

医生思维

- 在临床工作中，医生们首先会考虑保护病人，使用风险最小治疗方式作为首选。

从病人出发

- 当今医学发展使我们生活在一个“病人优先于疾病”时代。

医生首要标准

- 所谓首要标准，是指医生们依据临床治疗某一优先考虑标准而处方药品。
- 医药代表任务是，针对每名医生，发觉他在一类治疗药品中最关注方面，然后展示给他们，你产品可能恰好适合他们首要标准。
- 医药代表关注点不在于关心首要标准对错。任务是分析自己产品能给医生病人带来哪些益处。
- 医药代表能够让医生先试着给病人 处方，尤其是经典病人亚型，然后从最经典病人亚型扩展到其它病人。

关于正面信息

药品正面信息（印象）是使医生最先记住关键，而且能使医生在面对病人处方时，立刻回想起来，从而促进临床使用。

关于负面信息

- 负面信息是强有力武器，极其有效，即便是不真实。仅仅一个负面信息就能够使医生不考虑医药代表药品。
- 医生头脑中仅仅记住大大精简后药品清单，比如，医生会这么思索：**A**药品可能使病人体重增加，**B**药品在药品相互作用方面最差，**C**药品有心脏方面危险，**D**药品太贵，只有**X**药品能用了。
- 利用逻辑、劝导、说服，以及一起你需要和能得到资源、医学文件、教授意见。最终，一定不要忘记打败负面信息最有力武器是：“医生，我相信你个人临床治疗经验。”

扩展医生头脑中药品清单

- 假如你药品还不是（某位医生客户）首选药品，而你认为它应该是，千万不要试图经过攻击对手而取代它。你需要做仅仅是说服医生“你药品也值得作为医生首选”。
- 不要挑战医生头脑中首选药品，而要试着使你药品和那种药品形成同盟，然后你能够从医生头脑中对原有首选药品好感中，得到情感光环照耀。

影响医生处方习惯原因

- 小范围、偶然、医生自己经验，即使显而易见很有不足，但当医生再次处方时，它们就出现在医生脑海中。
- 医药代表在造访时，集中话题、集中时间来探寻医生个人临床经验。
- 医生会夸大并牢记记住良好个人临床经验和负面经验。
- 上市之后，药品一些方面并不完全清楚，缺乏大规模临床研究支持，在医药代表造访医生时，将是考验其创造性、毅力和激情最正确时机。医药代表对产品信心和技巧，将传递给医生。

医生认知与实际差距

- 医生：“一直在用你药”。可是处方统计显示实际销售少可怜。当然，部分医生可能在敷衍你或坑骗你。但大多数医生（误）认为他们已经在大量使用你药品！
- 正因为使用你药品如此之少，反而，每次用药都记得清清楚楚。

医生对医药代表期待

- 标准职业着装和绅士风范
- 对全部你碰到医务人员都要保持礼貌，包含病人
- 对医生所需要（相关药品）信息和服务快速回应
- 很轻易而且可靠地得到医药代表们服务

关于造访频率

- 医药代表们医生客户期待着以一定频率见到医药代表，可能每七天1次，可能每个月1次，医生们在等候着医药代表们，可医生们从来不告诉医药代表们！
- 每名医生都在心里有个期待，间隔多长时间医药代表应该出现.....来帮助治疗病人。
- 与医生保持接触，尽管这种做法时常被认为似乎没有效果，但它能满足医生期望。
- 琢磨每名医生秉性和癖好，并按照每名医生口味去迎合其期望。
对医生了解和自己判断

关于造访频率

- 假如医药代表没有按照医生期望那样出现，医生会认为医药代表工作不努力，或者，他们会认为，对于医药代表来说他不主要。
- 假如医生对你药品开始有负面体验，或感觉使用你药品很麻烦、疗效不好，医生对医药代表不常来解读是：这个药品有问题，医药代表不敢来。所以这个药品不应该是一线药品或者根本不值得用。

怎样做新产品造访

HITEC模式：

(How Indications Trouble Experience Cost)

首先，介绍怎么用？

正确剂量，怎样逐步加量时机，加大药品剂量幅度，最大用药量，事务是否干扰药品吸收，天天使用药品恰当初间等。

注意轻松谈话方式：“我晓得您已经知道药品X是天天两次使用方法，下面我想向您介绍对于.....”

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/287033110153006133>