2021-12-20

**譯者**．**陳如月**

無法期待Zajonc效應的工作

以獲取遠距活動的思考方式和技能為武器

# 天橋下有個提著大件行李的老人。就這樣視而不見就太糟糕了。這是原文作者Pygmalion公司董事總經理柏惠子(以下以『我』表示)對日本藥業MR研修的第一印象。

「謝絕在規定嚴格的特殊銷售世界進行MR培訓。」

我不經意間說，「多麼特殊的行業」、「多麼封閉的世界」、「如果打開窗戶，讓外面的風稍微吹進來，就會發生戲劇性的變化。」

**徹底影響身體的銷售**

# 我是人力資源開發顧問和培訓講師。專業是經營理念的貫徹和銷售能力的強化。原本是在貿易公司從事水產品買賣的女性，從此進入人力資源開發領域的世界17年。應用自己的經驗從事各種行業的銷售培訓。

自2020年5月首次實施線上MR培訓以來，我接受製藥公司的邀請，1年內完成100多次以上的線上培訓。在這樣的機會中，只有經歷過其他行業的局外人才能看到MR的課題是什麼。

在這個連載中，我想談談MR在新時代取得效果的觀點。

從2020年開始在全世界擴散的新冠病毒災難，大大改變MR的工作方式。當今藥業的MR面臨的挑戰是如何在嚴格的拜訪規定下獲得成果。如果新冠疫情平息，能夠再拜訪的話，那是再好不過了。但現狀仍很嚴峻。

正好是大阪府解除緊急事態宣言的6月21日，在一家製藥企業就支援新藥上市課題進行MR培訓。據參加者表示，「從今天早上開始就陸續收到醫療機構發來的郵件。雖然緊急狀態宣言已經解除，但將繼續限制拜訪。」情況不妙。這樣的拜訪限制今後也後持續下去。在後疫情時期，如果不下定決心繼續前進，就會陷入動彈不得的狀態。

MR今後需要利用線上訪談或第三方工具進行遠距應對。問題是如何去做。在這個遠距變得必不可少的時代，實際上藥業即使用到現在為止的手法，與近15年來其他行業的銷售方法相比仍有很大的差距。

在MR教育方面最讓我驚訝的是，無論是內資企業還是外資企業，参加培訓的MR大多都是「Zajonc效應」的信徒。所謂「Zajonc效應」是美國社會心理學家Robert Zajonc提出的「接觸的次數越多，你對那個人的好感度和關心就越多」的效應。這個想法是透過增加「與醫師接觸的次數=期望增加處方量」的單純接觸，與醫師建立關係。

基於這種Zajonc效應，藥業多年來一直將單純接觸次數作為銷售指標。從局外人的角度來看，不是用處方量，而是用「拜訪次數」衡量銷售效果，這讓我很驚訝。其他行業的銷售績效指標是「銷售額」。當然，行銷和策略部門已經意識到這樣的方法行不通，現在很多企業明確表示不會用「拜訪次數」作為績效指標。

然而，問題就在現場MR的頭腦中。由於長年抱著這種思維方式工作，所以已經根深蒂固。很多MR寫到，在最初的研修中聽到Zajonc效應的說法，打心底感到驚訝，在傳達各種know-how的多份培訓問卷中，印象最深的是第一次聽說「Zajonc效應」不起作用，但這也是事實。

如果只是因為驚訝就會改變行為的話，就會覺得多次的研修是怎麼回事。重點是，要擺脫根深蒂固多年的方法，難度很大。

**在拜訪限制中做出成果**

由於新冠肺炎疫情不得不改變工作方式的MR。病毒傳播至今已經一年半了，醫療專業人士還在致力於對抗病毒，事到如今，尋求面對面的訪談已經是非常沒有常識的了。很明顯，過去的作法已經行不通，今後透過遠距的MR活動獲得成果的「思考方式和技能的學習」將成為MR的武器。

像這樣從其他行業來看，從跡象開始，為了讓新時代的MR們能夠從「難道是稍微晚了15年左右嗎？」的感覺狀態中突破，出版一本書『突破！MR新時代生存法則』（医薬経済社）。

為了在今後的時代中生存下去，本書介紹解決以下課題的思考方法和技能。

j Zajonc效應不起作用的原因

k 如何與新時代醫師打交道**～為什麼無法取得第二次的預約**？

l 與醫師對等對話的技巧**～明明說明得很好卻沒有結果的原因～**

m 線上面訪獲致成果的技能

n 突破面訪限制的預約技能

o 擺脫瓶頸期的技能

別誤會，我在介紹預約技巧時說的是，如果你有訊息要傳達，你也應該透過電話預約，但書名『突破！』這個標題，並不是突破拜訪限制，而是突破新時代。藉由MR掌握線上獲得成果的技能，實現與醫療從業者的雙贏是其目的。

當然，作為局外人，我並不認為自己的觀點和技能都是正確的。MR也有從新藥和學名藥、拜訪GP（開業醫）的MR和拜訪HP（醫院）的MR、從沒有競爭品的重磅藥到有許多相同療效藥品的製品，種類繁多。那種不能一概而論的現場。

在90年代，名稱從propa變更為MR，MR的工作方式也發生了變化。從局外人的角度來看，他們似乎是在小心翼翼地工作，以免偏離「醫療用醫藥品的銷售資訊提供活動規範」和促銷法規。而且，這20年來已經習慣這種工作方式。它是情感（emotional）10%與科學90%的比例。聽說以前有過證據10%、情感90%的MR。

我認為，從近來乍看聰明的工作態度開始，第一步是喚醒銷售職位應該具有的一點貪婪，這在其他行業的銷售是理所當然的。每一次面訪都要一球入魂(集中精力)。因為不能再期待Zajonc效應了。

(資料來源：医薬経済WEB)