

# La visite médicale digitale pour les délégués médicaux

Nouveau

Classe virtuelle

Exclusivité IFIS

Stage pratique

**INTRA**

Organisez cette formation dans  
votre entreprise

Code produit : **VMD**

- Vous maîtriserez les outils digitaux de visioconférence au service de l'information et de la communication avec les professionnels de santé.
- Vous adopterez les bons comportements de promotion pharmaceutique à mettre en œuvre au cours d'un rendez-vous numérique avec un ou des professionnel(s) de santé.
- Vous détiendrez des clés de réussite grâce à des techniques de communication/d'animation adaptées au contexte de la visite médicale digitale.

## PROGRAMME

### Module 1 – Maîtriser les outils de communication à distance

- Identifier les situations nécessitant l'utilisation d'un outil de visioconférence
- Les bonnes pratiques générales d'utilisation d'un outil de visioconférence
- Tour d'horizon des logiciels/solutions digitales utilisées par le laboratoire et les collaborateurs
- Savoir utiliser l'outil pour la création et l'organisation d'une réunion de visioconférence
- Savoir maîtriser les fonctions de l'outil pour l'animation d'une réunion en visioconférence
- Les réflexes essentiels pour faire face à des problèmes techniques

### Module 2 – Les techniques de communication appliquées à la visite médicale à distance

Diagnostic personnalisé de ses capacités à prendre efficacement la parole face à un interlocuteur lors d'une visite médicale digitale (5 axes : corporel, vocal, relationnel, émotionnel, intellectuel)

#### Travailler sa confiance et mieux gérer son trac

- Connaître les mécanismes du trac (physiologiques et psychologiques)
- Découvrir les 10 étapes de la gestion du trac
- Apprendre à se détendre avant une présentation orale à distance
- Travailler sa respiration basse pour éviter l'emballement du stress

#### Apprendre à créer une relation favorable avec son interlocuteur

- Les trucs et astuces pour l'installation d'une communication efficace

- S'entraîner à créer l'impact dès les premiers instants
- Apprendre à traiter son interlocuteur à distance comme un partenaire et non comme un juge
- Apprendre à créer l'interaction digitale, lancer les échanges, répondre aux questions

#### Apprendre à structurer une présentation digitale claire et convaincante

- Avoir les bons réflexes lors de la préparation de sa présentation à distance
- Apprendre à argumenter pour convaincre
- Utiliser la règle de 3 pour favoriser la mémorisation de ses messages clés

#### Travailler sa présence physique en virtuel pour donner du « corps » à sa parole à distance

- Prendre conscience de l'image de soi que l'on transmet à l'interlocuteur à distance
- Trouver la bonne posture derrière son écran
- Travailler sa gestuelle devant la webcam
- Apprendre à occuper l'espace disponible dans une interface digitale

#### Faire de sa voix son alliée lors d'une communication digitale

- Apprendre à projeter sa voix dans un micro et à limiter les risques liés au son
- S'entraîner à articuler distinctement
- Moduler le ton pour accrocher l'attention
- Faire des phrases courtes et oser le silence face au professionnel de santé

#### Savoir gérer les situations délicates à distance

- Répondre à une objection en 4 étapes
- Travailler son écoute empathique pour désamorcer les situations conflictuelles
- Rester maître de la situation en recadrant la visite médicale digitale si nécessaire

## PROGRAMMATION

Organisez cette formation dans votre entreprise, au bénéfice de vos seuls salariés. Le programme de votre formation peut être adapté à vos process et spécificités. **Contactez-nous.**

## CONTACT

Lisa FERNANDEZ  
01 41 10 26 91  
l.fernandez@ifis.fr

- Faire face aux questions inattendues et savoir répondre sans avoir préparé

### Module 3 – La visite médicale à distance : de la préparation à la réalisation

#### Penser la visite médicale à distance à l'ère du multi/omni-canal

- Définitions et conséquences sur le métier de visiteur médical
- Adopter le multicanal : mais comment ?

#### Écart entre la visite médicale en présentiel et à distance

- Analyse des différences et compréhension des enjeux
- Rendez-vous en visioconférence : quel impact ?
- Conserver une capacité d'écoute du non verbal et des signaux faibles

#### La préparation d'une visite médicale digitale

- Quel(s) objectif(s) du rendez-vous ?
- L'historique de la collaboration avec le professionnel de santé
- Besoins patients exprimés ou supposés
- *Training* : préparation, définition d'objectifs, supports

#### La stratégie de la promotion à distance

- Définir en quoi ce rendez-vous sera utile au professionnel de santé et efficace pour ses patients
- Identifier en quoi le rendez-vous est en lien avec le(s) besoin(s) de l'interlocuteur
- Quel(s) message(s) prioritaire(s) et sous quelle forme à distance
- Quels outils disponibles à utiliser (document, animation, études...)
- Quelle conclusion serait utile et efficace pour ce rendez-vous digital
- *Training* : préparer une stratégie distancielle impactante

#### La mise en œuvre de la visite médicale digitale

- L'importance de poser le cadre et de le faire valider par son interlocuteur
- Accroître les interactions avec le professionnel de santé
- Encre sa proposition dans l'actualité du professionnel de santé
- Partager des besoins « patients » en cours et les réponses à y apporter
- Mettre en œuvre l'écoute active et la reformulation à distance
- *Training* : avoir un échange impliquant, qui engage

#### Savoir mesurer l'impact du rendez-vous distancié

- Conclure efficacement un rendez-vous
- Garantir l'engagement de chaque partie
- Formaliser dans son CRM un compte-rendu utile pour les prochaines interactions

### Module 4 – Réinventer son approche de la visite médicale à l'ère du digital

#### Prendre du recul sur son rôle de délégué pharmaceutique

- Prendre conscience de mon apport et mon positionnement en tant que délégué
  - Se réapproprier les notions de proposition de valeur relationnelles et produit/service
  - Comprendre notre vision du rapport délégué / professionnels de santé, et ce que celle-ci raconte de nous
  - Discuter les évolutions du métier et les attentes des médecins suite à la COVID
    - o Multi/omni-canal : diffuser la valeur ajoutée du délégué au travers des différents canaux
- Se dépolluer des parasites encombrants
  - Savoir reconnaître et exprimer sa légitimité de délégué vis-à-vis des professionnels de santé
  - Analyser ses peurs dans la relation avec les professionnels de santé (pensées limitantes, croyances, etc.)
  - Appliquer le principe de responsabilité au quotidien : « Je fais mon travail, et je ne décide plus à la place du professionnel de santé ! »
  - Atelier pratique : « En quoi je suis une opportunité pour mon PDS ? »

#### Clarifier sa posture de communication en tant que délégué

- Demander versus Proposer : le rôle de l'assertivité et du niveau de l'échange délégué / médecin
- Être au service oui, mais de quoi ? ou de qui ?
- Les 7 lois de l'influence pour créer de l'engagement chez son médecin

#### Comprendre les enjeux implicites de la prise de rendez-vous

- Propositions de valeurs : repenser sa relation avec le médecin (produit, service, autre)
- Déclencher l'envie chez l'autre et se différencier
- Enjeux de la visite : centrage sur la réalité du médecin, proposition de valeur, agilité, assertivité, créativité !
- Partir du médecin (traiter l'enjeu relationnel et valider ses besoins)
- Partager une proposition de valeur autour des enjeux du médecin et de son objectif personnel de visite
- Conclure et projeter le médecin vers l'avant, dans une logique partenariale

#### Exister à distance quand le professionnel de santé n'est pas accessible

- Penser une stratégie multicanale
- Penser écosystème et multiplier les interlocuteurs
- Se fixer des objectifs autre que le rendez-vous
- Être créatif sur les messages passés

## PROGRAMMATION

Organisez cette formation dans votre entreprise, au bénéfice de vos seuls salariés. Le programme de votre formation peut être adapté à vos process et spécificités. **Contactez-nous.**

## CONTACT

Lisa FERNANDEZ  
01 41 10 26 91  
l.fernandez@ifis.fr

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

**Utiliser** les outils digitaux dédiés aux interactions à distance avec les professionnels de santé.

**Identifier** et analyser les défis posés par la visite médicale digitale.

**Interpréter et se réapproprier** les enjeux de la relation délégué/professionnel de santé.

**Lister et employer** les bons réflexes pour la préparation, la gestion et la réalisation d'une visite médicale à distance, et faire face aux problèmes techniques courants.

**Examiner** la réceptivité de son interlocuteur à travers l'outil de visioconférence.

**Pratiquer** de nouvelles techniques de communication et d'animation efficaces et adaptées au contexte de visite médicale digitale (voix, geste).

**Planifier** les étapes consécutives à une visite médicale digitale.

## PUBLIC CONCERNÉ

Visiteurs médicaux, délégués pharmaceutiques, responsables des relations hospitalières, directeurs régionaux, responsables produits.

## INTERVENANTS

### Mathieu DECALONNE

Ingénieur pédagogique du groupe Ifis, il crée des solutions pédagogiques innovantes et ludiques pour les quelques 450 formations dispensées par Ifis Pharma, Ifis DM et Ifis Cosmétique. Il a auparavant exercé la fonction d'ingénieur pédagogique pour les collaborateurs de la société OGF, leader français des services funéraires.

### Xavier LE GÔ

Psychologue clinicien et psychothérapeute, il est également comédien et intervient pour les entreprises en tant qu'expert en maîtrise de l'expression et de l'engagement de la parole dans des contextes professionnels.

### David CHAMARD-BOIS

Coach, formateur, conférencier et directeur commercial en temps partagé, il possède plus de vingt-cinq années d'expérience dans la stratégie, le management et le développement commercial, en tant qu'ancien cadre dirigeant, dans des secteurs et entreprises très divers. En plus de 500 heures de pratique du coaching pour les industries de santé, il est intervenu auprès de cadres, de managers, et des forces de vente en mettant à leur service son expérience et ses compétences pour aider à stimuler les équipes et développer leur plein potentiel. Formateur sur le développement commercial et personnel, le management, le leadership et la gestion du changement, il accompagne les forces de vente des industries de santé dans les mutations de leur métier et de leur environnement.

## PÉDAGOGIE

Méthode C. Vidéo projection du support PowerPoint. Alternance d'exposés, de discussions avec le formateur et entre participants. Cas pratiques et travaux en sous-groupes, directement applicables par le participant de retour à son poste de travail. Remise d'une documentation pédagogique.

### PROGRAMMATION

Organisez cette formation dans votre entreprise, au bénéfice de vos seuls salariés. Le programme de votre formation peut être adapté à vos process et spécificités. **Contactez-nous.**

### CONTACT

Lisa FERNANDEZ  
01 41 10 26 91  
l.fernandez@ifis.fr

## PRÉ-REQUIS

Prérequis : AUCUN.

Chaque formation donne lieu à l'envoi d'une attestation de fin de formation. En cas d'évaluation des acquis, les résultats sont communiqués.

## INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Évaluation par mise en œuvre de la compétence sur site.

## TAUX DE SATISFACTION

100 %



### PROGRAMMATION

Organisez cette formation dans votre entreprise, au bénéfice de vos seuls salariés. Le programme de votre formation peut être adapté à vos process et spécificités. **Contactez-nous.**

### CONTACT

Lisa FERNANDEZ  
01 41 10 26 91  
l.fernandez@ifis.fr