



Д. Семененко

КАК ПРОДАВАТЬ ЛЕКАРСТВА:



секреты работы
медицинского
представителя

Ф Е Н И К С

Дмитрий Сергеевич Семененко

Как продавать лекарства: секреты работы медицинского представителя

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=8927491

*Как продавать лекарства: секреты работы медицинского
представителя: Дмитрий Семененко; Ростов-на-Дону; 2014
ISBN 978-5-222-22689-6*

Аннотация

Дмитрий Семененко работает в международной фармацевтической компании. Более ста человек под его руководством занимаются продажей безрецептурных препаратов. Дмитрий имеет многолетний опыт работы, в том числе в международных компаниях *Novartis, Johnson & Johnson*. Он разработал передовые технологии продаж на фармацевтическом рынке, которые получили признание в профессиональных кругах. В данной книге автор описывает разработанные им технологии продаж безрецептурных препаратов среди врачей и работников аптек. Описанные методики не имеют аналогов в мире. Книга предназначена для широкого круга медицинских представителей и сотрудников фармацевтических компаний.

Содержание

Предисловие	6
Глава 1	8
Этапы рабочего визита медицинского представителя	9
Умения и навыки, необходимые медицинскому представителю	11
Коммуникабельность	11
Бизнес-ориентированные навыки	13
Работа в команде	14
Навыки проведения презентаций	16
Навыки продаж	18
Технология успешного прохождения собеседования	20
Подготовка	21
Внешний вид	22
Рекомендации женщинам	22
Рекомендации мужчинам	23
Собеседование	24
Основные правила, которыми следует руководствоваться на собеседовании	24
Начало собеседования	25
Выявление потребности работодателя	27
Презентация кандидата	29

Заключение договоренностей	30
Рабочий день медицинского представителя	32
Примеры вопросов и ответов на собеседовании	36
Конец ознакомительного фрагмента.	39

Дмитрий Семененко
Как продавать
лекарства: секреты
работы медицинского
представителя

© Семененко Д., 2014

© ООО «Феникс»: оформление, 2014

*** * ***

Предисловие

В серьезных делах следует заботиться не столько о том, чтобы создавать благоприятные возможности, сколько о том, чтобы их не упускать.

Франсуа де Ларошфуко

На сегодняшний день в области продаж практически нет более привлекательных условий, чем те, что предоставляют своим сотрудникам фармацевтические компании. Сотни вакансий медицинских представителей доступны в них даже тем, кто только что закончил высшее учебное заведение. Годовая зарплата медицинского представителя, по данным на 2013 год, варьирует от пятисот тысяч до двух миллионов рублей. Предоставляются служебный автомобиль; компенсация транспортных расходов, мобильной связи и пользования Интернетом; дополнительная медицинская страховка для самого сотрудника и членов его семьи, включая бесплатную стоматологию и лечение в лучших клиниках; оплата фитнес-клуба и занятий английским языком; стажировка за границей до двух раз в год. Вот неполный перечень того, какие компенсационные пакеты предоставляют фармацевтические компании своим сотрудникам. Кроме того, множество карьерных перспектив, определяемых с помощью рейтинговой системы постановки целей.

Конечно же, с учетом столь привлекательных условий, к кандидатам предъявляют определенные требования. Для получения должности медицинского представителя необходима тщательная подготовка. Настоящая книга предлагает лучшие методики, позволяющие произвести благоприятное впечатление, хорошо зарекомендовать себя на собеседовании и получить желанную работу.

Изучив эти методики, вы освоите практические приемы и тактики продаж безрецептурных препаратов врачам и работникам аптек. На большом количестве практических примеров автор демонстрирует, как вести диалог с клиентом для выполнения планов продаж. В книге доступно описаны передовые технологии, которые используются в международных фармацевтических корпорациях. Детально рассмотрена структура визита медицинского представителя, приведены тексты эффективных фраз, позволяющих быстро добиться поставленных целей.

Но главная особенность данной книги состоит в том, что разработанные автором методики продаж не имеют аналогов в мире, их не встретишь ни на одном тренинге.

Глава 1

Собеседование с кандидатом на позицию медицинского представителя

Великие возможности приходят ко всем, но многие даже не понимают, что встретились с ними.

Уильям Эллери Чэннинг

При подборе медицинских представителей сотрудники отдела кадров чаще всего используют собеседование (интервью) с целью проверки компетенции кандидата: знания им структуры процесса продаж; умения ориентироваться в условиях неопределенности и многовариантности; способности убеждать и т. п.

Современный медицинский представитель должен быть экспертом в области применения продвигаемых препаратов. Его цель – вступить в диалог с клиентом, чтобы выяснить его профессиональные и личные потребности, предпочтения. А затем презентовать продвигаемый препарат, основываясь именно на том, что требуется клиенту.

Этапы рабочего визита медицинского представителя

Рабочий визит медицинского представителя состоит из следующих этапов:

1. Подготовка.
2. Начало визита.
3. Диалог.
4. Презентация
5. Дискуссия.
6. Оформление договоренностей.
7. Завершение и последующий анализ.

Чтобы в результате визита добиться поставленных целей, необходимо обладать развитыми навыками невербального общения: языком жестов, мимики и интонации. Очень важно не только грамотно подать себя, но и уметь считывать невербальные сигналы клиента, чтобы вовремя заметить скрытые знаки недопонимания или возражения, остановиться, прояснить ситуацию и двигаться дальше.

Фармацевтическим компаниям требуются медицинские представители, которые умеют слышать своих клиентов, получая же возражения, не отвергают мнение собеседника, а принимают его точку зрения как возможную. Затем проясняют причину такого мнения, а после приводят свои аргу-

менты.

Умения и навыки, необходимые медицинскому представителю

*Человек, который не умеет улыбаться, не должен заниматься торговлей.
Китайская пословица*

К основным умениям и навыкам, необходимым в работе медицинского представителя, относятся:

1. Коммуникабельность.
2. Бизнес-ориентированные навыки.
3. Работа в команде.
4. Навыки проведения презентаций.
5. Навыки продаж.

Коммуникабельность

*Чтобы найти общий язык, мало знать его в совершенстве.
Леонид Сухоруков*

Коммуникабельность – умение общаться с другими людьми, налаживать контакты с ними. Это важнейшее умение, без которого не может быть и речи о работе в отделе продаж.

Чтобы определить, есть ли оно у кандидата, профессио-

нальный интервьюер, беседуя с ним, будет стремиться ответить себе на следующие вопросы:

- Сможет ли кандидат налаживать отношения с клиентами для выполнения плана продаж?
- Усвоит ли он корпоративную культуру компании?
- Есть ли у него заметные недостатки в общении?
- Сможет ли он найти общий язык с будущим менеджером?
- Подходит ли он для работы медицинским представителем?

Помимо этого, интервьюер обычно использует ряд косвенных вопросов, помогающих составить целостное представление о кандидате:

- Какими, по вашему мнению, качествами должен обладать медицинский представитель?
- Что необходимо сотруднику, чтобы найти общий язык со своим менеджером?
- Какие недостатки могут быть в работе медицинского представителя?

Пример.

Интервьюер (далее в тексте И.). Приведите доводы: почему именно вас должна принять наша компания на должность медицинского представителя?

Кандидат (далее в тексте К.). Считаю одной из своих сильных сторон умение налаживать контакты

с людьми для достижения поставленных целей. Так, прежде чем посетить того или иного врача, я навожу о нем справки у медсестер и заведующих отделениями, что увеличивает потенциал продаж. В студенческие годы я ходил на занятия как на праздник, потому что мог там пообщаться со студентами разных курсов и преподавателями и узнать полезную для учебы информацию. Уверен, мои навыки помогут вашей компании создать благоприятный имидж продвигаемых препаратов и увеличить объем продаж.

Бизнес-ориентированные навыки

*Доверие – первое условие дружбы.
Ж. Лабрюйер*

К навыкам бизнес-планирования относятся:

- способность ставить цели и достигать их;
- способность анализировать информацию;
- рациональное распределение времени;
- способность расставлять приоритеты;
- навыки автономной работы на вверенной территории.

На последнем пункте остановимся более подробно.

Важной специфической чертой работы медицинского представителя является почти полное отсутствие контроля со стороны руководства. Сотрудник сам планирует свою де-

тельность. Поэтому на собеседовании важно показать, что вы заслуживаете доверия, способны самостоятельно и эффективно организовать свою работу.

Интервьюер может задать наводящие вопросы для проверки данного навыка:

- В котором часу начинается ваш рабочий день?
- Как вы ведете себя в случае конфликта с кем-либо?
- Что вы обычно делаете в обеденный перерыв?

Пример.

И.: Есть ли у вас опыт практической работы? Если да, то расскажите о нем.

К.: Во время учебы в медицинском университете я получил бесценный опыт, работая по ночам волонтером в травматологическом отделении, а на учебу зарабатывал, устроившись консультантом в аптеку. Я так спланировал свой образ жизни, что на протяжении шести лет не имел ни материальных, ни учебных проблем. В результате приобрел шестилетний опыт медицинской практики и получил высшее образование. Это позволит мне успешно справляться с обязанностями медицинского представителя.

Работа в команде

Успеха достигают только люди с опытом работы в команде, которые желают использовать

На работу медицинского представителя влияет не только его непосредственный менеджер, но и коллеги – другие медицинские представители. Так, к примеру, существует ряд компаний, в которых с врачами работает одна команда представителей, а с аптечным звеном по этим же препаратам – другая. И от работы «врачебных» представителей зависят выписка и продажи в аптеках. А от наличия препаратов в аптеках, за которые отвечают «аптечные» представители, зависит выполнение плана продаж «врачебных». Это яркий пример того, как сплоченность двух команд влияет на общий результат.

Существуют также практики, когда в фармацевтических компаниях происходит регулярная смена медицинских представителей на территориях. Допустим, в текущем квартале медицинский представитель работает в северном округе, а в следующем квартале – в северо-восточном. При этом северный округ принимает его коллега.

Для проверки навыков командного игрока интервьюер может задать такие вопросы:

- Какие рабочие взаимоотношения должны быть между сотрудниками, действующими на одной территории?
- Считаете ли вы себя командным игроком?
- Как вы относитесь к совместной работе?

Пример.

И.: Как вы сотрудничаете с коллегами по работе?

К.: Стараюсь всячески помогать им. Так, недавно одна из моих коллег отказалась посещать лечебное учреждение, в которое ей сложно было попасть. Я поговорил с ней, и выяснилось, что у нее патологический страх перед охраной. Мне удалось достать пропуск; теперь у нее нет проблем с посещениями. В третьем квартале текущего года удалось увеличить продажи в нашем общем районе на десять процентов.

Навыки провелаения презентаций

– Это невозможно, – сказала Причина.

– Это безрассудно, – заметил Опыт.

– Это бесполезно, – отрезала Гордость.

– Попробуй, – шепнула Мечта...

Автор неизвестен

У кандидата в медицинские представители обязательно будут проверять умение презентовать себя, продвигаемый продукт и компанию.

Специфика продвижения безрецептурных лекарственных препаратов состоит в том, что медицинский представитель демонстрирует товар профессионалам – врачу или провизору, которые не хуже сотрудника фармацевтической компании разбираются в данной терапевтической проблеме. А

главная цель презентации – убедить клиента-профессионала назначать продвигаемый препарат. Язык жестов, речевые обороты, поза, тембр голоса, аргументы, представленные материалы – все это влияет на убедительность медицинского представителя. Энтузиазм, рвение, горящие глаза, увлеченность своим делом обязательно приведут к успеху.

Для проверки навыков проведения презентаций у кандидата могут спросить:

- Какими приемами можно добиться успеха презентации?
- Какими аргументами вы будете убеждать клиента?
- Можете ли вы привести примеры своих успешных презентаций?

Пример.

И.: Расскажите, пожалуйста, о себе все, что считаете нужным.

К.: Меня впервые пригласили на собеседование, когда я учился на пятом курсе мединститута. Речь шла о должности медицинского представителя в небольшой российской компании. Я затратил на подготовку столько сил и эмоций, что во время интервью повел себя не совсем адекватно. Не снимая верхней одежды, уселся напротив своего будущего начальника и за пять минут обрушил на него столько аргументов в свою пользу, что у того не нашлось причин отказать мне. Что позволило мне получить работу? Как признался впоследствии мой руководитель, каждое мое слово было искренним до глубины души и несло заряд неудержимого желания

работать. В тот год я выполнил план продаж на двести сорок пять процентов.

Навыки продаж

Доллар тому, кто придумал, десять тому, кто сделал, сто тому, кто продал.

Американская поговорка

Фармацевтические компании охотно набирают сотрудников, которые на протяжении всего интервью «продают» себя: грамотно, красиво представляются; заводят отвлеченный разговор, чтобы создать неформальную обстановку; сами задают вопросы, чтобы прояснить требования к кандидату. Убедительно рассказывают о себе, приводя сильные аргументы в свою пользу.

Для выяснения навыков продаж интервьюер может задать несколько вопросов, как косвенных, так и прямых:

- Как вы себе представляете процесс продаж?
- Почему вы считаете, что врач будет назначать наши препараты?
- Каким должен быть профессиональный продавец?
- Как вы оцениваете свои навыки продаж?

Пример *(интервьюер использует нестандартные приемы, чтобы определить способности кандидата к продажам на основе выявленных потребностей).*

И.: Попробуйте продать мне мою авторучку.

К.: Где вы достали такую замечательную авторучку? У нее металлический зажим и удобное деревянное перо!.. Ну что ж, попробуем продать вам ее. Позвольте задать несколько уточняющих вопросов. Спасибо. Чем вы руководствуетесь при выборе авторучки?

И.: Она должна быть прочной.

К.: Уточните, пожалуйста, почему она должна быть прочной?

И.: Случалось, что мои авторучки ломались при попытке почесать ими спину *(нестандартный ответ для проверки способности работать в непредвиденных обстоятельствах)*.

К.: Правильно ли я понял, что при выборе авторучки для вас важно, чтобы ею не только удобно было писать, но и чтобы она могла выдерживать повышенные нагрузки?

И.: Да!

К.: Тогда эта авторучка как раз для вас. Она сделана из дерева и металла, поэтому прочнее других. Вы сможете наслаждаться письмом, не беспокоясь о ее прочности!

Технология успешного прохождения собеседования

Если ты чего-нибудь хочешь, вся Вселенная будет способствовать тому, чтобы желание твое сбылось.

П. Коэльо

На этапе поиска работы медицинские представители получают возможность пройти множество собеседований в различных компаниях. Часто бывает, что кандидату предлагают место те компании, в которых он не хочет работать, и отказывают там, куда он стремится попасть. А можно ли добиться того, чтобы кандидат сам выбирал работодателя? Можно. Об этом мы сейчас и поговорим. Начнем с внутреннего настроя.

Для успешного трудоустройства прежде всего нужна соответствующая внутренняя установка. Кандидат должен внушить себе примерно следующее: «На собеседовании я покажу себя так, что смогу сам выбрать компанию, в которой соглашусь работать». Успешные медицинские представители при поиске работы пользуются теми же приемами продаж, которые применяют каждый день, предлагая препараты своим клиентам. Среди этих приемов:

- подготовка к интервью (сбор информации о работода-

теле, ответы на предполагаемые вопросы, соответствующий внешний вид);

- нестандартная форма знакомства с интервьюером;
- несколько вопросов для выяснения потребностей работодателя;
- презентация самого себя применительно к данным потребностям;
- заключение договоренности.

Рассмотрим каждый этап успешного интервью.

Подготовка

На этапе подготовки к предстоящему интервью необходимо выяснить из открытых источников и хорошо запомнить:

- точное название компании;
- направления ее деятельности;
- приблизительное число сотрудников (общее и в вашем регионе);
- экономические показатели компании: доход, ежегодные затраты на благотворительность, на исследования и т. д.;
- инструкции по применению препаратов компании;
- краткую историю компании;
- контакты интервьюера с компанией работодателя.

Эта информация позволит легко ориентироваться в

структуре и специфике деятельности компании и произвести хорошее впечатление на интервьюера. Ведь работодатель всегда ценит сотрудников, которые к любому делу подходят с ответственностью.

Внешний вид

На собеседовании нужно выглядеть так же, как при повседневной работе с будущими клиентами. При этом у женщин и мужчин будет своя специфика.

Рекомендации женщинам

Когда женщина ярка, она чаще всего к тому же еще и шумлива.

Григорий Ландау

- Подберите удобную одежду делового стиля в черных или серых тонах.
- Наденьте обувь на невысоком каблуке. Работа медицинского представителя связана с постоянной ходьбой, поэтому высокий каблук может создать о вас впечатление как о ненадежном кандидате.
- Будьте предельно осторожны с духами, макияжем, лаком для ногтей. Избегайте кричащих тонов косметики и насыщенного парфюма. Пользуйтесь косметикой нейтральных пастельных тонов. Лак на ногтях и косметика должны гар-

мониторить по цвету.

- Не следует приходить с распущенными волосами. Лучше компактно уложить их в элегантную деловую прическу.

Рекомендации мужчинам

По внешнему виду не судят только самые непроницательные люди.

Оскар Уайльд

- Наденьте деловой костюм. Он должен быть хорошо выглажен и не выглядеть дешевым. Возможны также различные сочетания джемперов и брюк синего, черного и серого тонов.
- Обувь предпочтительна черная. Хорошо начищенная обувь – зеркало души истинного джентльмена.
- Брючный ремень должен быть одного цвета с обувью.
- Обязательное условие – чистая, тщательно выглаженная рубашка синего или белого цвета с длинным рукавом.
- Галстук следует выбирать под цвет костюма или рубашки. Избегайте кричащих цветов и узоров. В центре внимания должны быть вы, а не ваш галстук.
- Носки должны быть темные и достаточно длинные. Ни в коем случае не допускайте сочетание черной обуви и белых носков!

Собеседование

Манеры человека – это зеркало, в котором отражается его портрет.

И. Гете

Основные правила, которыми следует руководствоваться на собеседовании

- Обязательно возьмите с собой ежедневник или блокнот и записывайте всю информацию, которую сообщит вам интервьюер. Этим вы продемонстрируете свою организованность, что повысит шансы на трудоустройство.
- Будьте предельно вежливы с интервьюером. Если вы идете вместе, открывайте и придерживайте дверь. Садитесь только после того, как вам это предложат. Следите за своей осанкой, руки держите на столе ладонями вниз, используйте открытые жесты (не следует скрещивать пальцы, руки и ноги).
- Не начинайте разговор первым: ведь это вас пригласили. По ходу интервью поддерживайте диалог, вежливо задавая вопросы.
- Слушайте с улыбкой, чаще смотрите в глаза интервьюеру. Это характеризует вас как приятного собеседника.

- Не спрашивайте о зарплате, пока сам интервьюер не затронет эту тему.

А главное правило поведения на собеседовании – это, отвечая на любой вопрос, продавать себя. Интервьюеру нужно определить, подходите вы для данной вакансии или нет. Так убедите его в том, что, приняв вас, компания получит большую выгоду.

Пример.

И.: Расскажите о ваших профессиональных достоинствах.

(Ответ кандидата должен продемонстрировать наличие у него навыков, необходимых медицинскому представителю.)

К.: Одна из моих сильных сторон – это (*характеристика достоинств кандидата*) умение налаживать партнерские отношения. Работая в вашей компании, я буду использовать (*характеристика выгоды для работодателя*) мои лучшие качества, чтобы наладить деловые отношения с клиентами. Это позволит добиться высоких показателей продаж.

Начало собеседования

Заговори, чтобы я тебя увидел.
Сократ

Прежде всего представьтесь. Одной из эффективных форм представления может быть такая:

– Добрый день, меня зовут Игорь Львов, я с удовольствием принял предложение пройти интервью на позицию медицинского представителя в вашей компании.

- Протяните руку первым – рукопожатие должно быть достаточно крепким. Если вы будете переходить в другое помещение – открывайте перед интервьюером дверь.

- Начинайте общение с улыбкой. Постоянная улыбка и позитивная форма ответов оставят у интервьюера приятное впечатление и вызовут положительные эмоции. В начале интервью постарайтесь ближе познакомиться с интервьюером. Вот несколько фраз-заготовок, чтобы разговорить собеседника:

- Очень приятно с вами познакомиться. Любопытно узнать, как давно вы работаете в этой компании?

- Как вы начали заниматься продажей лекарственных препаратов?

- Вчера вечером получил большое удовольствие, прочитав вашу статью в Интернете о навыках общения с клиентами. Чувствуется, что у вас большой опыт в этой области. Мне было бы очень интересно узнать, как складывался ваш профессиональный путь.

- Мне известно, что ваша компания успешно запустила Овиртин¹ с увлажняющей формулой для чувствительной

¹ Наименование торговой марки условно, любые совпадения случайны.

слизистой. Как вы думаете, в чем именно причина успеха?

Подобные вопросы помогут растопить лед между вами и интервьюером, и вы из статуса незнакомца перейдете в статус приятного собеседника.

Выявление потребности работодателя

Величайшее из достижений оратора – не только сказать то, что нужно, но и не сказать того, что не нужно.

Марк Туллий Цицерон

Как правило, в начале интервью сотрудник фармацевтической компании просит кандидата на должность медицинского представителя рассказать о себе. Незадачливые кандидаты выкладывают все, что только могут вспомнить из своей профессиональной и личной жизни. Как вы думаете, интервьюера обрадует такой поток ненужной в большинстве своем информации? То же может произойти и в кабинете врача, к которому пришел неопытный медицинский представитель. Когда врач спросит: «Ну, с чем пришли?» – тот выпалит все, что ему известно о предлагаемом препарате. Как вы считаете, врач будет доволен?

И в том, и в другом случае нужно делать акцент на том, что нужно конкретно этому работодателю и этому врачу. Поэтому на собеседовании не стоит подробно рассказывать о

своих хобби. Говорить следует только о том, что требуется работодателю. Как это выяснить?

Пример.

И.: Расскажите, пожалуйста, о себе.

К.: Простите, а можно, прежде чем я предоставлю о себе информацию в полном объеме, задать вам один предварительный вопрос? *(Если согласие получено, кандидат задает свой вопрос.)* Какие профессиональные качества должны быть у кандидата на данную вакансию?

И. (ответ из практики собеседований): Нам требуется специалист с высшим медицинским образованием, имеющий опыт продвижения лекарственных препаратов в течение как минимум одного года. Он должен иметь хорошо развитые навыки межличностного общения, нацеленность на конкретный результат и большое желание работать именно в нашей компании.

Из приведенного примера видно, что кандидату следует рассказать о себе, основываясь на огромном желании работать в данной компании. При этом сделать акцент на том, что он обладает развитыми коммуникативными навыками и всегда добивается поставленных целей.

Зная требования работодателя, можно пользоваться заранее заготовленными ответами. Для этого нужно подготовить 5 историй о себе, демонстрирующих 5 основных навыков в работе медицинского представителя (лучший экспромт – это

подготовленный экспромт).

Презентация кандидата

Придерживайтесь следующих двух правил на собеседовании:

- говорите на языке характеристик (кандидата) и выгод (для клиента). В идеале каждый ваш ответ должен демонстрировать выгоды, которые получит компания, если примет вас на работу;
- описывайте только те свои качества, которые требуются работодателю.

Если компании нужен командный игрок – расскажите заранее заготовленную историю о том, как вы на предыдущем месте работы благодаря кооперации с коллегами достигли высоких результатов; если требуется легко обучаемый кандидат – расскажите о том, как вы без проблем получили водительские права, как сдали сложный экзамен в университете, как быстрее всех в группе усваивали знания и делились ими с сокурсниками, и т. п.

Пример (работодатель ищет кандидатов, обладающих стойкой целеустремленностью).

И.: Одна из сложностей в работе медицинского представителя – очереди перед врачебными кабинетами. Как вы будете преодолевать это

препятствие?

К.: С такими препятствиями я встречался довольно часто на прежнем месте работы. У меня выработалась внутренняя установка (*характеристика своих достоинств*): моя задача – помогать клиентам находить оптимальные решения их профессиональных проблем с использованием продвигаемых препаратов. А поскольку я на работе, значит, я не пациент и мне незачем стоять в очереди. Обладая такой внутренней установкой, я добиваюсь своей цели (*требование к кандидатам*) и легко попадаю к врачу. Такой опыт позволит мне эффективно продавать препараты вашей компании (*выгода работодателя*).

Заключение договоренностей

После того как кандидат представит себя всесторонне, наступает момент, когда у интервьюера больше нет вопросов. Тот, как правило, интересуется, есть ли у кандидата вопросы к нему. В таких ситуациях следует взять инициативу в свои руки, чтобы завершить процесс продажи самого себя. А продемонстрировав умение договариваться с клиентом, вы повысите свои шансы получить работу в данной компании.

Пример.

К.: Как вы считаете, соответствую я имеющейся у вас вакансии?

Подобный ненавязчивый вопрос позволит

интервьюеру увидеть у кандидата хорошо развитые навыки заключения договоренностей, что высоко ценится фармацевтическими компаниями.

Важно отметить, что, если интервьюер ответит уклончиво или отрицательно, всегда есть возможность задать следующий вопрос:

К.: Какая информация о моем опыте и качествах могла бы убедить вас, что я соответствую данной вакансии?

Получив ответ, вы можете добиться успеха, рассказав заранее заготовленную историю.

Однако даже получив отказ, вы имеете шанс приобрести ценную информацию, которая поможет при собеседованиях в других компаниях, задав следующий вопрос:

К.: Если я не подхожу вашей компании, не могли бы вы дать мне совет: какие навыки мне нужно развить, чтобы в будущем получить должность медицинского представителя?

Рабочий день медицинского представителя

На день надо смотреть, как на маленькую жизнь.

Максим Горький

В большинстве случаев во время собеседования кандидата спрашивают, как он представляет себе свой рабочий день.

Данный вопрос позволяет выяснить степень подготовленности медицинского представителя, оценить его представления о работе, адекватность взглядов, уровень опыта, навыки бизнес-планирования, организации своего рабочего времени, умение видеть и преодолевать препятствия, а также косвенно определить скорость и глубину мыслительных процессов.

Зная, как ответить на этот вопрос правильно, кандидат будет иметь большое преимущество перед конкурентами.

Рабочий день медицинского представителя начинается с вечера предыдущего дня, когда необходимо запланировать перечень дел на завтра. К ним относятся: визиты к врачам, посещение аптек, чтение лекций на фармацевтические темы и т. д. Следует подготовить все материалы к предстоящему рабочему дню, просмотреть записи по каждому клиенту. Планирование мероприятий проводится с учетом ад-

ресов мест посещений, чтобы составить оптимальный маршрут и график. Убедиться в том, что у того или иного врача не изменились часы приема, тоже нужно накануне визита, позвонив в регистратуру.

Начинать рабочий день следует в 8–9 часов утра. Это позволит попасть к врачам или сотрудникам аптек, пока еще нет очередей, а также застать врачей на планерках и провести короткую презентацию.

Оценив количество пациентов в очереди, можно использовать различную тактику. Задача медицинского представителя – оказать помощь врачу, поэтому очереди не для него. Нужно действовать гибко, в зависимости от обстоятельств. Так, если в очереди более пяти пациентов, следует решительно подойти к двери кабинета, постучать, открыть дверь, представиться и спросить о возможности разговора с врачом. Такая тактика позволит быстро определить, состоится визит или нет. Как правило, врачи отвечают: «Зайдите, когда выйдет пациент» или: «В порядке очереди». Так медицинский представитель сможет быстро определить свои дальнейшие действия и спланировать работу в данной поликлинике.

Важно понимать, что терять время в очереди не следует. Ведь даже один пациент может провести на приеме у врача около часа. Психологическое искусство медицинского представителя в том и состоит, чтобы, не вступая в перепалку с ожидающими в очереди, суметь добиться своей цели.

В кабинете врача важно следовать главному правилу: все, что делает медицинский представитель, должно нести пользу врачу.

Почему это так важно?

В связи с изменением законодательной базы и тенденцией к расширению фармацевтического рынка все больше медицинских представителей встречаются с трудностями в получении доступа к врачам. В некоторых поликлиниках вообще наложен административный запрет на посещение врачей медицинскими представителями.

Какой может быть выход из сложившейся ситуации?

- только уверенность в том, что медицинский представитель окажет реальную помощь в работе, может побудить врача пойти на контакт;
- только обладая экспертными знаниями и способностью дать врачу профессиональную консультацию, можно добиться доверия клиента;
- только регулярные визиты позволят выстроить долгосрочные высокопродуктивные отношения с клиентом, а доверие к медицинскому представителю крепнет в прямой прогрессии с количеством его посещений.

Перед визитом следует просмотреть записи и освежить в памяти всю историю визитов к данному врачу.

Во время визита важно придерживаться следующего плана:

- представление;
- изложение цели визита;
- предварительный краткий разговор с целью выявить потребности клиента;
- презентация в соответствии с его потребностями, демонстрация подготовленных материалов, если у клиента не будет возражений;
- этап договоренности;
- окончание визита.

После выхода из кабинета нужно внести свежие записи в карту клиента и поставить цели на следующий визит.

В конце рабочего дня медицинский представитель обязательно должен изучить корреспонденцию электронной почты, свежие учебные материалы, составить отчет о проделанной работе и план действий на завтра.

Примеры вопросов и ответов на собеседовании

Да не о том думай, что спросили, а о том – для чего? Догадаешься – для чего, тогда и поймешь, как надо ответить.

Максим Горький

Повторим три основных правила успешного прохождения собеседования.

Правило 1. Демонстрируйте свои достоинства, а также выгоды, которые получит работодатель, приняв вас.

Правило 2. Чтобы шире продемонстрировать свои достоинства, выходите за рамки поставленного вопроса.

Правило 3. Улыбайтесь и показывайте уверенность в себе.

Пример 1.

И.: Почему вы не стали проходить интернатуру?

К.: На первый взгляд может показаться странным, что, проучившись шесть лет, я отказался пройти год интернатуры, чтобы стать дипломированным специалистом. Но дело в том, я уже на пятом курсе определился с карьерой и устроился в фармацевтическую компанию медицинским представителем. А став выпускником института, имел уже двухгодичный опыт продаж. Поэтому вы можете быть уверены в моих навыках продаж и мотивации на

дальнейшие достижения.

Имейте в виду, что правдивость каждого вашего ответа оценивается путем пристального наблюдения. Даже небольшая заминка в ответе, еле уловимое снижение темпа и тона голоса, изменение позы и невербальные признаки (почесывание носа, поглаживание волос, скрещивание пальцев рук) могут сигнализировать интервьюеру, что кандидат лжет. Почувствовав что-то неладное, работодатель, скорее всего, откажет такому кандидату. Чтобы этого избежать, нужно отвечать честно и говорить уверенно. Даже если правдивый ответ покажет вас с непривлекательной стороны, ваши шансы будут предпочтительнее, чем если бы вы, мило улыбаясь, солгали. При этом всегда можно выйти из неловкой ситуации, используя второе правило: «Чтобы шире продемонстрировать свои достоинства, выходите за рамки поставленного вопроса».

Пример 2.

И.: Почему вы хотите работать именно в нашей компании?

К.: Когда я впервые услышал о компании «Никомед» (*название условное*), я заинтересовался и был поражен количеством выпускаемых лекарственных препаратов: ведь это до десяти новинок ежегодно, которые компания поставляет на рынок, заботясь о здоровье своих пациентов. У вашей компании замечательная история, финансовые показатели стремительно растут, при этом большие средства

тратятся на социальные расходы и благотворительность. Я очень ценю компанию «Никомед» за уникальное умение добиваться поставленных бизнес-целей, не забывая о социальной ответственности. Я тоже всегда стараюсь добиваться поставленных целей, при этом помогая людям, с которыми имею дело. Уверен, что смогу направить всю свою энергию на достижение целей «Никомеда». Для меня большая честь стать причастным к успехам вашей компании!

Как следует из примера 2, для успешного ответа важно знать название компании, ее цели, экономические показатели, области специализации и т. п. В ответе из этого примера применялись все три указанных выше правила.

Правило 1 было использовано в словах: «Уверен, что смогу направить всю свою энергию на достижение целей «Никомеда». Для меня большая честь стать причастным к успехам вашей компании!»

Правило 2 было продемонстрировано в предложениях «Я очень ценю компанию «Никомед» за уникальное умение добиваться поставленных бизнес-целей, не забывая о социальной ответственности. Я тоже всегда стараюсь добиваться поставленных целей, при этом помогая людям, с которыми имею дело».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.