Portrait

E-learning personnalisé pour les visiteurs médicaux : du savoir-faire au savoir-être

Mercredi, 26 Mai, 2021 - 09:30

Le schéma traditionnel de formation des professionnels de la promotion des produits de santé ne suffit plus. Pour convaincre aujourd'hui : il faut donner aux professionnels les moyens de développer leur leadership ! Laétitia Paris, Fondatrice du cabinet A-AMCOS met l'accent sur l'indispensable savoir-être qui s'acquière grâce aux techniques innovantes de formation et de développement individualisé.

La parfaite maitrise des prérequis comme les connaissances scientifiques et règlementaires reste un préalable indispensable, mais insuffisant. L'indispensable montée en compétence des professionnels de la promotion et de la vente devient accessible grâce aux technologies de l'information et de la communication du développement continu.



Laétitia Paris : « La proposition du cabinet A-AMCOS visant à consolider le lien entre les industries de santé et les professionnels de santé s'appuie sur une double expertise, marketing et règlementaire. Au fil des projets, situés au confluent du marketing et du règlementaire, tels que confiés par nos clients nous avons forgé une expertise au service de la consolidation de ce lien. L'axe que nous développons avec les industriels de la santé consiste à construire une proposition de valeur évolutive, pour une cohérence contrôlée en phase avec le contexte, et de la soutenir par des outils permettant aux professionnels de santé de la comprendre et de se l'approprier. Le virage numérique emprunté depuis 2016 nous a permis de développer de nouveaux logiciels pour nos clients ainsi que pour leurs partenaires, industriels de santé et professionnels de santé, afin de leur permettre d'accélérer l'identification personnalisée des besoins et de marquer la différenciation de la réponse apportée. Nous avons mis au point des logiciels nouvelle génération qui ont l'avantage de traiter un volume important d'informations et de connaissances et de les rendre accessibles pour un transfert des connaissances en compétences, et de capitaliser sur tous les canaux comprenant les réseaux humains et technologiques. Depuis la création du cabinet A-AMCOS en 2006, nous avons consolidé notre positionnement porté par une double expertise, nous avons mis au point des méthodes

inclusives dans lesquelles une juste place est accordée à l'expression des parties prenantes, avec au premier plan celle du patient, nous avons développé des outils numériques permettant d'acquérir des pratiques créatrices de valeur et de lien. »

Comment se distingue votre approche de formation ?

L.P. : « Le logiciel de développement individuel que nous commercialisons propose déjà bien plus que des formations e-learning. Nous nous appuyons sur de précieux retours d'expériences pour personnaliser la formation. Notre objectif est de faciliter le transfert des connaissances en compétences. La technologie que nous avons développée ouvre donc de nouvelles perspectives vers le développement individualisé qui permet la personnalisation du parcours individualisé. Une approche unique proposée aujourd'hui par notre cabinet A-AMCOS qui permet d'établir un lien très utile avec les compétences attendues par l'encadrement et avec les acquis du professionnel. La partie sociale RH totalement intégrée offre une approche bien individualisée par professionnel. Une approche plus fine grâce à l'analyse automatisée de notre système. »

Comment parvenez-vous à ce degré de personnalisation ?

L.P. « En identifiant les leviers d'apprentissage. Chaque professionnel est unique. Le processus d'apprentissage c'est comme la communication. Nous sommes souvent confrontés à un décalage entre "ce que l'émetteur veut dire", "ce que l'émetteur dit", "ce que le récepteur entend" et "ce que le récepteur veut entendre". Sans en être totalement consciente, chaque personne "adulte en formation" est influencée par ses valeurs, ses sensibilités et ses émotions face au message reçu, que celui-ci soit court ou long ou qu'il fasse référence à des connaissances connues ou moins connues, approfondies ou pas. Certaines technologies permettent de dresser un profil uniquement en repérant la manière de taper sur un clavier. Sans être à ce niveau de technologie, notre logiciel permet de consolider les informations comme les erreurs récurrentes, la rapidité de lecture… pour identifier plus précisément un axe de travail personnalisé. Pour les professionnels de l'industrie pharmaceutique, nous proposons des formations scientifiques, sur l'environnement du médicament et les thèmes réglementaires. À travers ces formations nous développons le leadership. Notre système repère par exemple les faiblesses et les attentes des professionnels de la promotion. Ces données nous permettent de comprendre que les problématiques ne se situent pas forcément au niveau des connaissances, mais relèvent des travers de la communication. Il peut s'agir de la compréhension des informations, mais aussi de la manière dont ils doivent les restituer. Ce qui intéresse nos clients laboratoires pharmaceutiques n'est plus seulement de s'assurer de la validation des connaissances et de la traçabilité nécessaires à la certification de la qualité de l'information promotionnelle. Ce qui les intéresse depuis toujours est d'avoir des professionnels performants. Des professionnels offrant une perception différenciée chez le professionnel de santé. Des professionnels qui retiennent l'attention. Des professionnels qui dégagent un leadership. Il me parait aujourd'hui essentiel de renforcer cette compétence pour devenir à la fois plus perspicace face aux messages et objections des professionnels de santé et d'engager un échange fructueux : Un plus pour l'argumentaire parfaitement déployé. »

Sur quelles compétences travailler en priorité ?

L.P. : « Des argumentaires hélas trop formatés, standardisés, voire dégradés par l'interprétation des exigences de la charte de l'information promotionnelle des produits de santé ces dernières années. Certaines entreprises abordent la formation de leurs collaborateurs en mode réactif au rythme des cadres règlementaires qui s'imposent. Or, le développement individualisé et l'acquisition du leadership sont un processus qui nécessite un mode proactif dont le rythme obéit à la construction d'un capital savoir collectif dans l'entreprise. Savoir communiquer sur le bon usage des produits de santé exige une attitude de savoir collectif et de leadership. Il faut savoir écouter les professionnels de santé pour mieux apprendre de ces interactions, c'est sur ce point qu'il me parait essentiel de monter en compétence les professionnels de la promotion. Cette capacité à investir dans les compétences doit leur permettre de mieux se distinguer. Cette approche peut aussi valoriser le métier et attirer des profils plus diversifiés. »

Quels sont les nouveaux profils pour devenir visiteur médical ?

L.P. : « Ce métier a besoin d'établir plus de proximité en étant plus attentif aux connaissances sur le médicament, à l'origine du besoin exprimé par les parties prenantes. Sur ce point, les professionnels de la promotion ont besoin de s'approprier une culture du domaine thérapeutique concerné pour cultiver une approche plus humaine, plus naturelle, plus épanouissante. C'est dans ces conditions que les professionnels de la promotion et de la vente feront preuve de leadership. Dans ces conditions, les professionnels de santé continueront à les recevoir. Le leadership permet de susciter l'intérêt. C'est une autre manière de convaincre qui va au-delà de la maitrise du savoir. Savoir le transmettre est une autre étape, qui peut attirer des profils certes "scientifiques", mais surtout "experts du sujet". »

Tous les portraits [1]

URL source: http://www.guidepharmasante.fr/actualites/e-learning-personnalise-pour-les-visiteurs-medicaux-du-savoir-faire-au-savoir-etre

Liens
[1] http://www.guidepharmasante.fr/actualites/portraits