



O VEDERE DE “SUS” A PROFESIEI DE **REPREZENTANT MEDICAL**

25.06.2010

Hotel Intercontinental Bucuresti

Cateva fapte

- Profesie relativ noua (20 de ani)
- In crestere veriginoasa pana in 2007
- Schimbari ale profilului candidatului
- Din 2008 au inceput reduceri de personal
- Global profesia este in "reorganizare"
 - Lipsa de blockbustere + patente in expirare
 - Presiuni din partea platitorilor
 - "Comoditizare"
 - Cresterea accesului la informatie
- Tranzitia catre un nou model (KAM?)

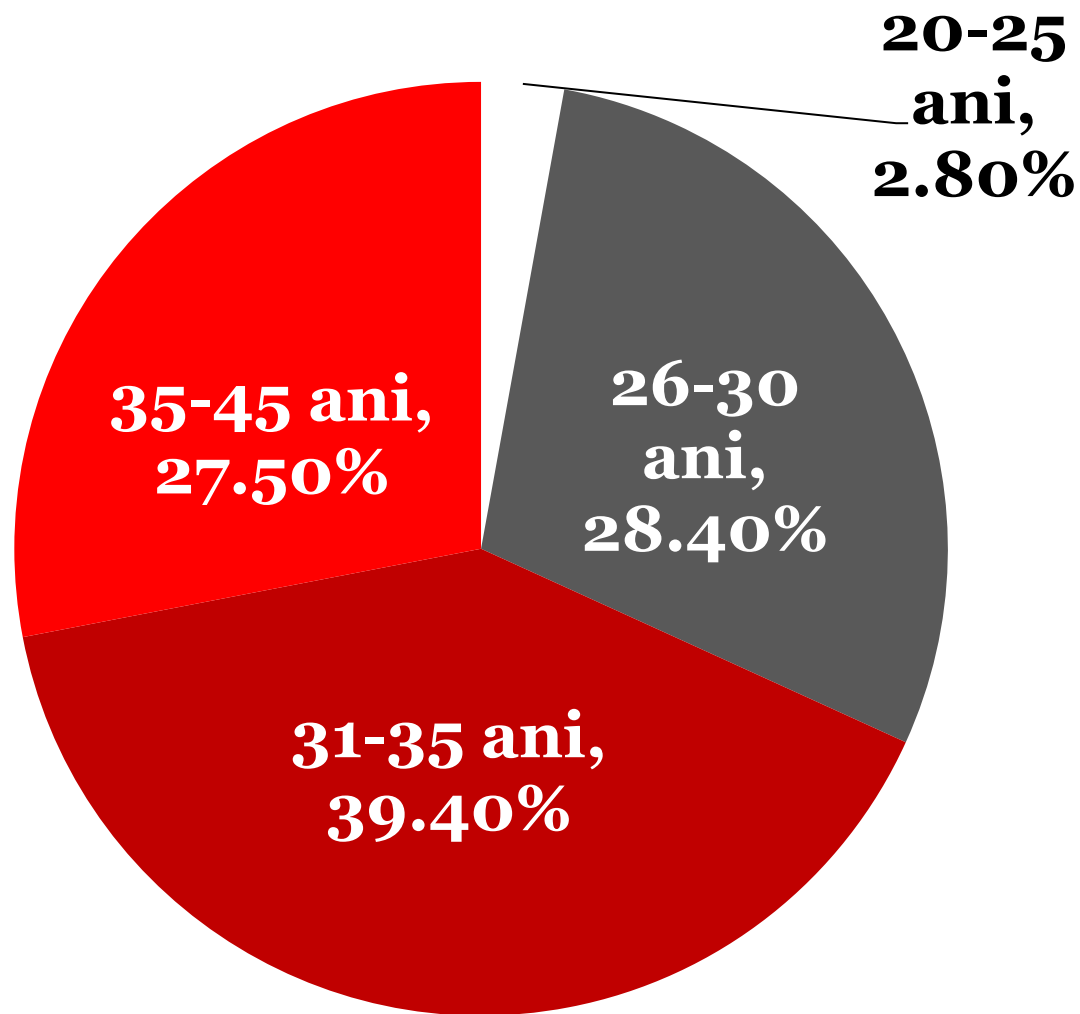
De ce?

- Sa vedem daca stim unde ne aflam?
- Sa descoperim tendintele din randul acestei comunitati?
- Sa vedem unde sunt conflictele intre asteptari si realitate?
- Sa descoperim asemanari si diferente intre diferite grupuri de reprezentanti?
- Sa contribuim la a da o directie spre un viitor mai frumos!

Metodologie

- Chestionar online anonim 15-20 minute pe freeonlinesurvey.com
- 11.11.2009 - 22.03.2010
- Contact telefonic (8 refuzuri)
- 134 chestionare trimise (57 companii), 45% reminder la telefon sau e-mail
- 113 primite (84.3 rata de participare) - 106 confirmari / 48 de companii

Structura pe varsta



Subgrupuri (I)

- Varsta respondentilor
 - <30 ani (35 respondenti, 31,5%)
 - 31-35 (44 respondenti, 39.6%)
 - >36 years of age (32 respondenti, 28.8%)
- Experienta ca RM
 - *Juniori*: 1-3 ani de experienta (32 respondenti, 28%)
 - *Experimentati*: 4-6 ani de experienta (43 respondenti, 38%)
 - *Seniori*: peste 7 ani de experienta (48 respondents, 34%)

Subgrupuri (II)

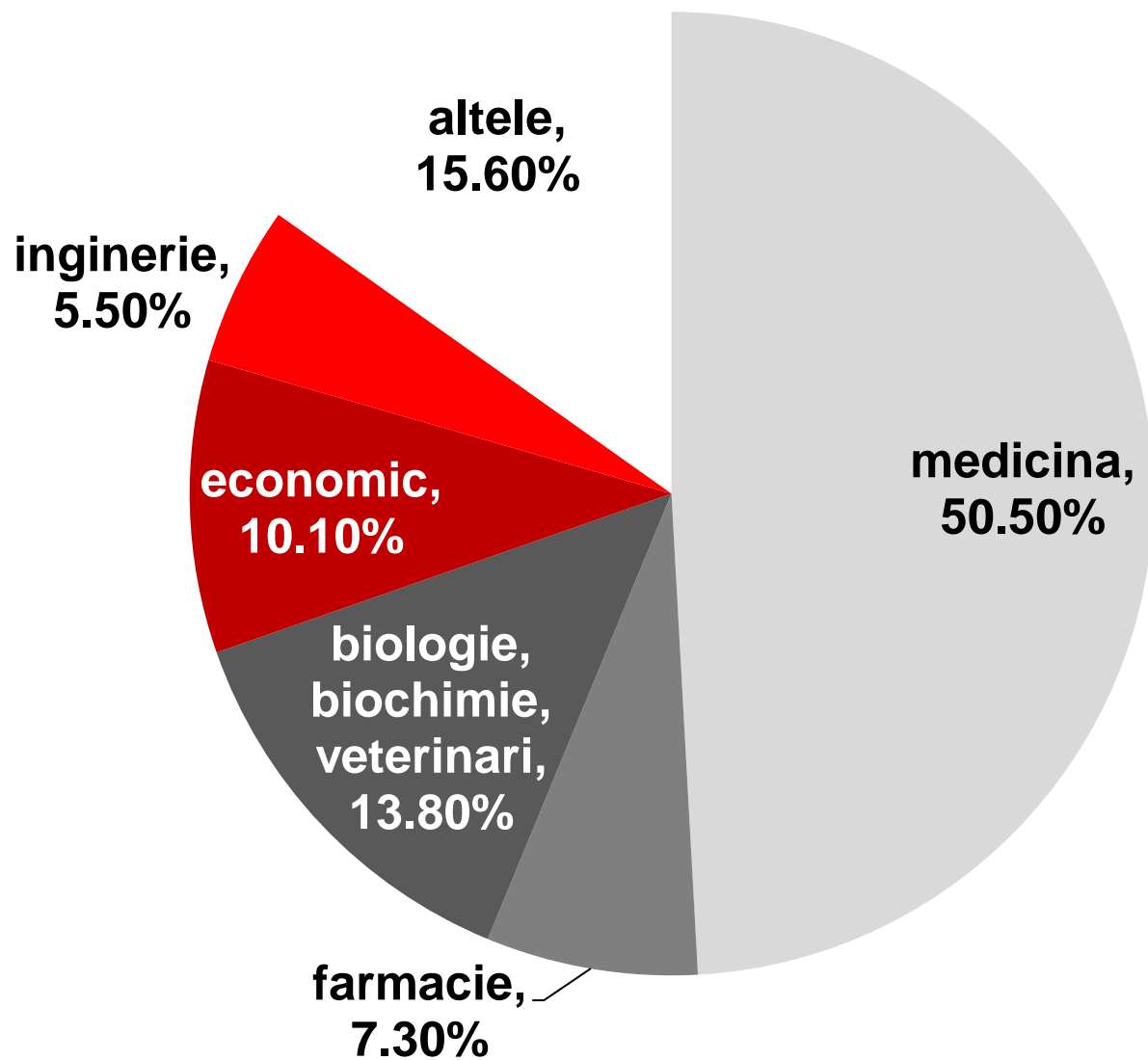
- Marimea companiei
 - *Mici*: <40 RM (34 respondenti, 30.7%)
 - *Medii*: 41-100 RM (43 respondenti, 38.6%)
 - *Mari*: >101 RM (34 respondenti, 30.7%)
- Tip de produse promovate
 - *Generice*: doar sau preponderent generice (16 respondenti, 14.1%)
 - *Originale*: doar sau preponderent originale (83 respondenti, 73.5%)
 - *Mixt*: Generice si originale in egala masura (12 respondenti, 10.6%)

Subgrupuri (IV)

- Tipul companiei

- *Romanesti*: inclusiv cele cu productie importanta in RO: Zentiva, Antibiotice, Ranbaxy, Gedeon Richter, Labormed, Biofarm, Sandoz, Actavis (17 resp., 15%)
- *Multinationale in top 10 global (IMS)*: Pfizer, GSK, Novartis - fara Sandoz, Sanofi Aventis, Astrazeneca, Roche, J&J, MSD, Abbott, Lilly (39 resp., 34.5%)
- *Alte multinationale* - cu prezenta mare in RO: Servier, Wyeth, Bayer, Solvay, Menarini, Schering Plough, Novo Nordisk, Boeringer Ingelheim, BMS (24 respondenti, 21.2%)
- *Restul companiilor*. (31 respondenti, 27.4%)

Pregatire formala



Subgrupuri (V)

- Educatia formala a respondentilor
 - *Educatie medicala*: medicina sau farmacie (65 respondenti, 59%)
 - *Fara educatie medicala*: orice altceva (46 respondenti, 41%)
- Comitetment pentru profesie pe viitor
 - *Pe termen scurt*: 1-3 ani (49 respondenti, 43%)
 - *Pe termen mediu*: 4-9 ani (37 respondenti, 33%)
 - *Pe termen lung*: >10 years (27 respondenti, 24%)

Subgrupuri (VI)

- Nr de sesiuni de training in ultimii 3 ani
 - *Sub unul pe an* (27 respondenti, 27%)
 - *Intre 1-2 pe an* (35 respondenti, 35%)
 - *Mai mult de 2 pe an* (39 respondenti, 39%)
- Experienta de lucru
 - *Doar experienta de RM:* (28 respondenti, 25%)
 - *Experienta si in alte joburi* (85 respondenti, 75%)

Obiective

1. Sa vedem perceptia despre propria profesie si care sunt “ingredientele” succesului in opinia RM.
2. Sa vedem in ce directie a evoluat aceasta profesie in ultimul an (criza!) dar si in ultimii 3 ani
3. Sa vedem ce asteptari au de la sefii lor directi si ce masura acestia se ridica la nivelul asteptat.
4. Care este perceptia referitoare la programele de training din ultimul timp
5. De vazut care este nivelul de satisfactie in munca zilnica si cat de mult sunt dispusi sa lucreze ca RM.
6. Sa aflam care motivatori sunt mai puternici si care sunt motivele reale din spatele migratiei intre companii.

De “incalzire”

- $\frac{3}{4}$ considera jobul f. important pentru companie, $\frac{1}{4}$ important
- 94% sunt de parere ca profesia este utila societatii, nimeni nu considera dimpotriva

De “incalzire”

- $\frac{3}{4}$ considera jobul f. important pentru companie, $\frac{1}{4}$ important
- 94% sunt de parere ca profesia este utila societatii, nimeni nu considera dimpotriva

Elemente care influenteaza succesul in cariera

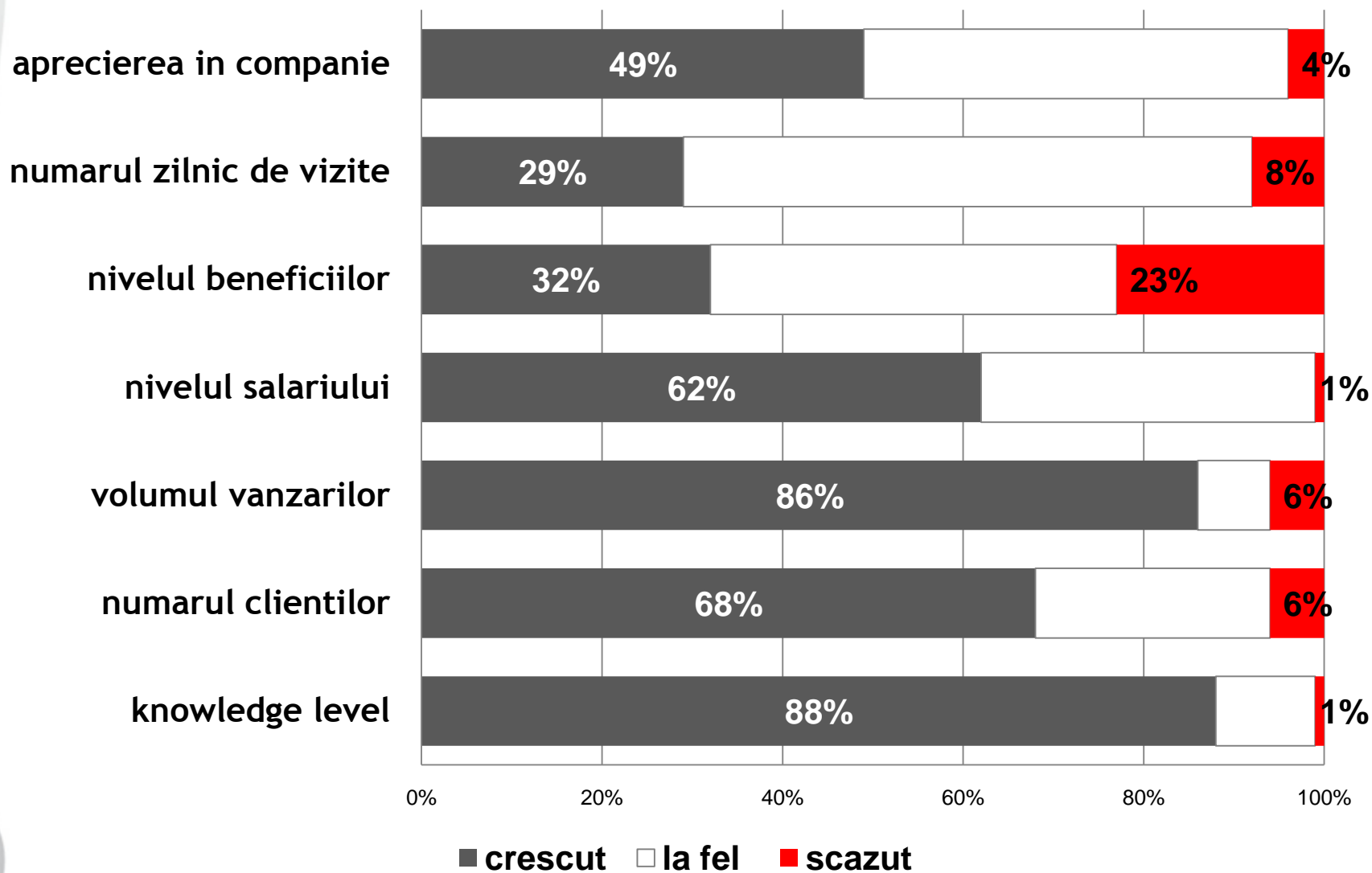
1. Capacitatea de a selecta clientii cu potential
2. Colaborarea cu alti colegi RM
3. Utilizarea corecata a tehnicilor de vanzare
4. A avea un manager interesat de succesul RM
5. A avea o retea de clienti loiali
6. O atitudine optimista in fiecare abordare
7. Interesul pentru noutati in domeniu
8. Cunoasterea tehnicilor specifice de vanzare
9. Nivelul cunostintelor medicale
10. Capacitatea de a comunica usor cu ceilalti
11. Participarea in programe de dezvoltare profesionala

Elemente care influenteaza succesul in cariera

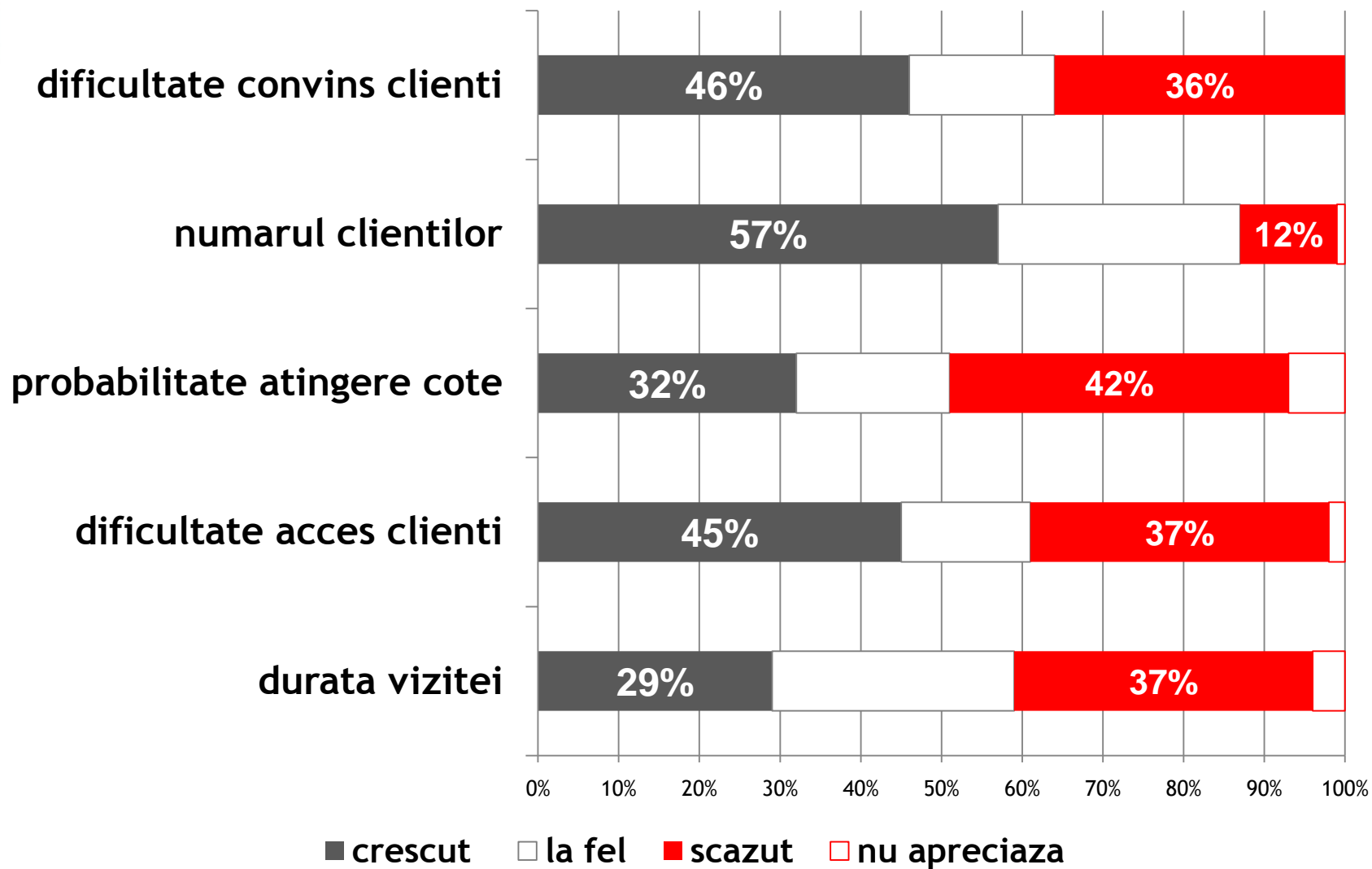


Scor mediu pe o scara de la 1-10

Schimbari in ultimul an



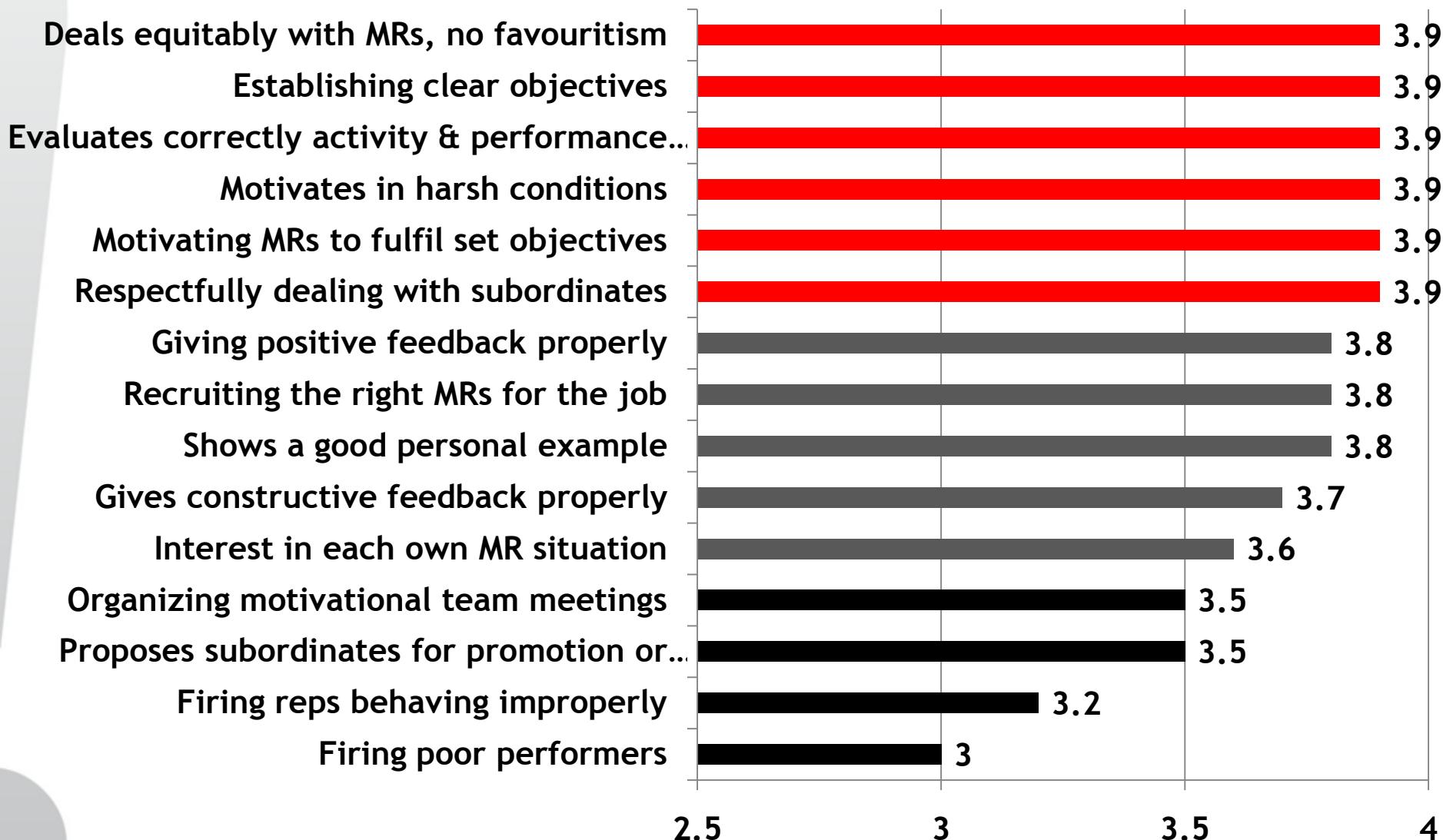
Schimbari in ultimii trei ani



Atribute de leadership ale FLSM-lor

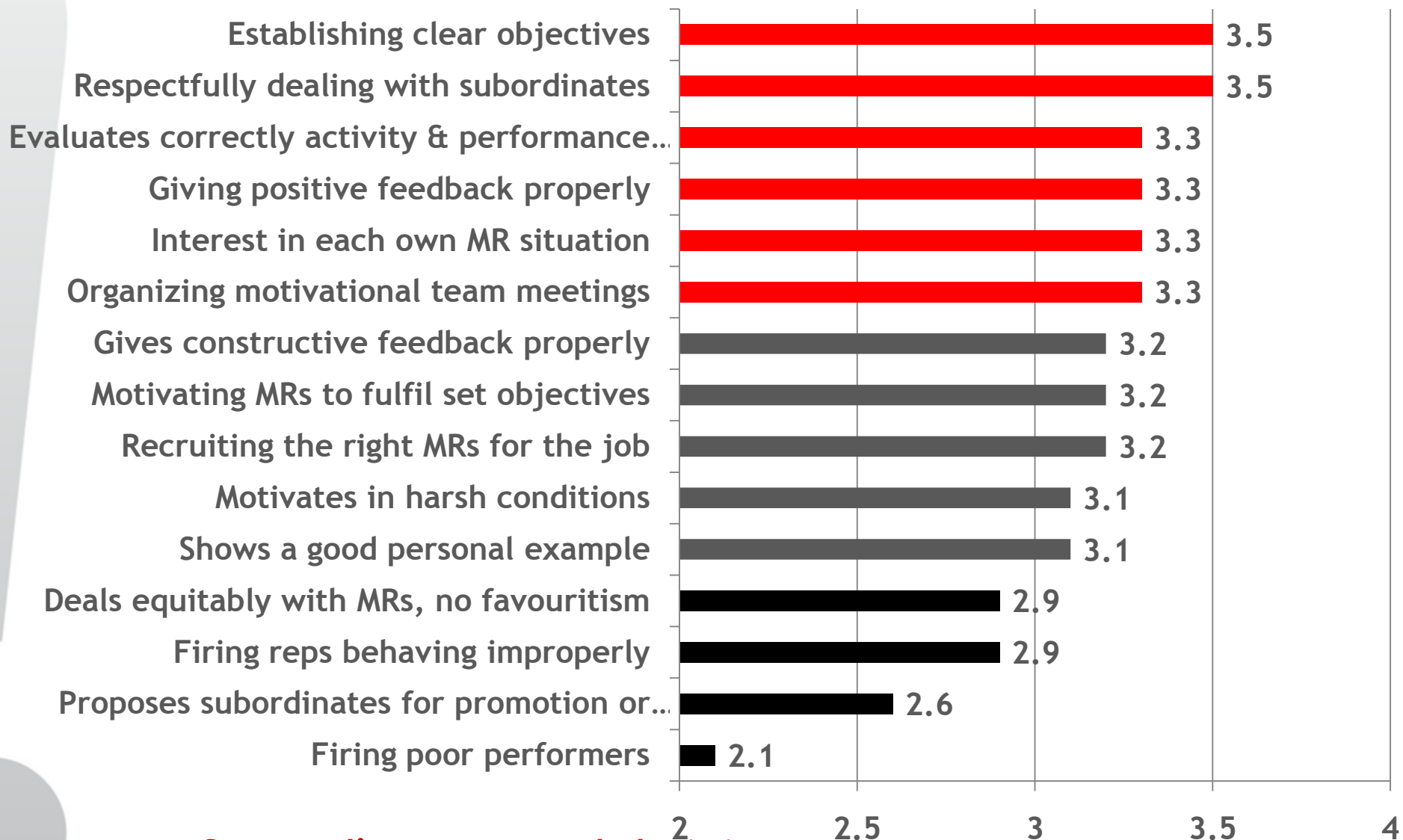
1. Stabileste clar obiectivele individuale
2. Motiveaza RM sa atinga obiectivele
3. Trateaza cu respect RM
4. E interesat de situatia fiecarui RM
5. Da corectfeedback pozitiv
6. Recruteaza RM potriviti rolului
7. Elimina subperformerii
8. Elimina pe cei cu atitudine nepotrivita
9. Organizeaza sedinte de grup care motiveaza
10. Propune subordonatii pt. promovare sau alte dept.
11. Constituie un exemplu personal pozitiv
12. Trateaza echitabil subordonatii fara favoritisme
13. Reuseste sa motiveze in conditii “vitrege”
14. Da corect feedback constructiv
15. Evalueaza corect activitatea si performanta subordonatilor

Importanta unor attribute de leadership a FLSM



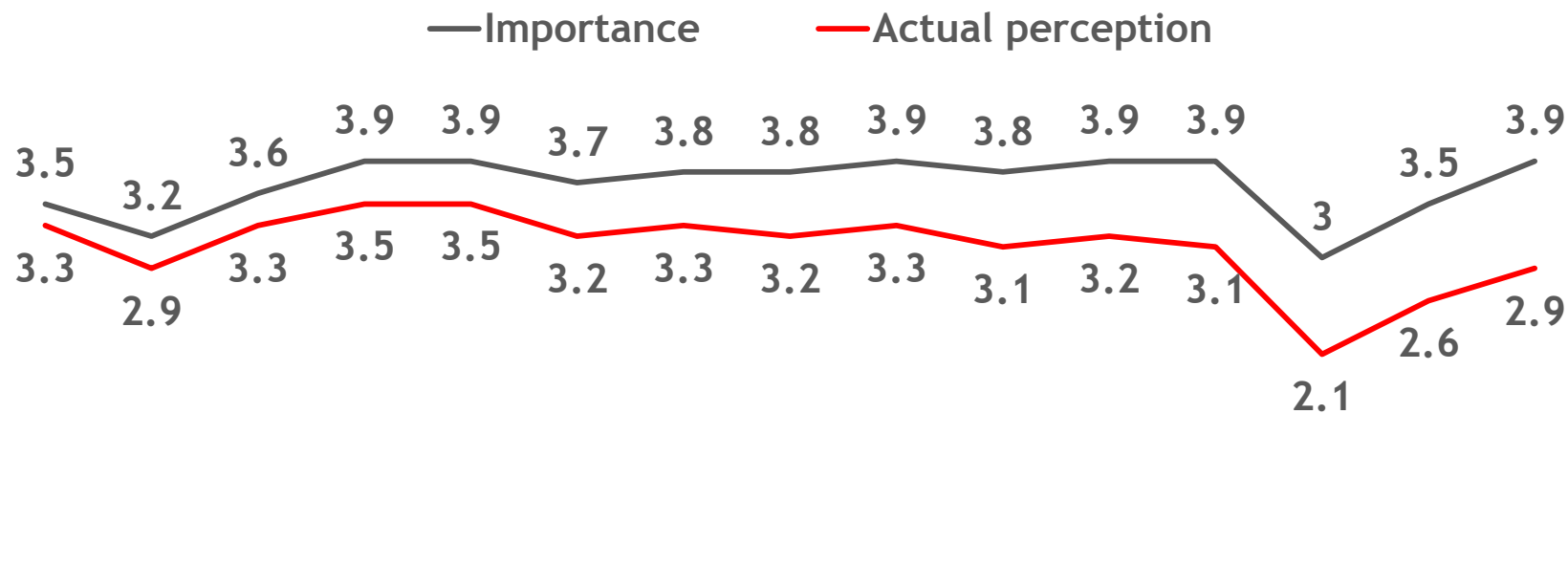
Scor mediu pe o scara de la 1-4

Perceptia executiei unor attribute de lidershhip



Scor mediu pe o scara de la 1-4

Distanța între importanța și percepție, FLSM



Organizing motivational team meetings

Firing reps behaving improperly

Interest in each own MR situation

Respectfully dealing with subordinates

Establishing clear objectives

Gives constructive feedback properly

Giving positive feedback properly

Recruiting the right MRs for the job

Evaluates correctly activity & performance of MRs

Shows a good personal example

Motivating MRs to fulfil set objectives

Motivates in harsh conditions

Firing poor performers

Proposes subordinates for promotion or other dept.

Deals equitably with MRs, no favouritism

Nivel de apreciere a programelor de training

Nu sunt relevante pentru munca pe care o desfasor



Sunt placute indiferent de subiectul lor



Sunt prea teoretice si nu destule de legate de practica



Acestea sunt adaptate noutatilor de pe piata

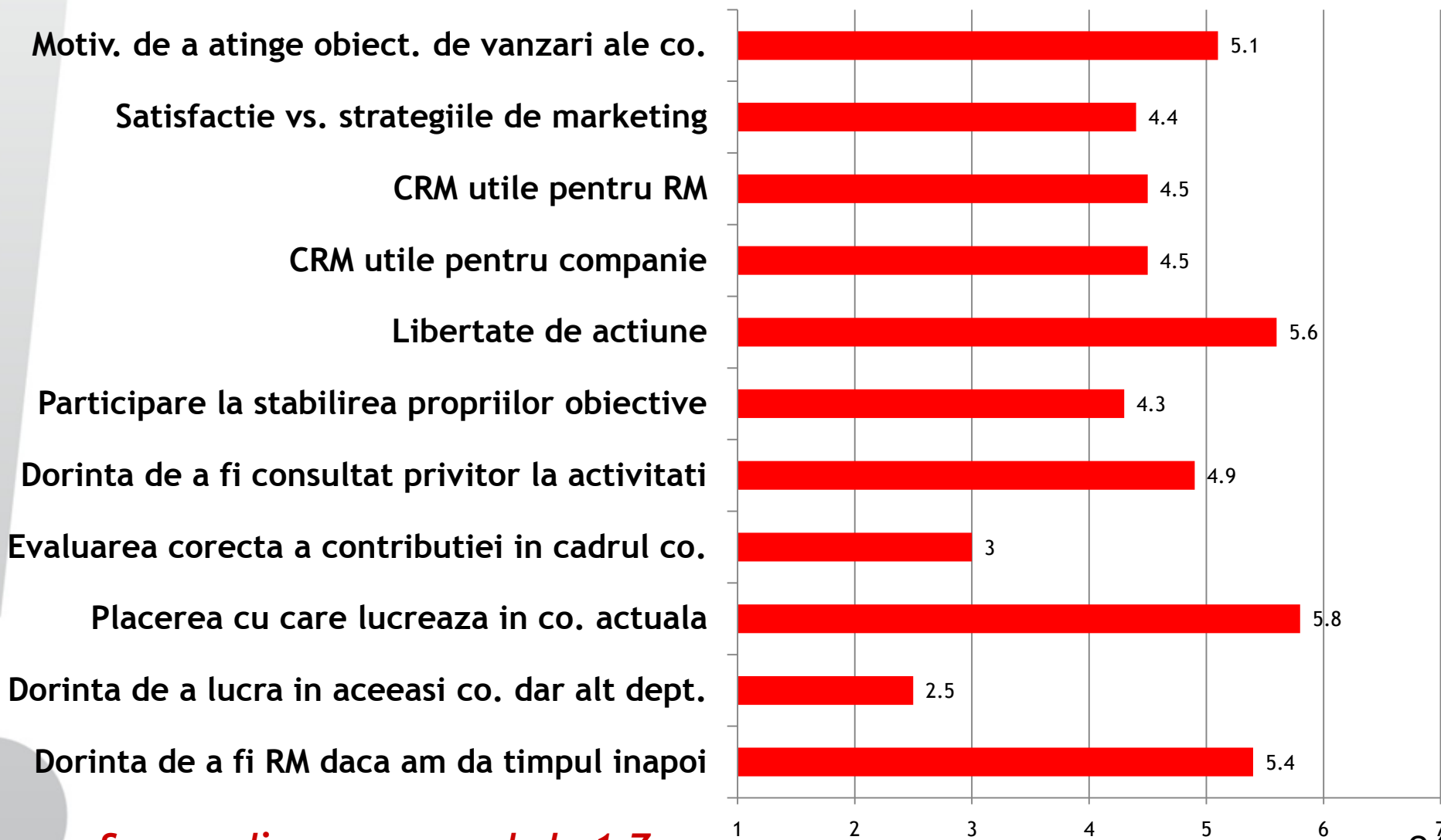


Este dificil pentru RM sa-si atinga obiectvele fara ele



■ In foarte mare masura ■ In mare masura ■ In mica masura ■ In foarte mica masura

Nivel de satisfactie fata de job & diferite instrumente in compania unde lucreaza



Scor mediu pe o scara de la 1-7

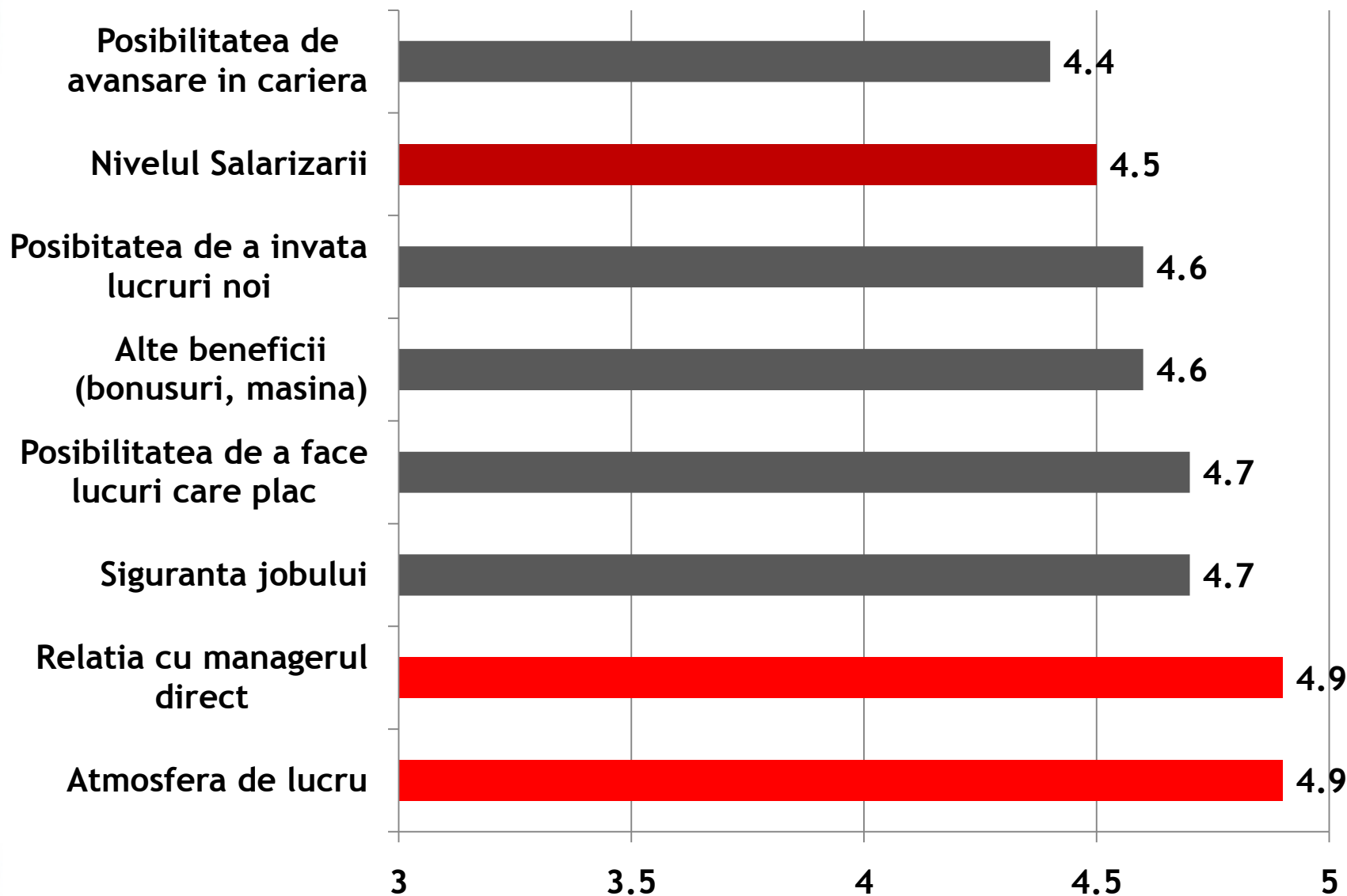
Importanta diferitilor motivatori pentru RM

1. Posibilitatea de a invata lucruri noi
2. Posibilitatea de a avansa in cariera
3. Atmosfera de lucru
4. Siguranta postului
5. Nivelul salarizarii
6. Relatia cu managerul direct
7. Alte beneficii (bonusuri, masina...)
8. Posibilitatea de a face lucruri care plac

Importanta diferitilor motivatori pentru RM

Importanta diferitilor motivatori pentru RM	Foarte important	Important	Nici imp., nici neimp.	Putin important	Deloc important
Atmosfera de lucru	86%	14%			
Relatia cu managerul direct	86%	14%			
Siguranta jobului	78%	18%	3%	1%	
Posibilitatea de a face lucruri care	70%	26%	4%		
Alte beneficii (bonusuri, masina)	59%	40%	1%		
Posibilitatea de a invata lucruri noi	64%	32%	4%		
Nivelul Salarizarii	56%	41%	3%		
Posibilitatea de avansare in cariera	52%	37%	8%	1%	2%

Importanta diferitilor motivatori pentru RM



Scor mediu pe o scara de la 1-5

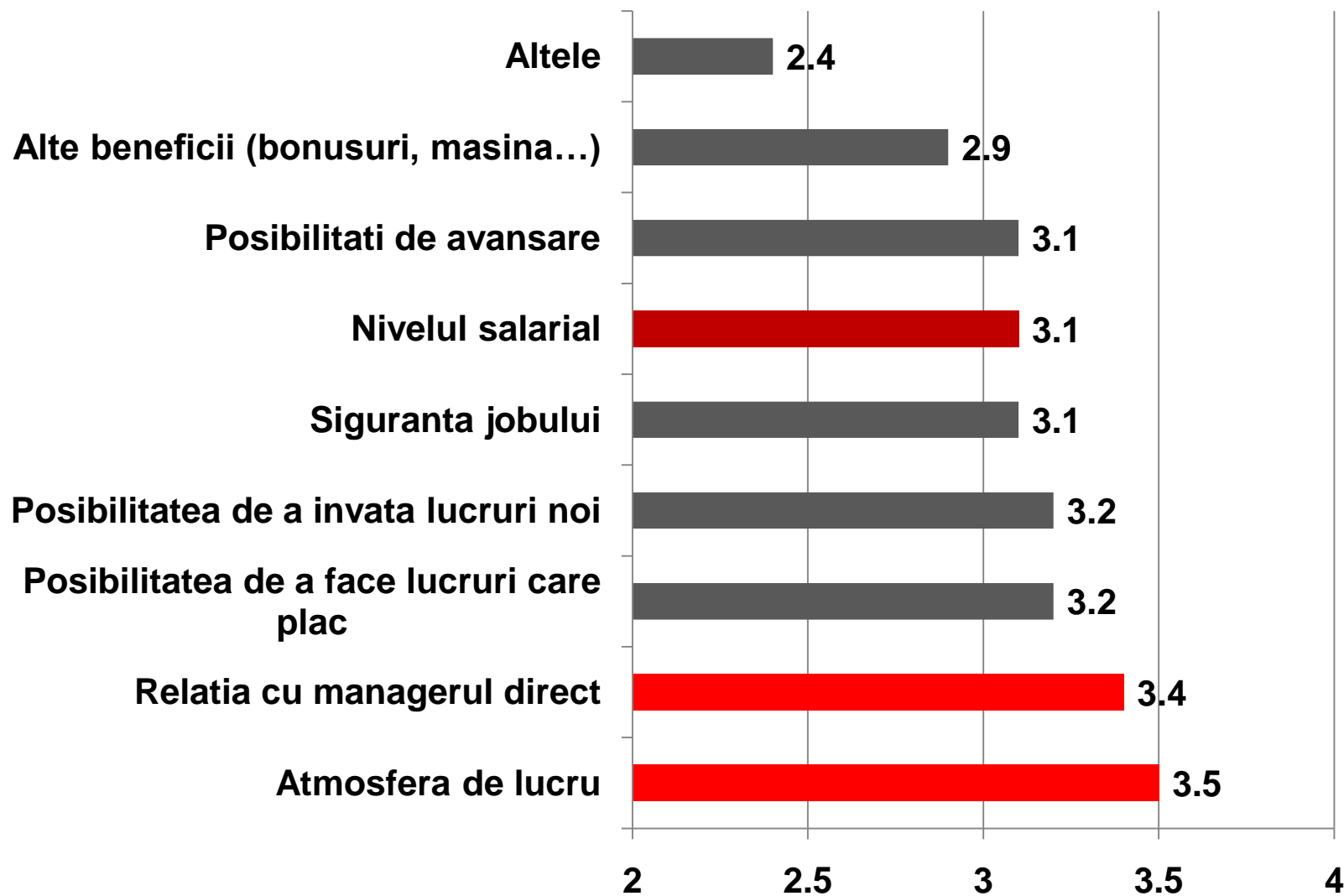
Importanta diferitilor motivatori asupra migrarii

1. Posibilitatea de a invata lucruri noi
2. Posibilitatea de a avansa in cariera
3. Atmosfera de lucru
4. Siguranta postului
5. Nivelul salarizarii
6. Relatia cu managerul direct
7. Alte beneficii (bonusuri, masina...)
8. Posibilitatea de a face lucruri care plac
9. Altele

Influenta (de)motivatorilor asupra migrarii

Influenta diferitior motivatori asupra migrarii RM-i intre copmpanii	Foarte mare influenta	Destula influenta	Putina influenta	Nu a influentat deloc
Atmosphere at work	72%	11%	12%	5%
Relationship with direct managers	65%	18%	8%	9%
Possibility to do things they like	49%	29%	16%	6%
Possibility to learn new things	51%	27%	17%	5%
Job security	46%	30%	14%	10%
Salary level	36%	38%	15%	11%
Advancement opportunities	44%	34%	13%	9%
Other benefits (bonuses, car...)	28%	39%	23%	10%
Others	22%	25%	27%	26%

Influenta (de)motivatorilor asupra migrarii



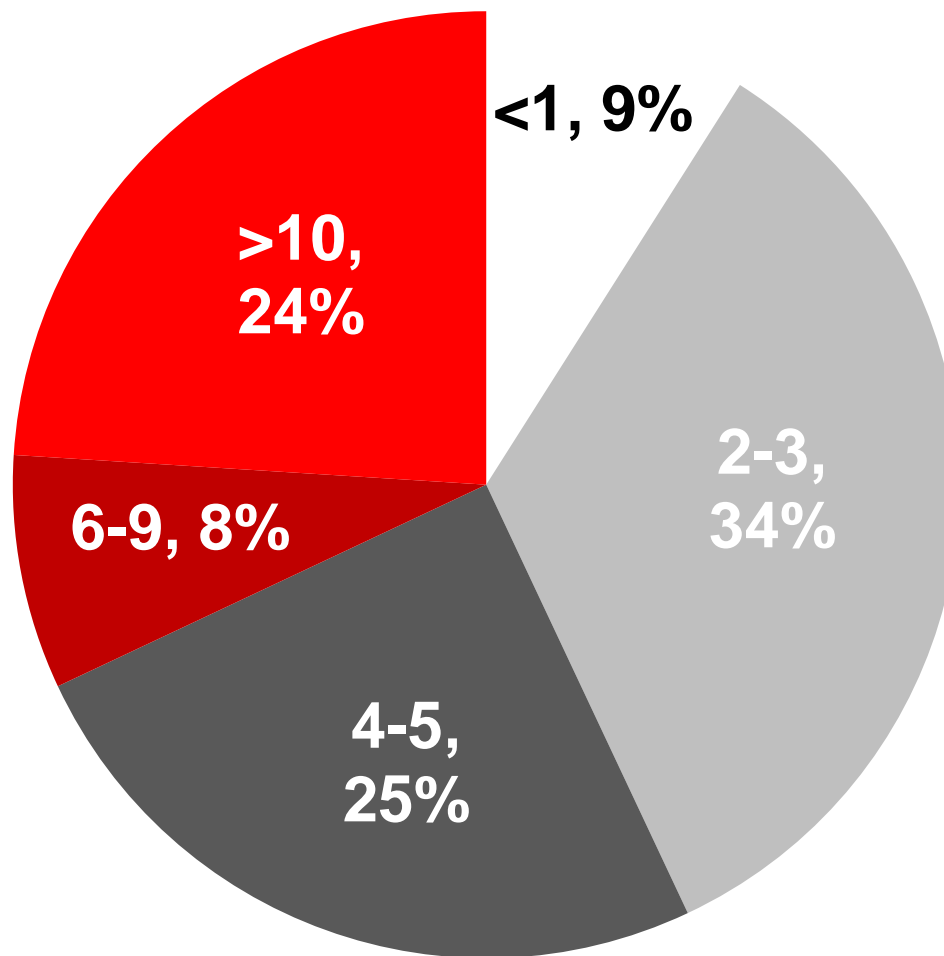
Scor mediu pe o scara de la 1-4

Ani intentionati a lucra in continuare ca RM

- < 1 an
- 2-3 ani
- 4-5 ani
- 6-9 ani
- >10 ani

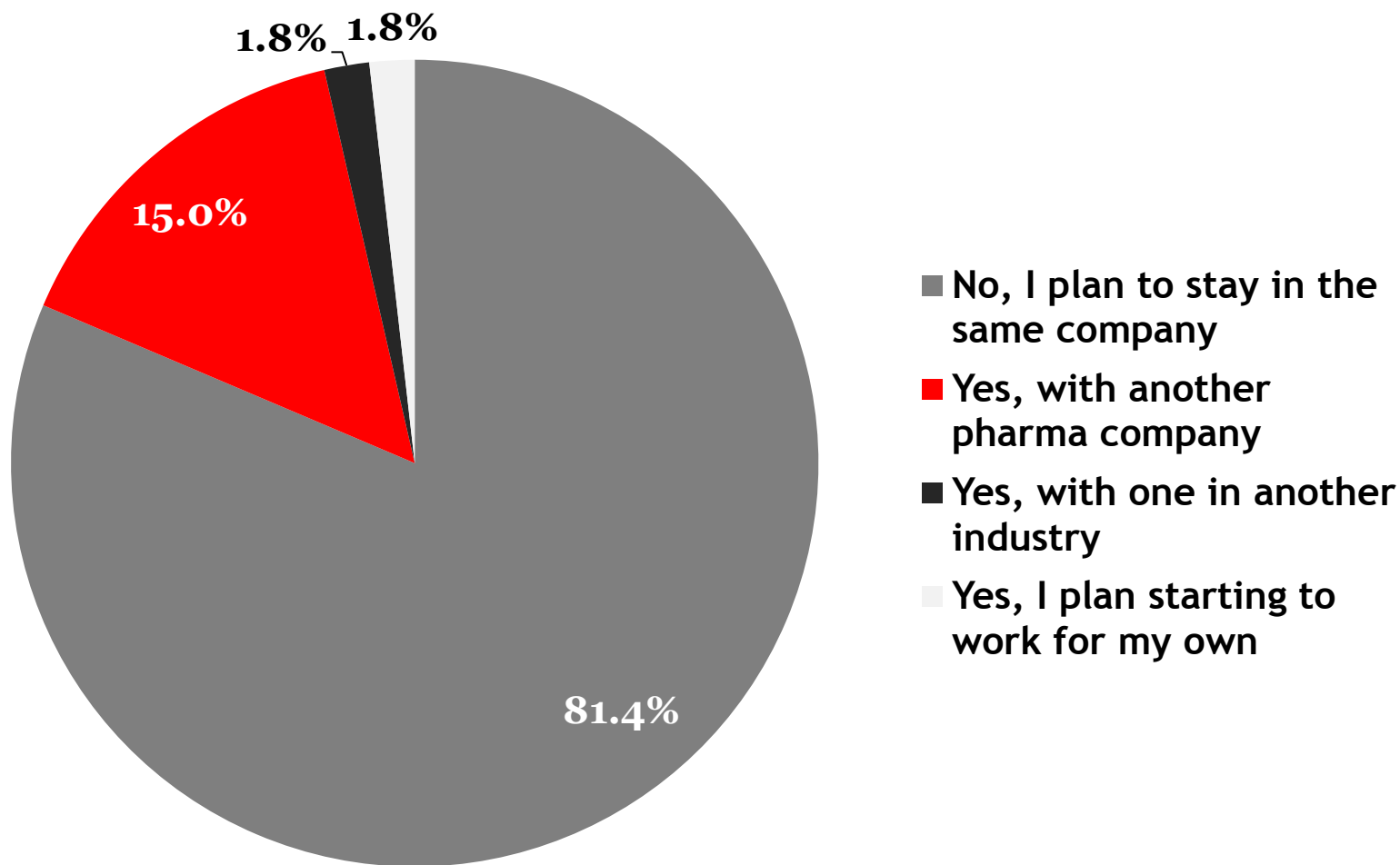
Ani intentionati a lucra in continuare ca RM

Ani,
% din total



Intentia de a schimba angajatorul curent in urmatorul an

Intentia de a schimba angajatorul curent in urmatorul an



Grupul reprezentantilor din companii mici

- Relatia cu managerul direct mai importanta decat la co. mari
- FLSM relativ mai ineficienti in domeniile:
 - Stabilire de obiective
 - Acordarea atentiei fiecarui RM
 - Acordarea de feedback atat pozitiv cat si constructiv
 - Organizarea de intalniri care sa motiveze
 - Motivarea reprezentantilor
 - Concedierea RM cu comportament nepotrivit
 - Evaluarea subordonatilor

Grupul RM cu comitment pe termen lung

- Vor sedinte motivante mai mult ca ceilalti
- Vor tratament echitabil fara favoritisme
- Participa la stabilirea obiectivelor
- Vor sa li se solicite mai mult parerea despre activitati
- Lucreaza cu mai multa placere in co., mai multumiti de profesie, ar alege din nou sa fie RM
- Sunt cei mai instruiti
- Apreciaza mai mult siguranta locului de munca
- Posibilitatea de avansare e mai importanta
- Posibilitatea de a face ce le place e mai importanta

Alte “surse de inspiratie”

Website IordacheIordache T&D

- www.iordache.biz

Buletin RM

- <http://86.107.246.163/avantwww/iordache/newsletter042010.html>
- <http://86.107.246.163/avantwww/iordache/anhiva/02/newsletter022010.html>
- <http://86.107.246.163/avantwww/iordache/anhiva/01/newsletter122009.html>