2021-03-15

**陳如月**

**繪製病患旅程圖：改進支持計劃的八種方法**

可以說，病患支持計劃（Patient support programmes，PSPs）從未像現在這麼重要。

隨著世界各地的健康照護系統採用遠距的病患參與模式，和對COVID-19病毒傳播的恐懼使人們在就醫前三思，幫助病患自我管理病情的工具所提供的價值遠遠超出其最初的目的。

早在COVID-19之前，PSP的發展就已成為藥業的趨勢。並且有充分的理由。支持工具正在幫助病患更好地控制自己的照護、增進病患對疾病的了解，並讓醫師更清楚地了解病人的行為和臨床指標。

在成功制定和採用計劃的領域，最終的結果是使病患更加積極參與，獲得更好的健康結果。這對醫療照護服務提供者是很好的，對病人照護更是如此。

對於製藥公司來說，PSP是一個有吸引力的選擇。他們可以加強價值主張、差異化品牌，幫助建立與患者和HCP的信任。

近年來，事實證明，PSP在確保支付方支持和市場准入方面發揮了重要作用，企業越來越多地圍繞他們的藥品提供支援服務，以提供超出藥片的價值。

在某些領域，如基因療法和高費用的癌症治療、加速審批和早期准入計劃都以獲取真實世界的結果數據為條件，而病患支持工具為其提供了理想的推動力。

PSP不再需要爭論，數位科技的進步只為機遇創造了更多色彩。但挑戰依然存在。

2018年11月NHS Confederation的簡報指出了PSP的價值，但指出，HCP和患者缺乏覺察是其接受PSP的常見障礙。它說，提高知識水平，尤其是圍繞其法規的知識，可以使HCP更願意推薦它們。

1. **與患者合作**

Hamell總經理Fiona Hammond表示：「任何病患支持計劃的根本目標是讓患者的生活更美好。這是一個廣泛的目標，但你不能採取廣泛的方法。在制定支持計畫時，重要的是要了解不同類型患者的行為，這樣才能視他們為個體溝通以產生聯繫並引起共鳴。」

「確保解決方案獲得患者意見的最有效方法是在方案制定的早期階段設立患者指導小組或諮詢委員會。這是共同創造的一個組成部分，以確保你的設計不是基於最佳猜測或當前趨勢，而是基於對受疾病影響的人們的實際需求和欲求的了解。」

「患者面臨的最大挑戰是什麼？未滿足的需求是什麼？如果你讓他們在制定工作事項方面發揮作用，那麼你就有更大的機會創建有幫助的東西。這些都是關於公開對話的。」

1. **尋求共同創造，而不是共同設計**

讓患者參與解決方案的創建至關重要，但這是一項可以讓許多製藥公司緊張的活動。患者參與會議產生的最一致的資訊之一是，業界需要採取「積極樂觀」的心態，而不是擔心監管會扼殺創新。

美國國家衛生研究院（NIHR）等組織已經發展出一些强大的資源來幫助定義患者參與和投入的參數，很明顯，隨著透明度的提高，製藥企業還有更大的空間。

earthware總經理Chris Finch說：「最大的猶豫是製藥公司實際上讓患者參與解決方案的端到端開發。共同設計與共同創造之間是有區別的，但有時人們會混淆兩者。」

「共同設計通常是公司在一開始就從患者那裡獲得一些資訊，然後開始構建他們的解決方案。透過共同創造，患者在開發、測試和推廣的過程中密切參與。根據我們的經驗，共同創造是最好的方法。」

「如果患者全程參與，因為他們將堅持對其重要的功能，你將獲得更豐富的見解–如果監管團隊開始提出異議或設置障礙，這可能至關重要。患者的意見是必不可少的，但在共同設計中，它常常在專案的後期階段就被遺忘。」

1. **了解病患旅程**

Chris Finch表示：「我們通常努力確保有代表性的患者或照護者成為專案團隊的一員。一開始，我們會要求他們說明治療旅程的每一步–從前診斷到持續的管理。」

「他們遇到了什麼問題？他們發現了哪些機會來改善旅程？當你繪製出這些方案時，它會讓你真正瞭解患者面臨的困難點和共同的挑戰領域，這為確定能夠改善他們生活的解決方案奠定了基礎。」

1. **要具體，要有價值**

毋庸置疑，PSP必須以患者為中心進行設計–但是患者並不是孤立存在的，因此了解整個生態系統和其中每個人的需求是很重要的。細節決定成敗。

Purple Agency業務副總監Elisia Cox說：「在計劃解決方案時，要具體。這是開發有用的東西的唯一方法。這意味著要與所有不同的利害關係人群體（患者、處方者和支付方）交談，以了解他們重視什麼和他們需要什麼。」

「例如，如果你從事囊腫纖維化領域，這種疾病會影響從兒童、青少年到成年人的所有世代–每個人都有不同的需求，在他們的治療中也有不同的參與。通用的解決方案是行不通的。你需要考慮細微差別，並開發滿足特定需求的解決方案。這種特殊性最終將成為採用的關鍵。」

「最終的挑戰是找出支持計劃可以在哪些地方增加價值或幫助展示價值。例如，如果我們的價值主張建立在减少住院、更好的依從性或沒有副作用的基礎上，那麼良好的病患支持計劃可以幫助你證明這一點。」

「它們是將臨床試驗的嚴謹性帶入真實世界環境的絕佳方式–解鎖真實世界的數據，從而加强對產品的論證。但它們必須從一開始就牢記這一價值來建構它們。」

1. **關注行為–但要從整體上做到這一點**

行為洞察對方案設計至關重要。Fiona Hammond說：「你應該首先考慮的事情之一就是了解是什麼讓病人感到痛苦。這很複雜–需要考慮的事情太多了。」

「例如，他們對產品或疾病領域的看法是什麼？他們怎麼理解的？他們是否有任何你需要克服的誤解或擔憂？是否有任何特定的行為驅動因素會影響你的交涉？」

「這個產業在應用行為理論方面已經取得了很大進展–現在每個人都認識到它的重要性。然而，企業仍然傾向於關注一種行為改變模式–可能是使用行為經濟學的專家，也可能是應用COM-B模型來推動改變的專家。」

「但是行為改變並不是萬能的。最好的方法是對所有不同的理論採取一個整體的、基於證據的觀點，找出哪些與你的目標患者最相關，以及如何將它們結合起來才能獲得最佳結果。這不僅涉及納近法或健康心理學。它是關於全貌的。」

1. **長遠考慮**

支持病人不是一個快速的解決辦法，而是一個長期的過程。Elisia Cox說：「如果你要制定一個病患支持計畫，把它看作是一個長期的承諾是很重要的。」

「這對於確保在客戶的信譽至關重要。過去，一些製藥公司在產品上市時對他們的客戶支持計畫感到非常興奮，結果卻在18個月後悄然停止。這看起來不太好。最成功的病患支持策略從一開始就著眼於長遠，並根據實際情況量入為出。」

「重要的是要考慮你需要承諾的最低層次的內容，並據此預算。你需要多久更新一次？為所有不同的受眾創建、管理和變換它的過程是什麼？以及你如何確保創造性體驗是一致和適當的？這些都是重要的對話，需要與你的代理商合作，事先加以考慮。無論你的代理商是否變更，你的决定都應該定位在一個明確定義、永不改變的長期願景上。」

1. **合作並促進推動採用**

PSP的成功應用最終將取決於解決方案的設計、實用性和感知價值。上面概述的方法顯然會有所幫助。但是，「建構它，他們會來」的方法是行不通的。從一開始，分布和採用就必須成為你策略的一部分。

Chris Finch說：「不僅要關注解決方案，還要制定計劃以支持其分布和採用。你可以創建一個輝煌的計劃，但如果沒有人意識到它或沒有人使用它，它是毫無價值的。作為一個行業，我們經常假設醫師在看到合適的患者時會推薦我們的計畫。情況並非總是如此，因此我們也必須考慮其他渠道。」

「患者團體可以在倡導你的解決方案方面發揮重要作用，尤其是因為他們通常對患者群體有很好的觸角。這是共同創建的另一個巨大好處；如果你在整個過程中讓患者參與，他們更有可能想要分享你的成果。這會增加它落入正確的人手中的機會。」

「另一種選擇是付費搜尋或廣告–對非促銷計劃來說，這是完全可能的。最成功的公司在推廣解決方案方面的預算與最初開發解決方案的預算一樣多。」

1. **不要忘記大局**

最後，在開發PSP時，可以說最重要的考慮因素是「目的」：為什麼要這麼做？從表面上看，原因將是顯而易見的。

但是，請務必記住，雖然病患支持是一段漫長的旅程，但PSP的工作不是要讓患者依賴某項計劃，而是要給他們技能、信心和知識，讓他們在沒有計劃的情況下獨立。

從大局來看，PSP可以在推動全民醫療照護、增加獲得優質健康服務方面發揮更大的作用。Fiona Hammond表示：「病患支持計劃具有減少健康不平等的巨大潛力，但前提是要以實現這一目標為核心。」

「例如，如果健康素養在目標患者中是一個挑戰，那麼如果你的計畫沒有解决它，你就不會擴大健康不平等。同樣地，如果你沒有有效地傳達計劃的可用性，或者依靠病人來尋找它，你只會吸引最活躍的病人。這些可能是健康不平等程度最低的人–因此，你又再拉大差距。」

「更大程度採用和公平照護的訣竅在於清晰的溝通；如果發起病患支持計畫的利害關係人了解其運作方式並能够傳達其益處，那麼接受該計畫就變得容易多了。歸根結底，HCP/患者溝通是關鍵。」

(資料來源：PMLiVE)

–Ends–