2022-01-24

**譯者**．**陳如月**

說明得很好卻賣不出去的理由

 以「價值共創型」為目標的MR最重要的事情

# 原文作者Pygmalion公司董事總經理柏惠子(以下以『我』表示)。

 「明明說明得很好，卻賣不出去。」

這是訓練有素的大企業銷售人員經常問的問題。即使是從事MR的大型製藥公司的銷售人員也有類似的諮詢。賣不出去的理由、不導致處方的理由...... 答案是，「說明」得太多了。

確認做什麼樣的銷售培訓的話，主要是自己公司產品的說明和「那個說明的練習」。甚至在每個業務單位也熱心進行產品說明相關的學習會議。至於結果如何，雖然能很好地說明，但從醫師的角度看來，比起練習前，感覺銷售性、賣弄性更濃了。

請站在客戶的立場想像一下，聽了口若懸河的說明，原本想買的心情也「退縮」，你是否也有這樣的經驗呢？

越大的製藥公司，擁有堅實的訓練部門和MR支援部門，越是讓因新型冠狀病毒疫情而有時間的MR進行充分的「說明練習」。但是，結果如前所述。如果是新人MR，或者是新藥上市階段的話可以理解，但平時需要練習的並不是這個。

我要告訴大家的是，為了突破後疫情時代，MR應該以「價值共創型MR」為目標。要想成為能與醫師共同創造新價值的「價值共創型MR」，比起很好地傳達自己的事情，首先應該意識在更了解對方的事情上。

在我的培訓中，我經常使用實際的產品名稱與醫師進行角色扮演（對話練習）。由於聽課的人之間會有很好的互動，所以醫師的角色總是由我扮演。在這種角色扮演中，很多MR只要一有機會，都會不顧醫師的興趣開始講解產品。以「醫師的病人中有這樣的人嗎？實際上……」開始說明自家的產品。像似馬上拖到自己的相撲場般地展開可怕的故事。如果是有診察這疾病的病人還好，但是對於現在沒有那樣病人的醫師來說，是煩人的。

我每天都會收到各種培訓課題，但最常見的主題是「為了提高說服力，想導入簡報培訓。」傳達方法有一貫的見解，到了線上時代，確實需要技能的更新，但我還是提出這樣的要求。

「如果想要提高說服力，在練習表達之前，首先要提高傾聽能力。」

不了解對方的理想、判斷標準、最優先事項等，是無法打動對方的心的。為了打動人心，在練習表達之前，學習「傾聽」的技巧是很重要的。與其好好地表達，不如好好地傾聽。在傾聽的重要性的基礎上，更重要的是熱情。「善於傳達事實，卻不擅於傳達熱情」，這是我在實施研修個過程中經常感受到的。貴公司的MR沒問題吧？我這麼說，對方回答說：「因為我們有應該遵守的規則，所以不能說出自己的心情。」

確實，在遵守規則的意義上，MR有這種想法是很重要的。但是，我覺得和醫師的對話不應該只有對產品的感想和心情……。從業界外的銷售來看，這真是個不可思議的世界。

(資料來源：医薬経済WEB)