

## Prácticas que llegaron para quedarse

### *Contactos Digitales – Virtuales = Su evolución*

La pandemia impulsó la práctica de la virtualización casi obligada y como única opción para poder llevar a cabo nuestro trabajo.

En este artículo vamos a ver cuál fue el impacto en la industria farmacéutica, y como hoy siguen eligiendo la virtualización como una herramienta más de apoyo a la fuerza de ventas de los laboratorios.

La industria farmacéutica, no va a obviar el hecho de que los médicos se encuentran cada vez más "amigos" de las nuevas tecnologías y las utilizan muy bien. Es por eso que la comunicación con los médicos se torna cada vez más fluida haciéndoles llegar digitalmente toda aquella literatura informativa que se considera de interés para ambas partes.

La nueva era del eDetailing lleva asociada, el eLearning donde la capacitación y formación continua del médico son, o deberían ser, importantes incentivos. De esta forma, al médico se le brinda el acceso a un buen material informativo/educativo, a la vez que se promociona un cierto producto (indicaciones, dosificación, efectos secundarios, interacciones...).

eDetailing + eLearning es una magnífica estrategia para conocer las necesidades de los médicos y compartir contenidos formativos y mensajes promocionales. Además, con dichos planes, el laboratorio puede trazar y registrar las preferencias de los médicos, así como obtener estadísticas e informes de gran valía para sus campañas futuras.

Webinar, uno de los formatos instructivos que combinan eDetailing + eLearning. Vídeos multimedia, diapositivas, vídeos protagonizados por KOLs (key opinion leaders), casos clínicos, etcétera. Mediante esta tecnología se orquestan campañas de marketing, refinadas tecnológicamente, dirigidas al médico indicado, en el momento correcto y con el mensaje adecuado.

### **Diferentes tipos de contactos virtuales. Preferencias a lo largo del año 2021**

**Las video llamadas:** Usadas por el equipo de ventas, reuniones de negocio y con determinado segmento de médicos.

**E-Detailing:** Llegando a los médicos y farmacias con todo tipo de material digital vía mail, WhatsApp etc..

**Webinar:** Envío de Webinar llegando con capacitaciones y congresos.

**Presentaciones:** Gran ahorro de material impreso que luego de presentarlo el médico puede acceder cuando lo necesite.

### **¿Porque la industria farmacéutica adopto estas prácticas?**

Salimos a preguntarles y esto nos respondieron, "Más médicos prefieren leer material en forma digital", "Mejor manejo de los tiempos de contacto", "Las visitas virtuales y digitales se complementan con las presenciales", "Aumento de área de cobertura", "Reducción de costos en impresión de literatura".

### **Resumiendo...**

Los escenarios cara a cara siguen gozando de un valor inestimable y los visitantes médicos siguen siendo claves en el proceso, eso sí, con la tecnología como gran aliada. Además de que éste puede explotar dichos canales digitales en sus visitas, puede abordar las preguntas o solicitudes específicas de los médicos tras las experiencias formativas digitales de éstos, pudiendo complementar y asistir cualquier duda posterior (de forma telefónica, videoconferencia o presencial). Las experiencias de eLearning y de eDetailing facilitan sobremedida la labor del visitador acercando, los contenidos a los médicos, a la vez que propician contactos de mayor duración y discusiones más fructíferas, personalizadas y valiosas para todas las partes.

Alberto Renedo

Director de Software Pro Data S.A.

Tel. 3990-7248

[ficheromedico@callmed.com.ar](mailto:ficheromedico@callmed.com.ar)