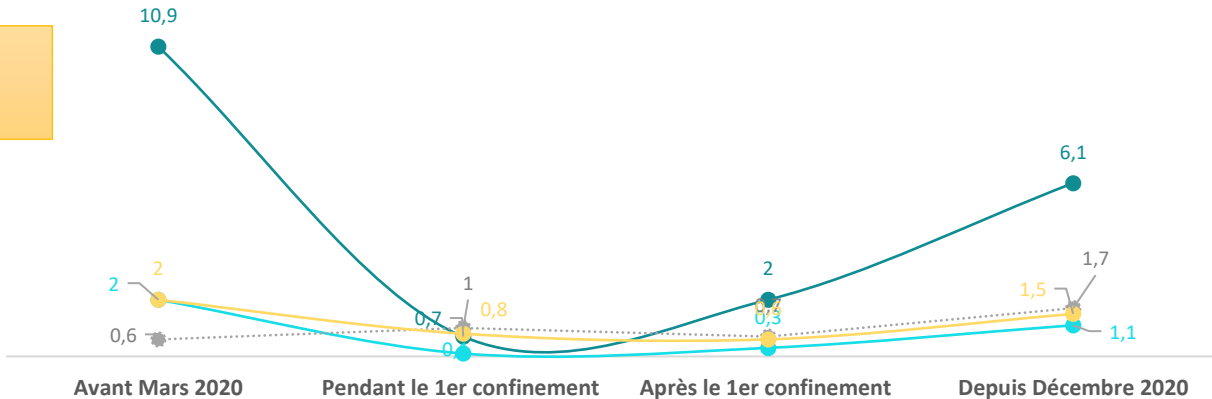


Cette remontée est notamment visible pour les visites en présentiel individuel.

Nombre de visites
(par mois)



MG

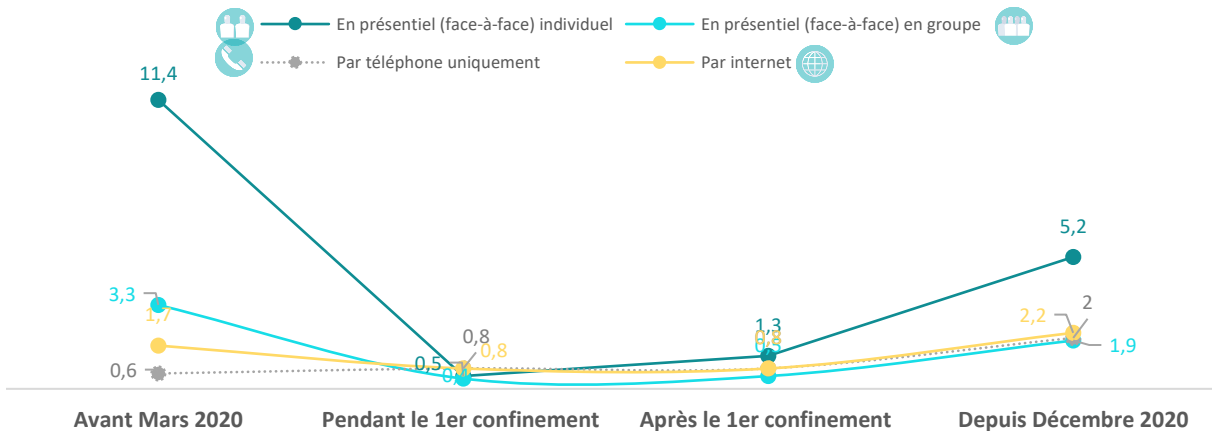


MG<45

Une évolution similaire au MGs, avec des moyennes plus faibles pour le présentiel individuel et le téléphone



SPE

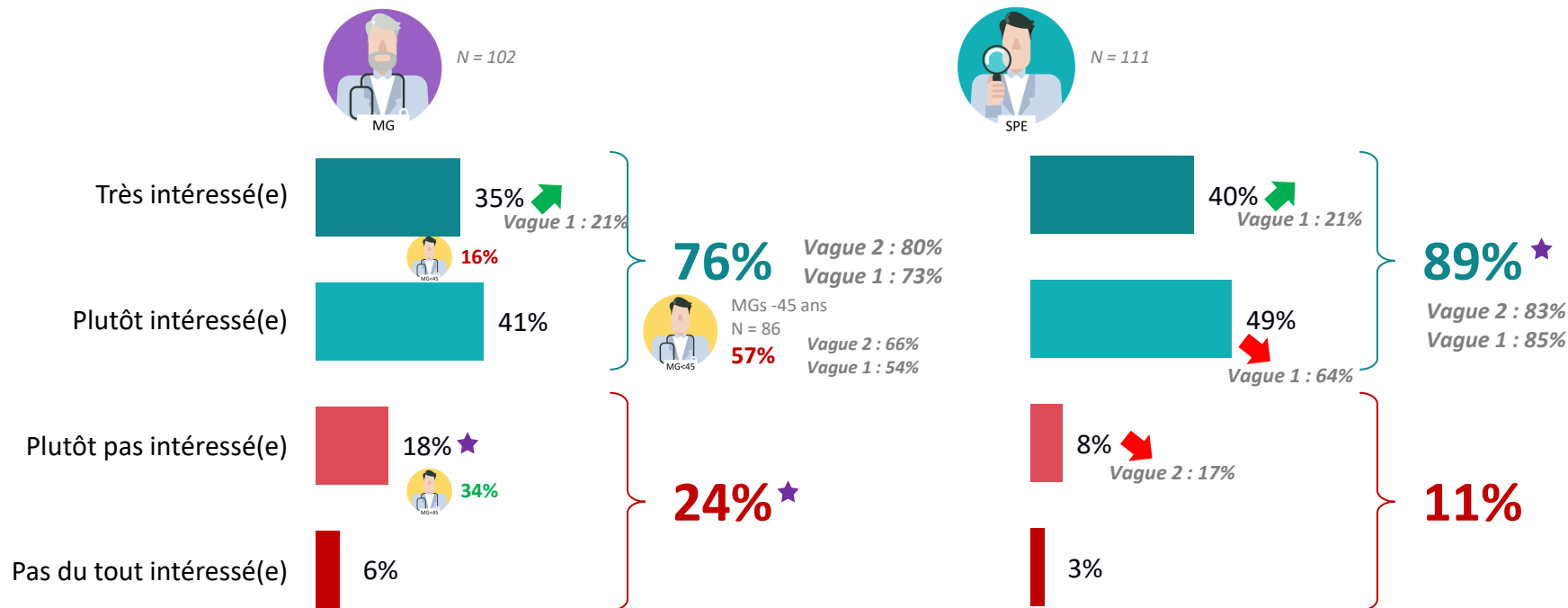




Chez les spécialistes, l'intérêt pour la visite médicale s'est nettement renforcé au cours des derniers mois. À noter également, seuls 57% des généralistes de moins de 45 ans se disent intéressés, un constat similaire aux vagues précédentes.

Q4. D'une façon générale, dans quelle mesure êtes-vous personnellement intéressé(e) pour recevoir de la Visite Médicale dans votre pratique ?

Base : Ensemble



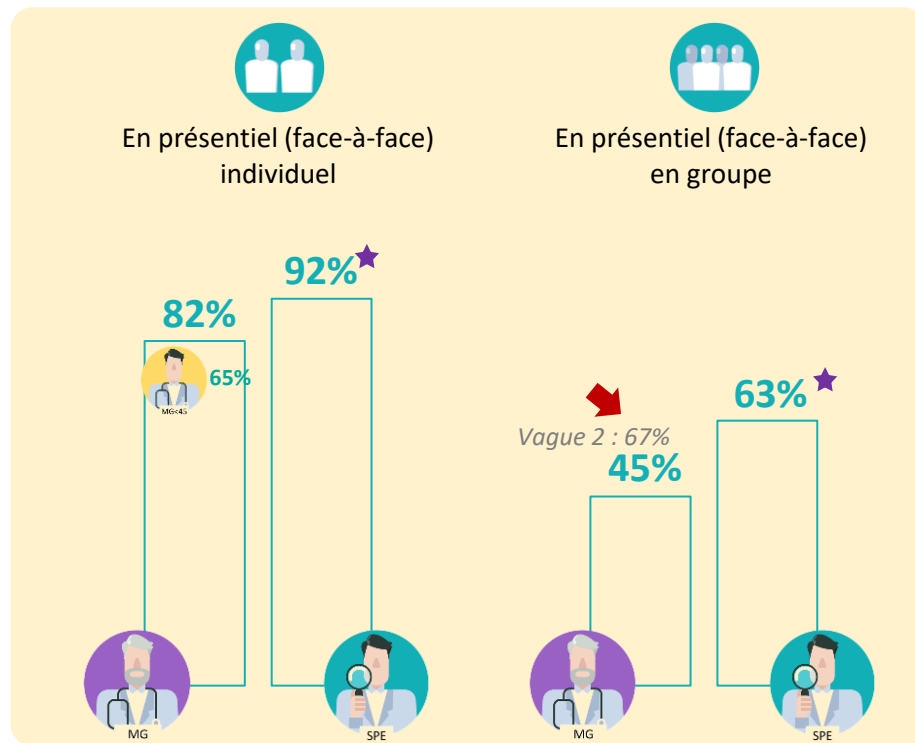
↗ ↘ Différence significative avec les précédentes vagues d'enquête ★ Différence significative entre généralistes & spécialistes



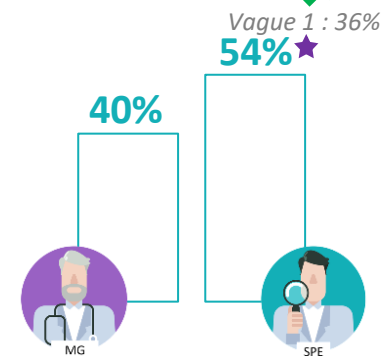
L'intérêt pour les visites à distance, qui avait augmenté suite à l'arrivée de la crise sanitaire, s'est maintenu : un tournant partiel vers le digital confirmé, même si le présentiel reste prioritaire.

Q5. Et dans quelle mesure êtes-vous personnellement intéressé(e) pour recevoir de la Visite Médicale sous les formes suivantes?

Base : Ensemble



% Total intéressé(e)
(Très + Assez)



Médecins Généralistes
N = 102

MGs -45 ans
N = 86

Médecins Spécialistes
N = 111



Différence significative avec les précédentes vagues d'enquête



Différence significative entre généralistes & spécialistes



En parallèle, des attentes sur le discours du visiteur médical, qui doit être objectif et plus scientifique



Les attentes en matière de contenu de visite évoluent à la marge mais font apparaître des attentes clés plus concrètes aujourd'hui : outre l'objectivité, l'apport de contenu scientifique et le besoin de davantage de formation thérapeutique sont plus fortement exprimés, notamment par les MGs.

Principales attentes sélectionnées en matière de contenu de visite (TOP3)

Une visite plus objective



Une visite avec plus de contenu scientifique



Une visite avec plus de formation thérapeutique



Une visite plus documentée sur les résultats d'études cliniques



Une visite plus individualisée, plus en accord avec sa pratique



Anciennes attentes principales : *Une visite qui apporte plus de valeur ajoutée* (Spécialistes), *Plus d'information sur la sécurité du médicament ou produit de santé* (MGs)

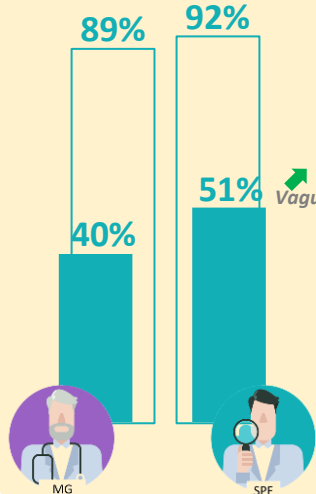
A noter qu'il y avait un champ ouvert pour mentionner d'autres attentes: pas de nouvelles attentes identifiées



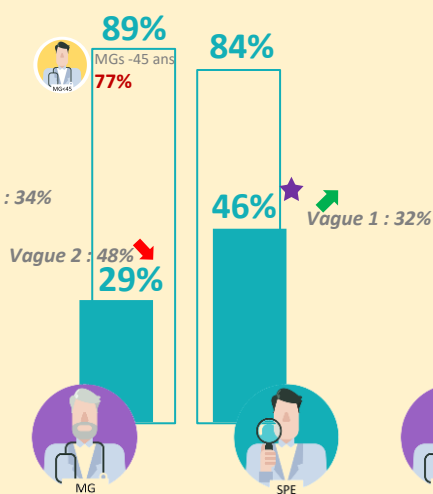
Un triptyque d'attentes qui reste stable: expertise, partenariat et écoute notamment grâce à la VM. Les besoins d'expertise et d'écoute ont même tendance à s'intensifier depuis 1 an auprès de la cible spécialistes.

A l'avenir, tout Visiteur(euse) médical(e) devrait être...

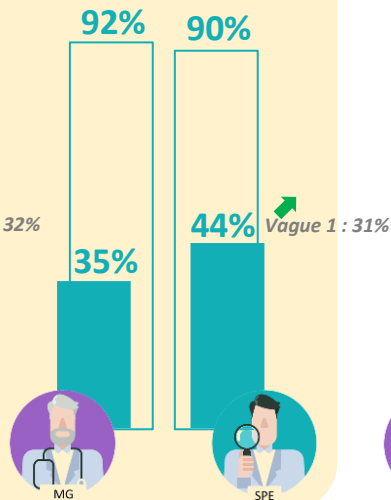
Plus qualifié / plus expert
des pathologies et médicaments ou produits de santé sur lesquels il travaille



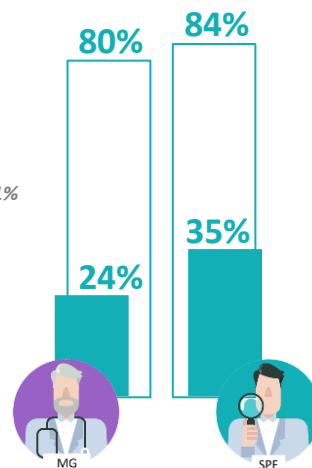
Un véritable partenaire, qui m'aide à améliorer ma pratique et la prise en charge de mes patients



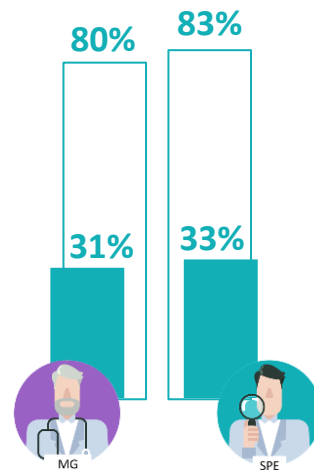
Plus à l'écoute et dans la compréhension de mes besoins et attentes individuelles



facilitateur de la mise en relation avec des tiers



plus respectueux des règles mises en place au sein de mon cabinet / établissement de soin



● Tout à fait d'accord ○ Total d'accord

Médecins Généralistes N = 102 Médecins Spécialistes N = 111

↗ ↘ Différence significative avec les précédentes vagues d'enquête ★ Différence significative entre généralistes & spécialistes



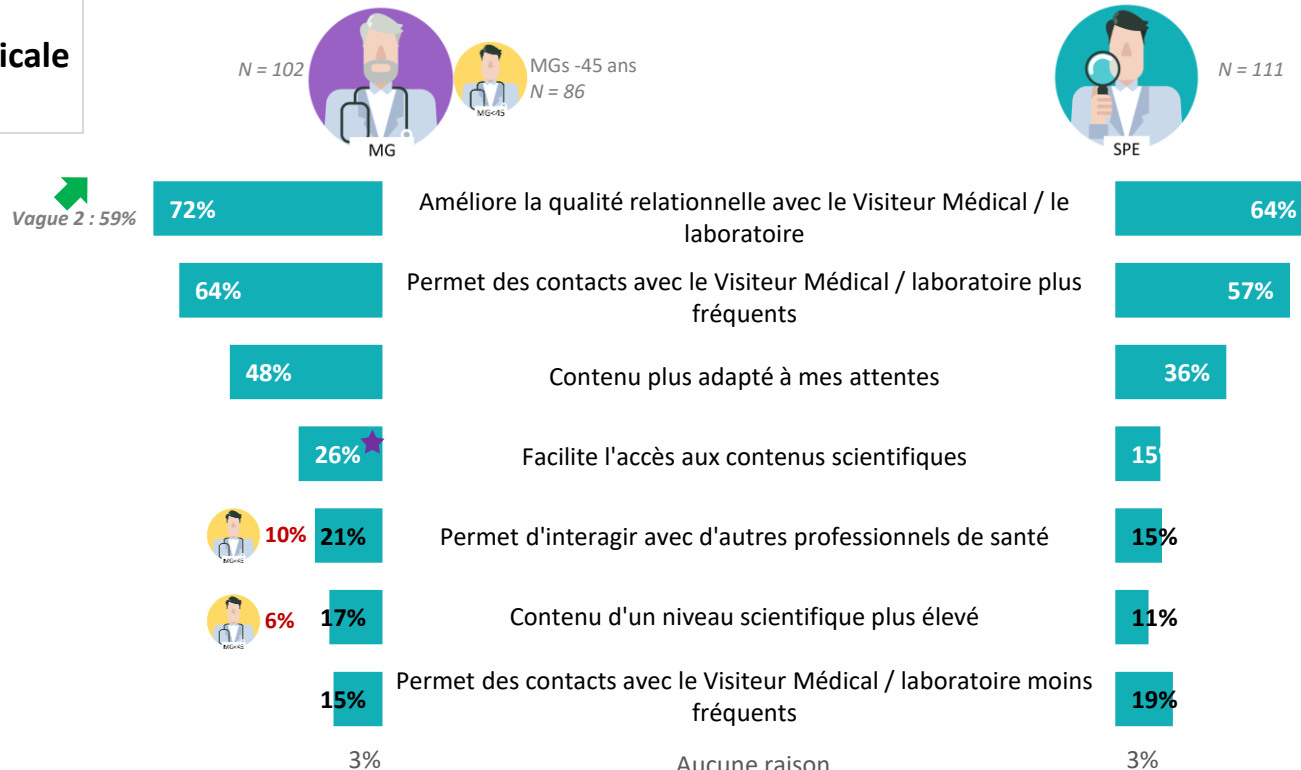
Dans le contexte d'isolement relatif éprouvé depuis 1 an, la visite médicale est LE mode d'interaction, apprécié pour le lien relationnel qu'il permet d'entretenir avec les laboratoires



Chez les généralistes aujourd’hui comme les spécialistes, la visite médicale est plus appréciée pour son apport relationnel et le contact qu’elle permet de maintenir avec les laboratoires que pour le contenu customisé.

Q23. Pour quelle(s) raison(s) principale(s) appréciez-vous ce type de communication ? Base : Ensemble

La visite médicale



Vague 2 : 59%

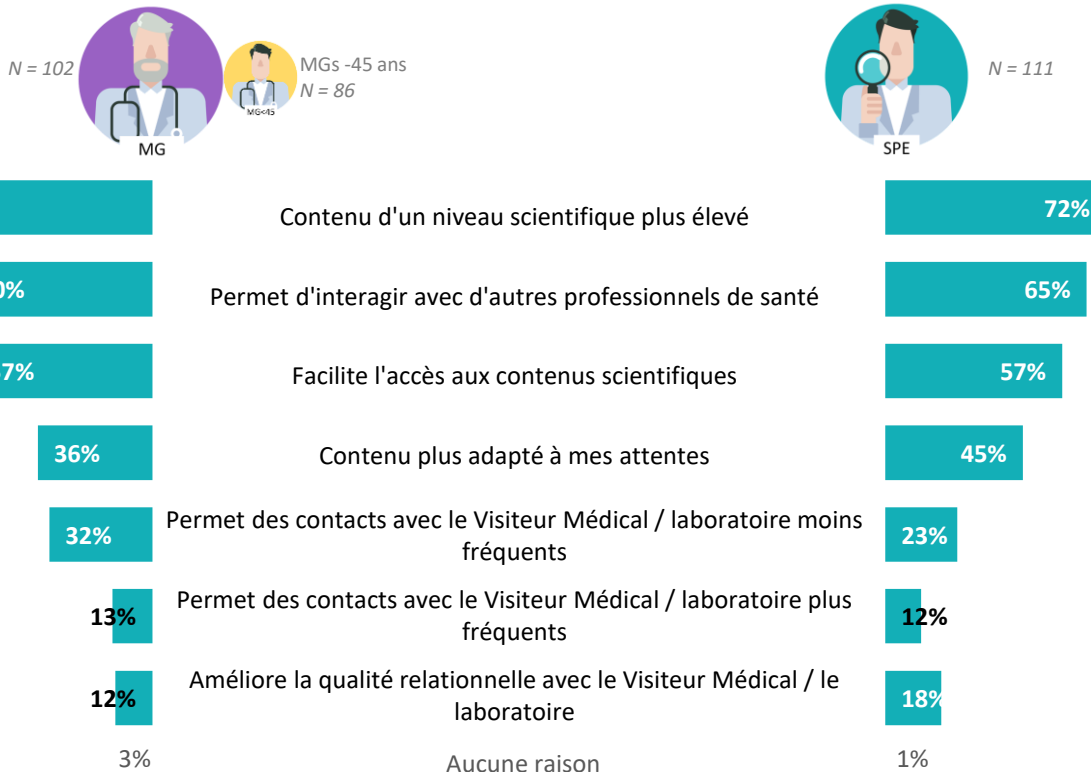
▲ Différence significative avec les précédentes vagues d'enquête ★ Différence significative entre généralistes & spécialistes



Les congrès et les symposiums restent appréciés d'abord pour leur apport scientifique et les interactions avec d'autres professionnels de santé, loin devant l'impact sur la relation avec les visiteurs médicaux et les laboratoires.

Q23. Pour quelle(s) raison(s) principale(s) appréciez-vous ce type de communication ? Base : Ensemble

Les congrès / les symposiums



Pas de différence par rapport aux précédentes vagues de l'enquête



Pas de différence notable chez les jeunes médecins généralistes



Les Réunions Professionnelles continuent d'être perçues comme des lieux d'échanges entre professionnels de santé, mais pas forcément avec les visiteurs médicaux et les laboratoires.

Q23. Pour quelle(s) raison(s) principale(s) appréciez-vous ce type de communication ? Base : Ensemble

Les Réunions Professionnelles avec les laboratoires



Pas de différence notable chez les jeunes médecins généralistes

↓
Vague 2 : 36%

↕ Différence significative avec les précédentes vagues d'enquête



Les Staffs hospitaliers conservent les mêmes avantages qu'à l'automne 2020 : avoir de l'interaction entre professionnels de santé, l'accès à des contenus scientifiques et le fait qu'ils soient adaptés aux attentes des médecins spécialistes en hôpital.

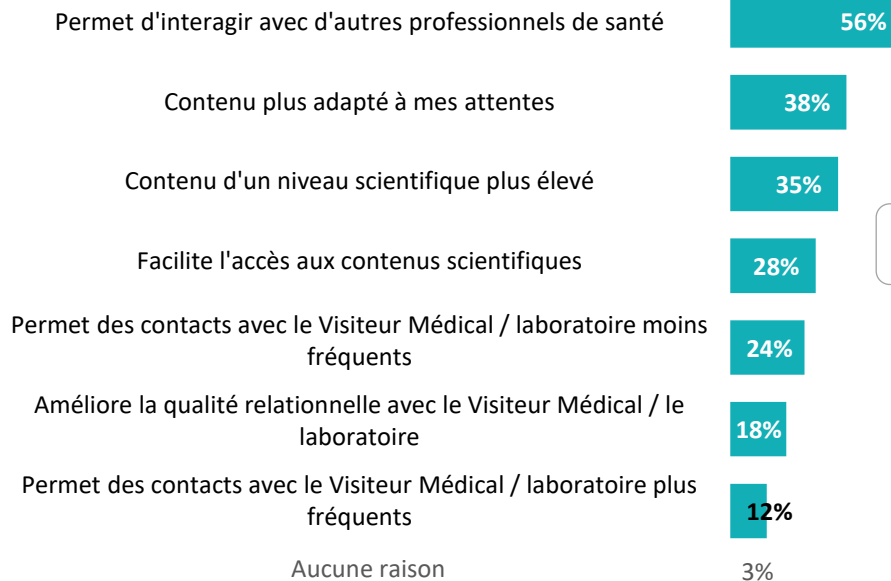
Q23. Pour quelle(s) raison(s) principale(s) appréciez-vous ce type de communication ? Base : Ensemble

Les Staffs hospitaliers



Médecins Spécialistes exerçant en hôpital ou en clinique
N = 85

SPE



Pas de différence par rapport aux précédentes vagues de l'enquête



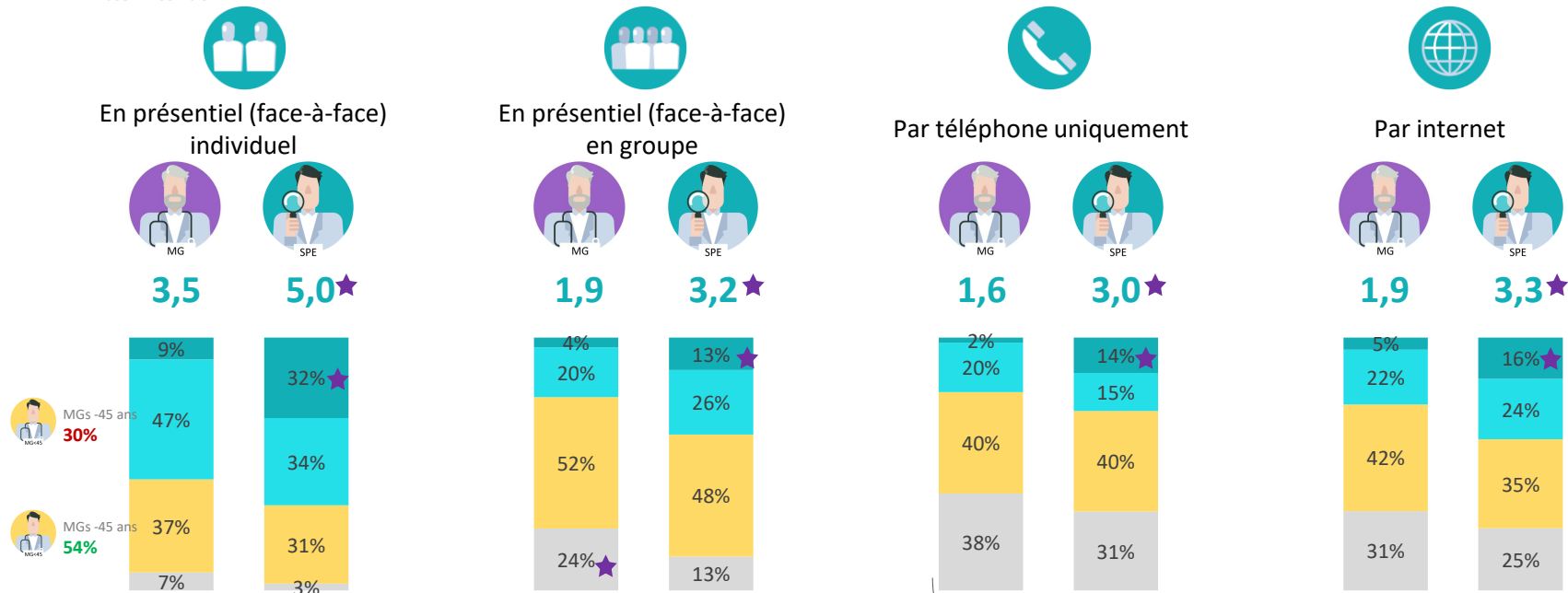
**Des visites qui doivent être « multi-canal »,
incluant le présentiel pour garder du lien,
mais également un contenu numérique
comme accroche additionnelle**



Dans l'idéal, le nombre de visites en présentiel annuel devrait être supérieur au nombre de visites à distance. Les médecins spécialistes sont enclins à plus de sollicitations.

Q16ter. Et quel est le nombre de visites idéal, pour un même visiteur, par an ? **Nouvelle question**

Base : Ensemble



Remarque : les médecins ne souhaitant aucune visite à distance (ni par téléphone ni par Internet) sont des médecins ayant encore peu d'expérience avec ce type de visite.

● Plus de 5 fois ● 3 à 5 fois ● 1 à 2 fois ● Aucune fois

★ Différence significative entre généralistes & spécialistes

Médecins Généralistes N = 102 Médecins Spécialistes N = 111



Dans l'idéal, les visites doivent rester courtes : une dizaine de minutes en moyenne, un peu moins pour les visites à distance. Les spécialistes donnent des durées un peu plus élevées.

Q16bis. Pour chacun des formats de visites médicales suivants, quelle est selon vous la durée idéale, en minutes ? **Nouvelle question**

Base : Ensemble



En présentiel (face-à-face) individuel



En présentiel (face-à-face) en groupe



Par téléphone uniquement



Par Internet

Durée moyenne



Médecins Généralistes
N = 102

11 minutes



MGs -45 ans
21 minutes

12 minutes

5 minutes



MGs -45 ans
12 minutes

8 minutes



Médecins Spécialistes
N = 111

11 minutes

17 minutes ★

5/6 minutes

10 minutes ★

5 minutes ou moins Entre 6 et 10 minutes Entre 11 et 15 minutes Entre 16 et 30 minutes Plus de 30 minutes

★ Différence significative entre généralistes & spécialistes



Comme lors des vagues précédentes, les médecins souhaitent davantage de contenus numériques. Sans rejeter le digital, les spécialistes souhaitent un retour des habituelles visites en présentiel.

Q18. Concernant la forme que devra prendre la Visite Médicale dans l'année à venir, et par rapport à vos habitudes d'avant la crise sanitaire de la covid, est-ce que celle-ci devra d'une façon générale, être...

Base : Ensemble



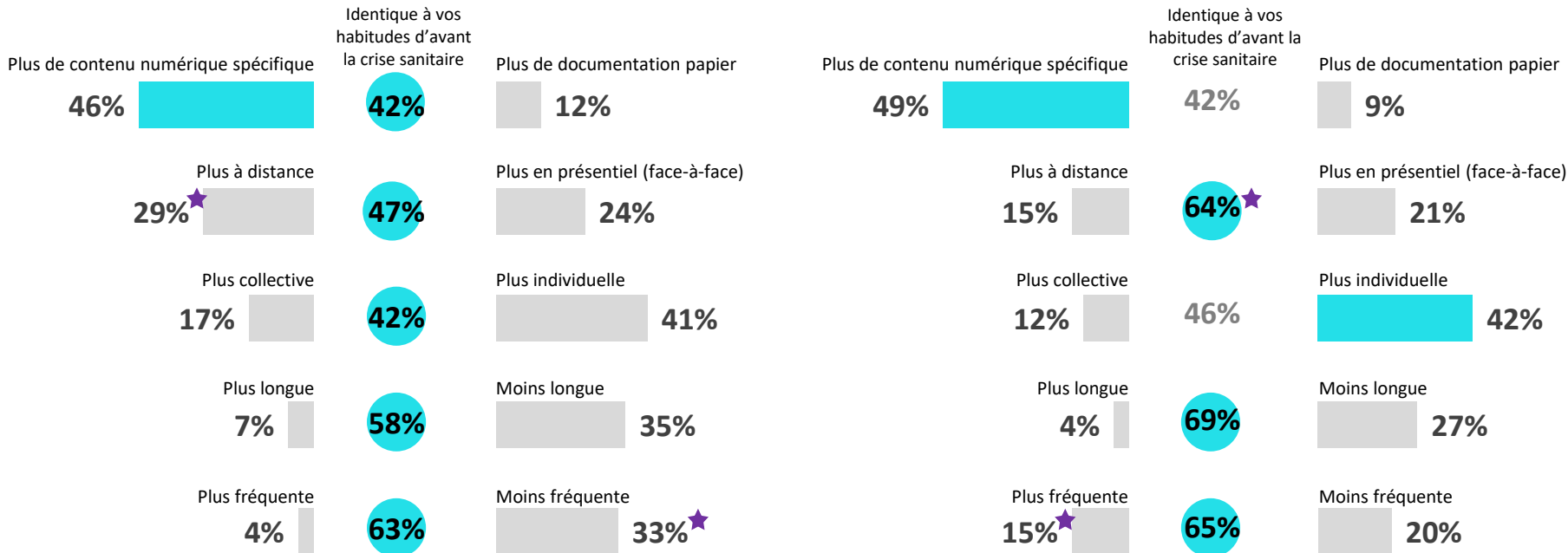
N = 102



Pas de différence notable chez les jeunes médecins généralistes



N = 111



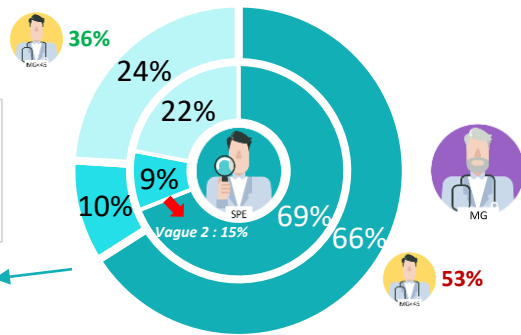
📈 ↗️ Différence significative avec les précédentes vagues d'enquête ★ Différence significative entre généralistes & spécialistes



Un mix des canaux de communication doit s'effectuer : le présentiel reste le canal privilégié pour la visite médicale par les médecins, mais doit se nourrir du digital.

Q22. Veuillez répartir 100 points en fonction de votre degré de préférence entre les formats suivants qui pourraient vous être proposés au cours des 12 prochains mois pour : Base : Ensemble

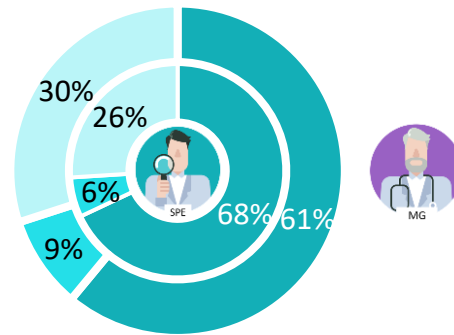
La visite médicale



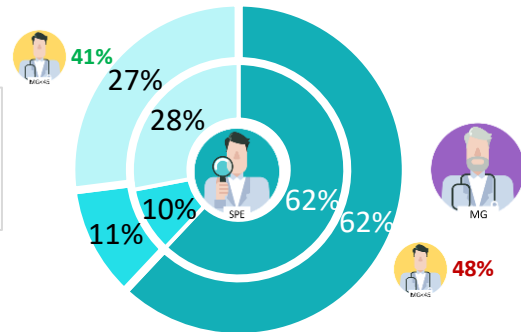
Les irréductibles du présentiel (visite 100% en présentiel)

- MGs 33% ★
- MGs < 45ans 17%
- Spécialistes 27%

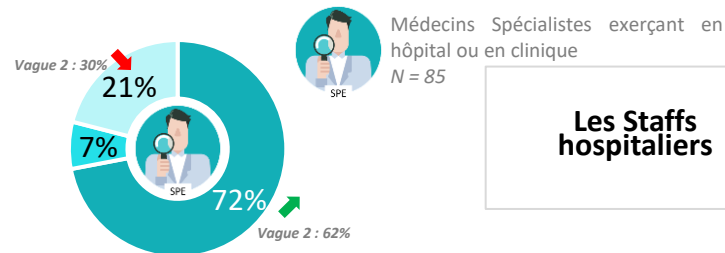
Les congrès / les symposiums



Les Réunions Professionnelles avec les laboratoires



Les Staffs hospitaliers



● Communication en présentiel (face-à-face) ● Communication par téléphone ● Communication par internet (par ex, visio-conférence)

★ Différence significative entre généralistes & spécialistes



Zoom et emailings : deux nouveaux outils acceptés par les professionnels de santé pour informer et rester en contact avec les laboratoires



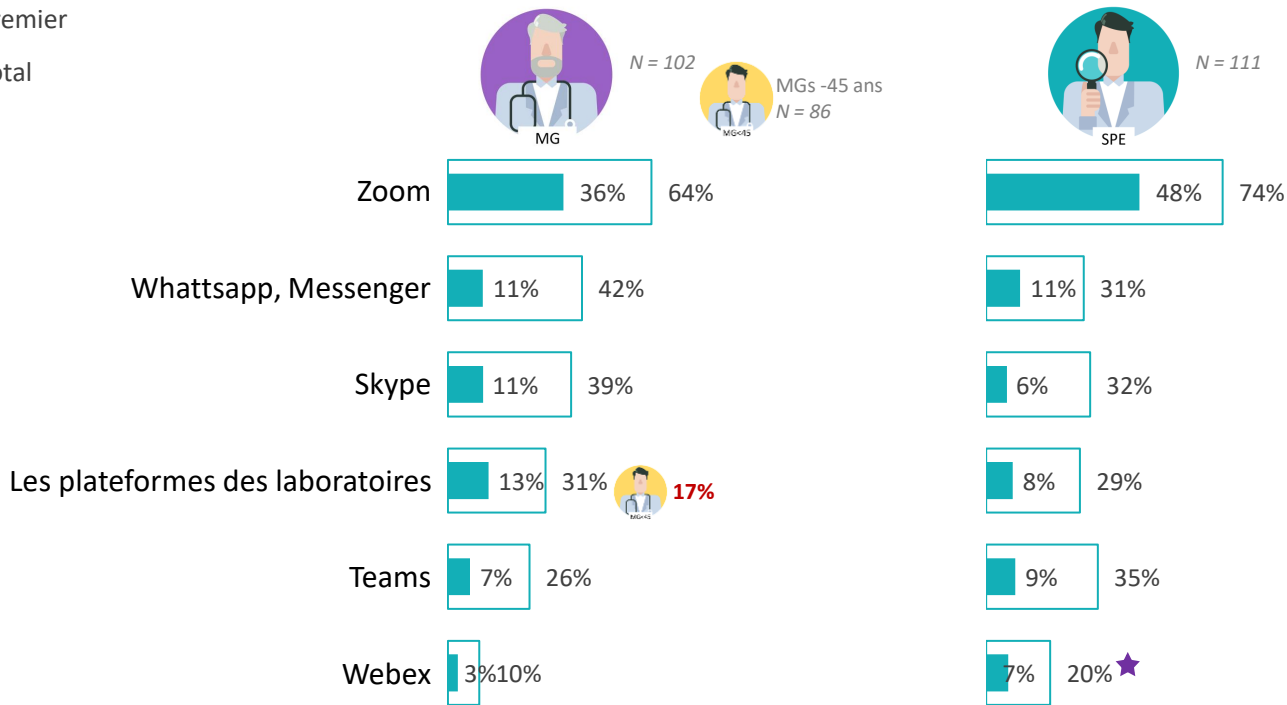
Pour les visites en visio-conférence, l'outil le plus adapté parmi l'offre à disposition serait le logiciel Zoom.

Q24. A l'avenir, il est probable qu'une partie des visites se fasse via Internet, en visio-conférence. Selon vous, quel(s) outil(s) considérez-vous comme les plus adaptés pour ces visites ? **Nouvelle question**

Base : Ensemble

● En premier

○ Au total



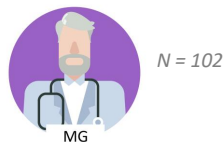
★ Différence significative entre généralistes & spécialistes



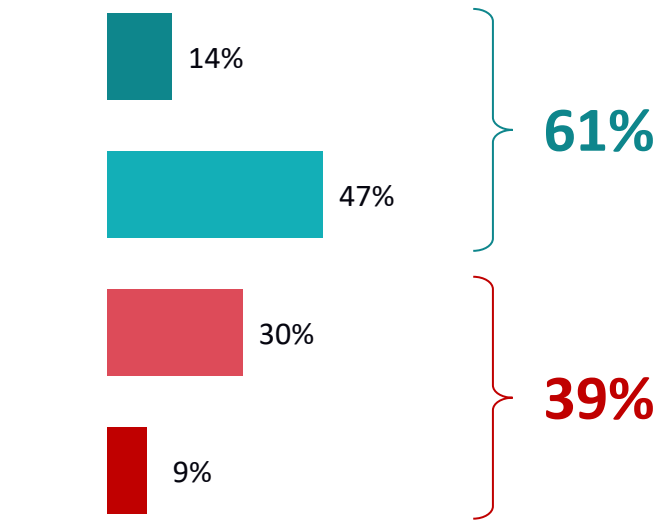
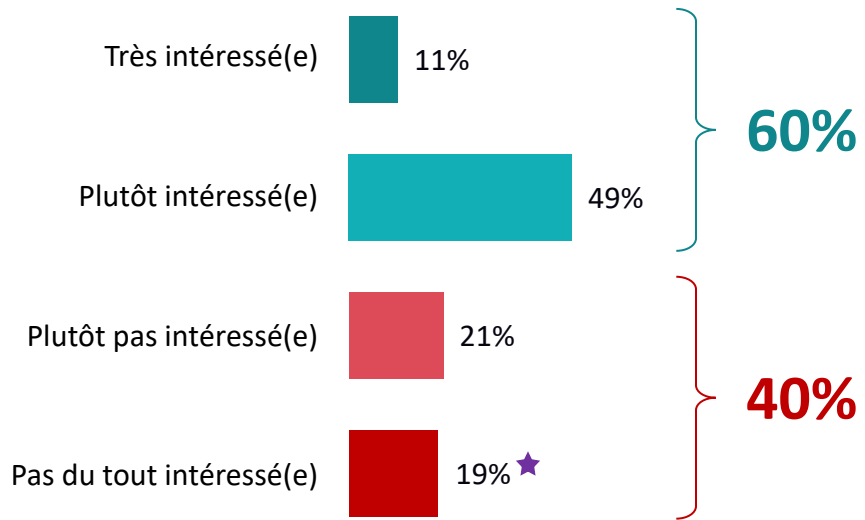
Enfin, 6 médecins sur 10 seraient intéressés pour recevoir des informations par mail en complément des visites par Internet.

Q25. Enfin, certaines informations pourraient-être envoyées directement par les laboratoires sur votre adresse mail en complément des visites par internet. Dans quelle mesure seriez-vous intéressé ? **Nouvelle question**

Base : Ensemble



Pas de différence notable chez les jeunes médecins généralistes



★ Différence significative entre généralistes & spécialistes



EN CONCLUSION

“ L'émergence et le recours aux nouvelles technologies n'empêche pas une volonté de retrouver les anciennes pratiques présentesielles

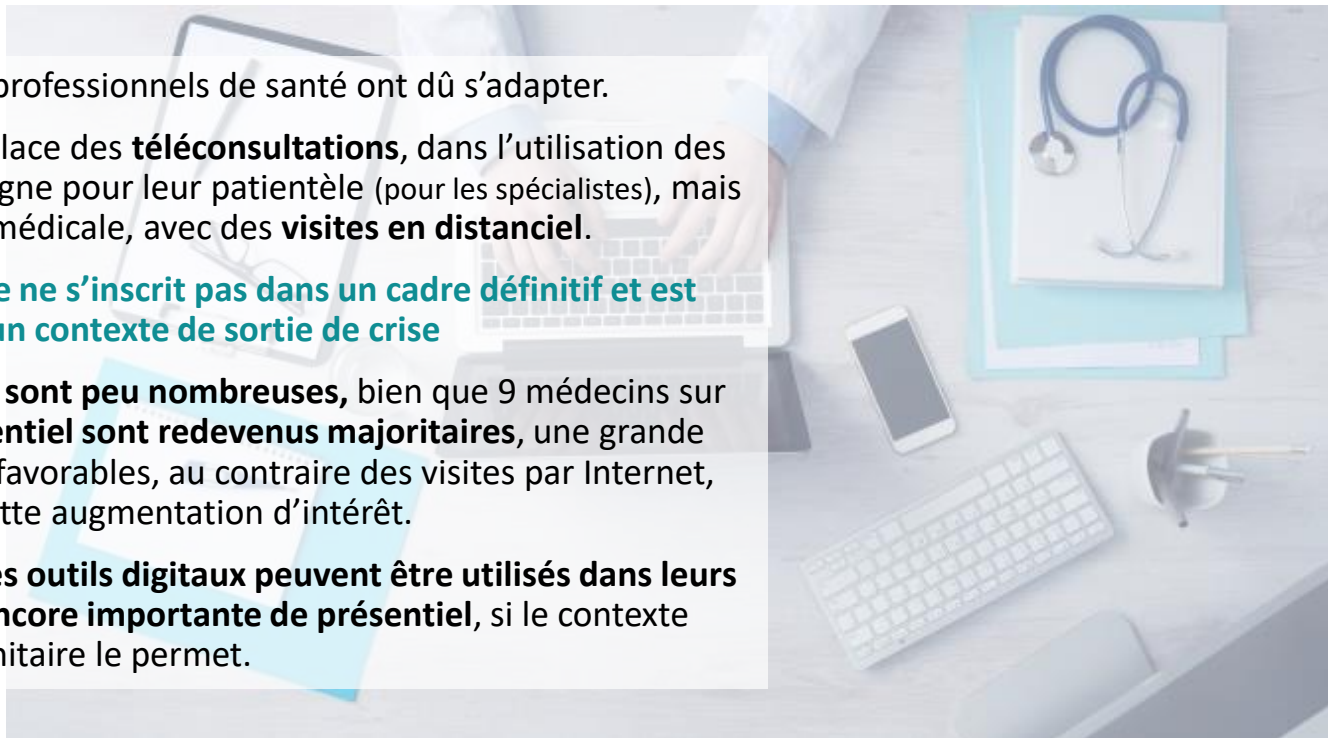
Avec la crise sanitaire, les professionnels de santé ont dû s'adapter.

Ils ont progressé dans la mise en place des **téléconsultations**, dans l'utilisation des outils de **prise de rendez-vous** en ligne pour leur patientèle (pour les spécialistes), mais également dans la visite médicale, avec des **visites en distanciel**.

Cependant, ce virage numérique ne s'inscrit pas dans un cadre définitif et est pondéré dans un contexte de sortie de crise

Aujourd'hui, **les téléconsultations sont peu nombreuses**, bien que 9 médecins sur 10 l'utilisent. **Les visites en présentiel sont redevenus majoritaires**, une grande proportion des médecins y étant favorables, au contraire des visites par Internet, bien qu'en nette augmentation d'intérêt.

Pour les professionnels de santé, **les outils digitaux peuvent être utilisés dans leurs pratiques mais avec une part encore importante de présentiel**, si le contexte sanitaire le permet.





Une communication multi-canal avec pour objectif de renforcer la notion de partenariat entre PDS et laboratoires

L'avis des médecins sur le contenu de la visite médicale reste similaire à celui mesuré lors des deux premières vagues.

L'objectivité du discours et le contenu scientifique délivré restent deux attentes majeures lors de la visite, mais la demande de formation thérapeutique devient un nouvel enjeu.

L'expertise du délégué doit se faire ressentir lors de la discussion, qui doit être aussi objective que possible, de même qu'il doit être **un vrai partenaire** du médecin

Au contraire des congrès, RPs et Staffs Hospitaliers, **la visite médicale reste** pour beaucoup de professionnels de santé **le moyen d'améliorer la qualité relationnelle** avec le Visiteur Médical et le laboratoire.

Les visiteurs médicaux, bien que pouvant utiliser les outils numériques pour communiquer autrement, **doivent donc conserver du présentiel pour créer ou garder du lien.**





Recommandation °1 :

Un retour nécessaire de la VM en présentiel individuel, mais optimisée pour répondre aux exigences pratiques des médecins :

***Une dizaine de minutes,
Trois à cinq fois par an***





Recommandation °2 :

Un enrichissement du contenu de la visite médicale, avec une information objective et scientifique, de la formation thérapeutique et des résultats d'études cliniques.

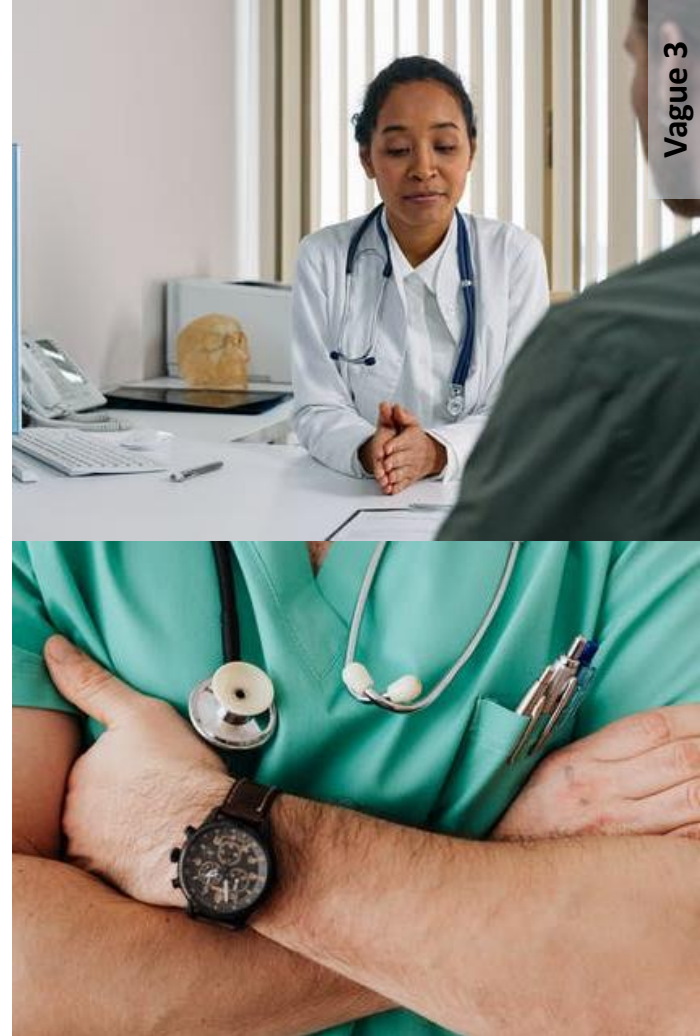
Un besoin de se mettre à jour sur les avancées médicales ?





Recommandation °3 : différencier les stratégies entre généralistes et spécialistes

- ***Généralistes : + de visite à distance et moins fréquente pour les plus jeunes, et pour tous de la formation thérapeutique***
- ***Spécialistes : + de VM en présentiel, des besoins de résultats d'études cliniques, une volonté plus forte de faire de la visite médicale un axe de partenariat entre médecins et laboratoires***





Recommandation °4 :

Une communication sur plusieurs canaux, chacun présentant des avantages pour différents types de contenus

Les visites en présentiel restent obligatoires, et pourraient être rythmées par des visios et des échanges par email pour construire et maintenir la relation



MERCI POUR VOTRE ATTENTION

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



Rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN

RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats
d'études
dans votre boîte mail en vous abonnant à notre
[newsletter !](#)