2021-07-19

**陳如月**

重新構想思維領袖的身份：找到招募者和教育工作者

「識別頂尖KOL很容易。每個人都知道他們是誰。」

雖然這個說法可能有點爭議，但它仍然對極了：每個人都知道誰是這個領域的傑出人物。他們很出名，知名度很高，他們的聲譽先於他們。他們不難找到，但很難深入互動，因為每個人都想要得到他們。

頂尖KOL（key opinion leaders，關鍵意見領袖）對製藥公司來說扮演著重要的角色，但並不能包羅萬象：不同的任務需要不同的技能和不同類型的外部專家。優秀的教育工作者在招募病人方面可能不是最成功的，那些始終達到招募目標的人可能會在滿場的人面前怯場。

公司需要使用客製化的方法確定外部專家、KOL或思維領袖，以確保為每項任務聘請合適的醫療照護提供者。

## **招募者與教育工作者：識別指南**

讓我們回到「招募者」和「教育工作者」的例子，前者是在招募病人進行臨床試驗時的超級明星，後者是在被要求向同事、支付方或病人解釋複雜的科學和醫學事實時真正閃耀的明星。

識別他們的方法有何不同？

以下是尋找成功的招募者時高度相關的三個資料來源：

1. 高招募者的初步篩選是**申報**和特別是**轉診數據**。看診過很多相關病人的醫師將有機會接觸到更多的潛在被招募者。來自內部和外部人際關係網絡轉診顯示，他們受到同事的尊重，因此擁有一個廣大的人際關係網絡，可以幫助招募。
2. 以前的**臨床試驗**經驗是一個有用的標準。這顯示醫師熟悉招募和進行臨床試驗的挑戰。
3. **支付資訊**，如美國的Open Payments Data，是一種有價值的工具，可用於包括或排除HCP。臨床試驗記錄顯示，該HCP不僅經驗豐富，而且對與產業合作夥伴的合作持開放態度。然而，如果他們的支付歷史顯示他們目前正在進行臨床試驗，或以其他方式與同一適應症或治療領域的競爭對手密切合作，那個HCP可能不是理想的候選人。
4. 支付資訊還可以為HCP足夠的精力和資源提供線索：他們在其他試驗或參與方面有多忙？如果他們太忙，他們可能無法集中精力在你的試驗的招募。

以下是與識別優秀教育工作者高度相關的三個資料來源：

 有些人天生就是表演的料，他們在觀眾和鏡頭前是天生的。對於其他人來說：經驗會有幫助。在一場醫學會重要會議上的第5個專題演講要比第1個輕鬆得多，而那些在第1個、第2個和第3個專題演講中都搞砸的人可能不會被邀請來做第4個和第5個的演講。因此，在尋找有天賦的教育工作者時，查看KOL的**會議演講的歷史**是一個非常相關的起點。

 **網路研討會和虛擬會議在這種情況下是非常有用的，隨選的會議錄影越來越多**，這是一個很好的方法，可以偷窺KOL在鏡頭前的表現，**而不必與他們面對面。**

個人和在鏡頭前的風采很重要，但不是一切。教育正在透過更多不同的渠道進行。KOL透過社群媒體進行溝通的方式和對象高度相關。在疫情期間，許多互動都是透過**社群媒體**進行的，查看那些活躍的HCP的消息，他們不僅擁有大量的追隨者，而且擁有高度參與的追隨者，這可能會發現一個爆發的教育明星。

當然，不同的角色並不是互斥的，也不是分離的。HCP可以兩者兼而有之，既可以是優秀的招募者，也可以是偉大的教育工作者。也許他們解釋臨床試驗的目標、好處和風險的事實，使他們贏得病人的信任，並給了他們在招募方面的優勢。

* **需要：資料庫加上人際互動**

 每次調查都是不同的，需要根據策略計劃和組織的總體目標執行。雖然有許多的資料庫可以方便、快速地確定各個地理區域、治療領域和每個層級別的合格候選人，但在做出與誰接洽的重大決策時，與入圍KOL的人際深入互動仍然是最重要的判別準則。

誠然，找到頂尖KOL是很容易的，但有了正確的工具，為每種情況尋找專家也不一定難！

(資料來源：Pharmaceutical Executive)

–Ends–