

Redynamiser les interactions et collaborations avec les professionnels de santé grâce à de nouvelles approches connectées

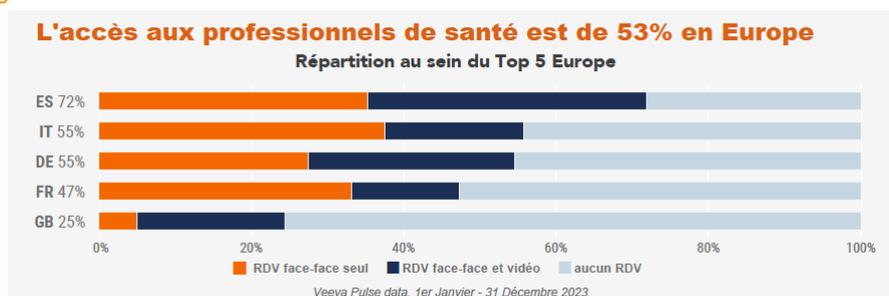
Alors que l'accès aux professionnels de santé devient plus limité, la qualité et la pertinence des interactions proposées par les laboratoires pharmaceutiques est un enjeu majeur

PARIS, France – 22 Août 2024. - L'essor des thérapies innovantes, dont beaucoup sont destinées à traiter de très petites populations de patients atteints de maladies complexes et rares, change la dynamique des relations entre les délégués médicaux de l'industrie pharmaceutique et les médecins. En 2023, l'Agence européenne des médicaments (EMA) a approuvé 77 médicaments, dont la moitié avait une nouvelle substance active jamais autorisée auparavant. Les thérapies innovantes représentent désormais environ 55% des dépenses pharmaceutiques mondiales, un chiffre qui devrait augmenter à 65% en 2025.

Les spécificités des thérapies innovantes redéfinissent la manière dont les laboratoires pharmaceutiques abordent la commercialisation. Les lancements sont de plus en plus complexes et ciblés. Identifier et engager les professionnels de santé et leaders d'opinion pertinents dans ces domaines thérapeutiques spécifiques est essentiel pour assurer le succès d'un lancement. Cela nécessite un accès facile, en temps réel aux informations terrain permettant de comprendre le marché et les attentes des professionnels de santé.

Le dernier rapport de Veeva sur les tendances terrain révèle que l'accès des délégués médicaux aux professionnels de santé est revenu aux niveaux d'avant la pandémie. Aujourd'hui, seuls 45% des professionnels de santé dans le monde reçoivent la visite médicale, contre 60% il y a dix-huit mois, la moitié limitant leur engagement à trois laboratoires ou moins.

En France, l'accès aux professionnels de santé se limite aujourd'hui à 47% en raison de plusieurs facteurs sous-jacents, notamment les restrictions du système de santé, l'augmentation du nombre de patients suivis par médecin et la diversité et la complexité croissantes de la médecine moderne.



Dans ce contexte, les laboratoires pharmaceutiques développent de nouvelles approches pour optimiser l'efficacité des interactions Médecins / laboratoires. Par rapport aux approches plus traditionnelles fondées sur la volumétrie des interactions, les nouveaux modèles privilégient la pertinence de l'interaction : adresser la bonne information, au bon moment et au bon médecin. Ces nouveaux modèles s'appuient sur une personnalisation des interactions, une plus grande diversité des canaux de communication (y compris interactions en temps réel) et un contenu adapté aux canaux.

Par ailleurs, au sein des laboratoires pharmaceutiques, une plus grande coordination et un meilleur alignement entre les fonctions ventes, marketing et médicales sont requises pour construire des relations de qualité et de confiance entre les équipes terrain et les professionnels de santé.

Des modes d'engagement modernes pour la médecine moderne

Les médecins deviennent plus sélectifs quant aux laboratoires avec lesquelles ils interagissent. Actuellement, la moitié des professionnels de santé recevant la visite médicale rencontrent trois entreprises ou moins. Parmi les spécialistes, la psychiatrie est la spécialité où les professionnels limitent le plus l'accès, ne recevant qu'un seul laboratoire par mois. Ce niveau de sélectivité confirme la nécessité d'une approche plus stratégique et personnalisée des interactions avec les professionnels de santé.

Malgré ces enjeux d'accès, les médecins sont de plus en plus réceptifs aux canaux mixtes. Ainsi, en France, 26% des interactions sont réalisées via des canaux digitaux.



« La France, comme les autres pays européens connaît une évolution des conditions d'accès aux professionnels de santé auxquelles les laboratoires pharmaceutiques doivent s'adapter. Ces nouvelles modalités d'interaction mieux adaptées aux attentes des médecins devraient permettre de pérenniser la qualité des relations et contribuer ainsi à un meilleur accès aux traitements innovants pour les patients » déclare Julien Mallet, France et Benelux Commercial Head chez Veeva.

Contacts presse Burson :

VeevaFranceTeam@bcw-global.com

Fabrice Préau - mob. : [+ 33 6 24 53 11 72](tel:+33624531172)

A propos du rapport Veeva Pulse

Le rapport Veeva Pulse est unique en son genre, avec des données provenant de plus de 80% de l'industrie des sciences de la Vie et une moyenne annuelle de 600 millions d'interactions terrain enregistrées par les équipes utilisant les outils de CRM Veeva.

Veeva CRM inclut un ensemble de données structurées en fonction des canaux, des profils utilisateurs et des localisations géographiques. Ces données sont agrégées et anonymisées pour créer le rapport qui est mis à jour de façon trimestrielle. Il s'agit d'une source de référence pour les données et les informations relatives à l'engagement des professionnels de santé sur le terrain par les acteurs pharmaceutiques (commerciaux, médicaux, KAM).