2017-01-09

**陳如月**

**MR需要更新技能以滿足客戶的需求**

 在過去二十年中，MR的角色也許比任何其他有更多的演變，而這種演變沒有顯示出任何放緩的跡象。

 Gonzalo Rodriguez，Novartis歐洲地區銷售卓越主管說：「MR的角色改變速度非常快。」「資訊很容易獲得，這意味著MR不能專注于簡單地通報產品，或在”銷售“的傳統意義上推銷產品給醫師讓他們開處方。」

 以患者為中心的涵蓋範圍是如此之大，它甚至影響大多數面向客戶的角色。Karen Bell，Ashfield（UDG Healthcare plc的一部分）業務發展處長說：「公司現在需要考慮如何在每一步驟都牢記病人，並且越來越多地清楚表明他們的藥物如何對患者有益。」

 在從量到價值的轉變，隨著新的銷售行為的出現，改變了傳統的銷售模式，MR面臨激烈的挑戰。Celine Genty，Janssen的EMEA客戶卓越副總裁說：「因為產品推廣與產品相關服務/解決方案推廣之間將會出現新的平衡，MR的角色將會繼續演變。」

 為了確保MR繼續提供商業上的成功，整個藥業正著重他們的招聘和甄選標準，以及確保訓練和發展與一套新的技能、能力和績效目標保持一致。

**從MR到解決方案的供應方？**

未來的MR被期待處理一個更大和更多樣化的客戶群 - 成為對病人、處方者和支付方 - 業界的關鍵合作夥伴，並無縫切換功能角色和多種參與管道的運作。MR正在從產品信息專家轉型為多維客戶解決方案的供應方，但在未來幾年，這一角色將如何形成？

 Anthony Francomme，Sanofi Genzyme的法國業務卓越部門負責人說：「MR的工作正在擴大到包括對客戶的商務支援。業務效率/卓越團隊的角色將從技術和分析的議題，演變到給予事業單位主管和業務處長建議與附加價值。」

 從簡單地確保達到處方目標，到現在期待MR滿足醫護人員和其他客戶的需求，這條路很長。Bell說：「未來的MR需要能夠在一系列的主題上與支付方、供應方和臨床醫師合作，並讓他們滿意。」Bell強調，MR將需要靈活地適應不同客戶的需求。純粹專注于提供價值給病人的客戶服務代表在未來也扮演關鍵的角色。

 MR的技能也需要從直接接觸客戶切換到另一種。Bell說：「現在的MR需要更詳細了解地區健康經濟的議題，以便能向各種利害關係人闡明一個強大的價值主張。」未來的MR角色將包括為客戶和公司識別創造價值機會的能力，同時還要考慮監管和合規架構的專業界限。

 她補充說：「企業需要招聘、培訓和發展個人，以便能夠很容易地規劃和提供多管道接觸方式與他們的客戶互動。未來的銷售團隊將配置“混合型”MR，以進行面對面和e-detailing活動。」

 然而，隨著混合型MR越來越普遍，Bell說：「如果公司仔細考慮適合這種角色的人的類型，提供持續的培訓和發展機會，並實施強有力的多管道策略。」他們才會有效能。

**建構未來的MR**

 Genty說：「建立新的能力和培訓將是幫助MR從過去的角色發展到新角色的關鍵。」然而，MR將需要哪些能力呢？

*➀深入了解客戶和市場前景*：未來的MR必須闡明強有力的價值主張，並適應不同的利害相關人。為此，他們必須能夠詳細了解地區、區域、國家和國際的健康照護市場以及關鍵經濟驅動因素。Rodriguez說：「未來的MR需要投入大量精力去了解客戶，執行良好的區隔和目標，以符合客戶互動的需求，並專注於為客戶增加價值。」

*➁多管道管理：*有效參與、推動與客戶的對話（面對面或透過web教練），並擴大每次互動的影響，MR必須具備基本的資訊科技和數位技能。Bell說：「企業需要招聘、培訓和發展很容易能夠規畫並提供一種多管道的方法給他們與客戶互動的人員。」他們還必須發展用新的和不同的方式為客戶服務的驅動力，並且能夠精確定位個別客戶喜歡的管道組合。

*➂對客戶的同理心和強烈關注患者：*在他們可以提升與醫護人員的對話之前，MR需要將自己定位為致力於為患者帶來健康結果的合作夥伴。未來的MR不僅關注滿足公司的商業需求，而且還關注患者和其他客戶的價值需求。Rodriguez解釋說：「我們需要在整個招聘和培訓過程中考慮情緒智力，以便發展強烈關注患者和客戶互動的需求。」

**評量績效**

 隨著企業投資更多在新的資產、管道和數位工具，提供創新的客戶服務和促進患者的治療結果，流程和基礎設施必須輔以面對客戶的人的行為變化。為了確保法規遵從性，必須調整用於監測和評估MR的業績指標。

 每個公司必須平衡財務和行為之間的目標。Genty說：「MR的角色正在演變，在銷售量與價值激勵之間有不同的適當平衡，但是這種趨勢取決於產品組合、競爭環境和公司文化，個別公司之間是非常不同的。公司需要在與他們最相關的定量和定性獎勵之間找到適當的平衡。」

 無論哪種方式，企業選擇平衡新的獎勵方案，他們需要牢記如何能把MR改造成思考和行為中注重病人和注重結果的方式。

※　　　※　　　※

 MR不同於一般消費品的業務代表。藥物的療效與安全性是藥物被衛生主管機關許可上市的必要條件，但隨著全球經濟發展進入成長停滯時期，各國政府財政負擔逐漸沉重，為了減少醫療浪費，各國紛紛規劃投入精準醫療發展，而醫師的醫療行為也隨著在改變。機會是給有準備的人，加油!

（取材自EyeforPharma）

–End–