

ESTRUTURA DE UMA VISITA MÉDICA



MED!KAYA
A SAÚDE COMEÇA NA NATUREZA

Sobre o que vamos falar?

Introdução **pág. 2**

Pré visita **pág. 3**

Visita **pág. 6**

Pós Visita **pág. 11**

Introdução

Este recurso servirá como um **instrumento de suporte** para você, representante. Não há uma fórmula fixa, pois cada um é **único** e desempenha seu trabalho de maneira inimitável. Reconheça suas **habilidades e peculiaridades** durante a apresentação e empregue este material como alicerce para suas estratégias de venda.

Lembre-se sempre que o papel do representante é ser o portador das novidades da indústria para o médico, **atuando em prol da saúde e do bem-estar do paciente.**

Para transmitir essas informações ao médico, visitas regulares são indispensáveis, e é precisamente este o foco deste material.



Pré Visita

A etapa de **pré-visita**, seja para encontros online ou presenciais, deve **seguir a dinâmica da visita anterior**, agindo como uma evolução natural. Durante este período, realizar uma análise minuciosa das informações disponíveis é vital, considerando a especialidade, informações nas redes sociais, patologias abordadas, tipos de pacientes, se prescreve ou não cannabis, sua atuação em hospitais, se atua como professor ou é referência na comunidade médica. Utilizar sites como portal.cfm.org.br ou doctoralia.com.br pode fornecer informações adicionais sobre o médico, demonstrando não só conhecimento sobre o produto, mas também **interesse genuíno no profissional e seu papel**.



A realização desta análise permite uma **comunicação mais fluida e objetiva**, evitando repetição de questões já abordadas em encontros anteriores e facilitando a formulação da **estratégia de visita**. Além disso, estar preparado para lidar com possíveis **objeções** é essencial para garantir a eficácia do encontro.

Se a visita for presencial, a secretária é um elo crucial entre você e o médico. **Observar o ambiente** do consultório e os pacientes presentes pode fornecer indicações valiosas sobre a abordagem apropriada para a propaganda. O tipo de propaganda pode ser influenciado pelo perfil de pacientes presentes, por exemplo, focando em imunidade se há muitas crianças com doenças respiratórias ou em outras indicações se o ambiente for mais tranquilo.

É crucial **coletar informações relevantes** durante a conversa e registrar para referências futuras, assegurando a continuidade nas visitas subsequentes. Evite termos como **“nosso produto”** ou **“nosso óleo”**, optando sempre por repetir o nome **“MedKaya”**. Mantenha o tratamento pelo nome do médico e, em visitas virtuais, tenha o nome dele visível à sua frente.



A pré-visita também é o momento para definir o objetivo da visita, (**conquistar, manter ou aumentar prescrições?**) com base nas informações disponíveis sobre o médico e nos objetivos da empresa para o ciclo corrente.

O planejamento da natureza da visita que será realizada, podendo ser:

Visita Inicial:

Apresentação pessoal, institucional e de portfólio.

Visita de Transformação:

Objetiva alterar o nível de relacionamento da MedKaya com o médico, influenciando sua conduta prescritiva.

Visita de Manutenção:

Visa fortalecer o relacionamento para consolidar a posição da MedKaya nos consultórios.



Visita

Dentro do contexto da visita, é crucial definir e manter claro o propósito do encontro. Uma abordagem de propaganda médica bem-sucedida exige um plano estruturado. Vale lembrar que esta sequência pode ser adaptada conforme a dinâmica da conversa, agindo como um guia, e não como uma regra rígida.

Inicie com uma introdução adequada, frequentemente chamada de **"Abertura/quebra-gelo"**, estabelecendo um clima amistoso para a conversa. Essa fase inicial deve ser concisa, evitando prolongamentos desnecessários que desviem o foco.



A fase de **sondagem** é crucial para entender as demandas e interesses do médico. Questione usando **perguntas abertas**, que permitam respostas detalhadas, e **perguntas fechadas**, com respostas simples como "sim" ou "não". Isso estabelece um entendimento mútuo sólido. A capacidade de persuasão é fundamental, baseando-se na apresentação de informações claras e convincentes.

Antecipe-se às possíveis objeções do médico, elas não representam uma resposta definitiva. Mesmo se você não souber como responder imediatamente, busque a resposta e esteja preparado para discutir na próxima visita. Ao abordar objeções, **seja empático e evite confrontos**. Em vez de apontar erros ou comparar diretamente com concorrentes, destaque os benefícios do seu produto de maneira construtiva.

O segmento de **"benefícios e vantagens"** detalha as especificações e características do produto, estabelecendo a ponte entre o que o produto oferece e o que o médico procura para seus pacientes.

Após essas fases, é essencial fazer uma "síntese", consolidando os **principais tópicos discutidos** e reforçando a mensagem principal



Finalmente, o encerramento da visita é um momento decisivo. É aqui que a "venda" se concretiza e as decisões são tomadas. Reforce os principais benefícios discutidos e proponha uma ação prática.

Por exemplo: *"Dr., considerando os benefícios que abordamos, como a excelente relação custo-benefício, a pipeta dosadora e a qualidade endossada pelos maiores especialistas em cannabis medicinal, seria possível considerar o uso do Full Spectrum da Medkaya para um de seus pacientes?"*

Ao obter a resposta do médico ou ao lidar com uma objeção, primeiro aborde e supere a objeção para, posteriormente, enfatizar os benefícios intrínsecos do produto.

**FECHAMENTO
DE COMPROMISSO**

**ANOTAÇÕES DO QUE
FOI FALADO**

O representante precisa estar apto para responder qualquer tipo de objeção feita pelo médico, para que isso aconteça de forma natural é importante que o mesmo obtenha conhecimento do produto, do seu mecanismo de ação, concorrentes, estudos e evidências clínicas que comprovam a informação que dará para o médico.

Caso não saiba sobre o que foi perguntado, anote e leve a resposta na próxima visita.



“Tudo igual”

Fale sobre a importância da escolha da marca, a seleção de uma marca vai além da mera avaliação da qualidade; a cultura da empresa revela seu verdadeiro propósito e missão. A MedKaya não apenas possui certificações para trabalhar com produtos à base de cannabis medicinal, mas também valoriza a consulta médica. Os canabinoides certificados que ela oferece reforçam o compromisso e a seriedade da empresa neste setor.

“Importados são burocráticos”

Destacar que, embora o processo seja um pouco mais burocrático, se o paciente estiver disposto a aguardar até

15 dias, ele poderá obter o produto por um custo reduzido. Ressalte que a Medkaya dispõe de um departamento dedicado ao acolhimento, que assiste o paciente no processo de autorização junto à ANVISA, verifica a documentação necessária e monitora até que a medicação seja entregue em sua casa.

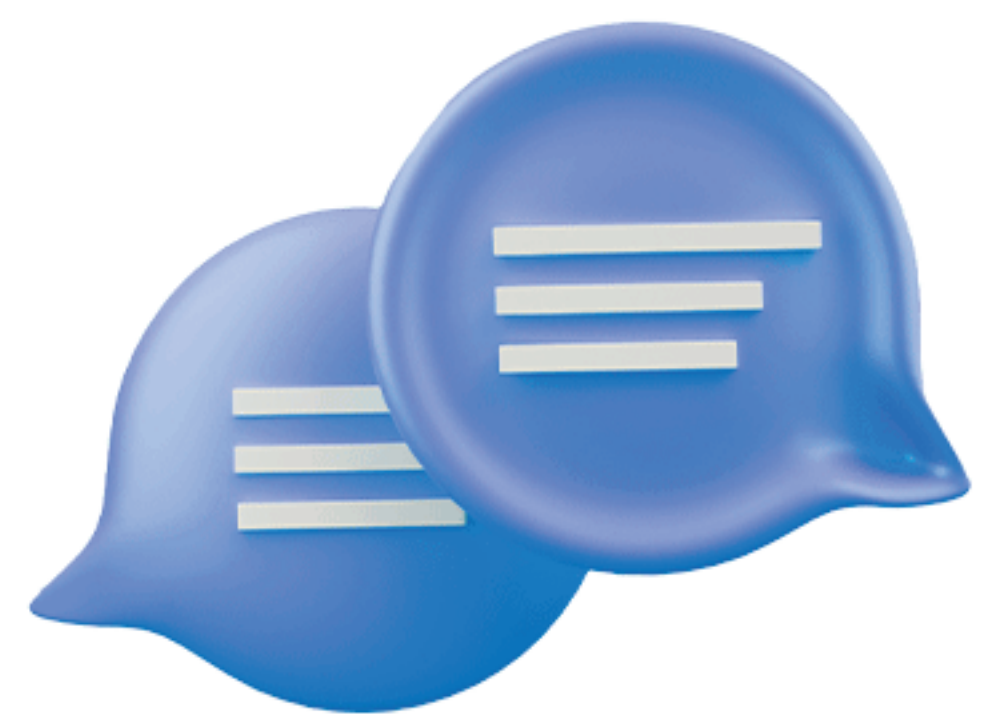
“Não existem estudos e pesquisas suficientes”

No decorrer da propaganda, mencionar estudos de jornais conhecidos. Diga que retira as informações da PubMed.

“O tratamento é muito caro”

Analise os concorrentes e faça uma comparação de

preços com base no custo por MG do produto principal. Discuta a quantidade de óleo contida em cada frasco e ressalta que, em geral, um frasco costuma durar cerca de 3 meses. Realize os cálculos junto ao médico, ajudando-o a visualizar o gasto mensal potencial do paciente. Além disso, apresente as vantagens e condições de compra oferecidas por nossa empresa.



Pós Visita

Após a consulta médica, é essencial manter contato regular demonstrando interesse, fornecendo estudos e pesquisas relacionadas às condições clínicas dos seus pacientes com os benefícios da cannabis medicinal. Oferecer ajuda na busca de informações é fundamental.

Além disso, é importante atualizá-los constantemente sobre a terapia, especialmente com materiais da Medkaya, garantindo um melhor entendimento e cuidado na saúde dos seus pacientes. Essas práticas fortalecem a relação médico-representante, oferece mais informações para que o médico consiga personalizar o tratamento e consequentemente melhoram os resultados clínicos.



Boas Vendas!