El Rol Comercial del APM en el Sistema de Salud

Clase 1: Técnicas de ventas aplicadas a la promoción médica



Made with GAMMA

¿Qué significa vender en el contexto de la salud?

Venta tradicional

Producto + decisión rápida

El cliente busca satisfacer un deseo o necesidad inmediata. La decisión es personal y está basada en preferencias.

Promoción médica

Confianza + evidencia + relación

Se influyen decisiones que impactan en pacientes. Requiere credibilidad profesional y construcción de relaciones a largo plazo.

En salud no estás vendiendo algo que alguien quiere. Estás influyendo en decisiones que afectan vidas. Eso cambia completamente el enfoque.

Made with GAMMA

Lo que realmente vende un APM

Confianza

El médico debe confiar primero en ti como profesional antes de considerar cualquier producto

Criterio

Tu capacidad de analizar y presentar información clínica de forma objetiva y profesional

Seguridad clínica

La certeza de que tus recomendaciones están respaldadas por evidencia científica sólida

> "Si el médico no confía en vos, no importa qué producto tengas. Primero compra a la persona. Después evalúa el producto."

Made with GAMMA

El error más común al empezar

Error típico

"Si explico bien el producto, me van a comprar"

Esta es la mentalidad que tiene el 90% de los que empiezan. Y es el error más caro que podés cometer en promoción médica.

Saber ≠ Impactar

Podés saber muchísimo sobre un producto y que nadie te escuche. La información técnica es necesaria pero no suficiente. Lo que realmente importa es cómo se comunica y en qué contexto.



El ecosistema de salud: más complejo de lo que parece



Médico

Profesional que toma decisiones clínicas basadas en múltiples factores



Paciente

El receptor final del tratamiento con sus propias expectativas y necesidades



Laboratorio

Desarrolla y comercializa medicamentos con sus estrategias de mercado



Farmacia

Distribuye medicamentos y puede influir en las decisiones finales

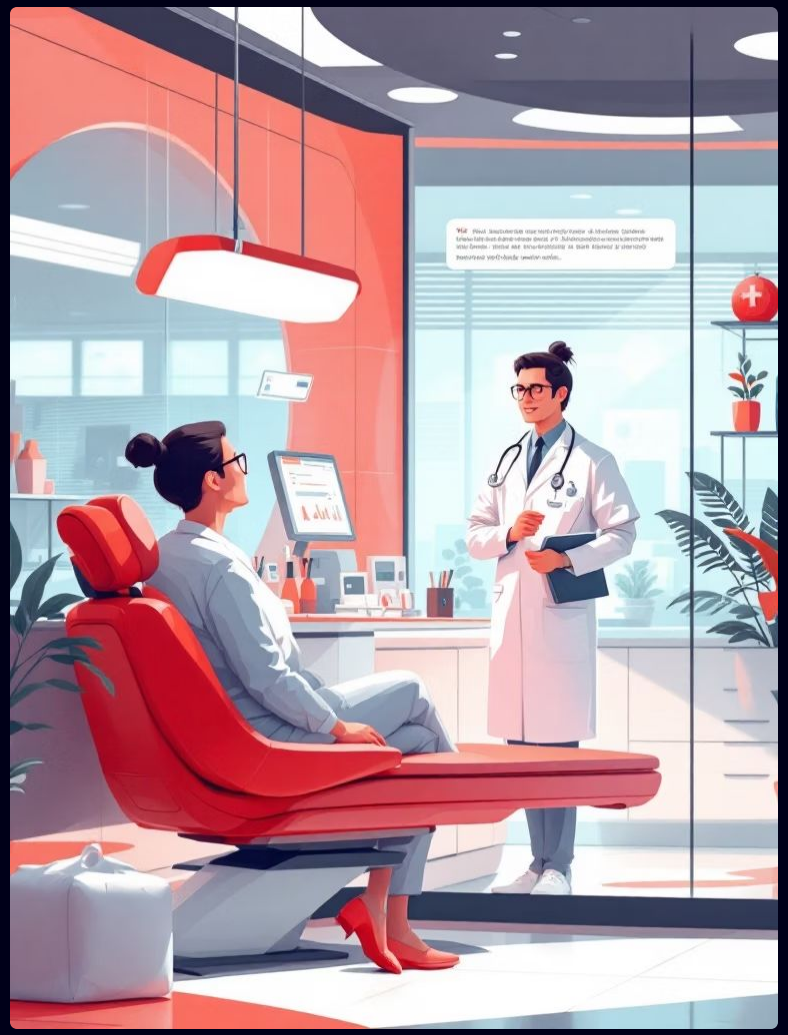


Obras sociales

Condicionan el acceso y reembolso de medicamentos

El médico no decide en el vacío. Está condicionado por mil variables: evidencia clínica, hábitos, tiempo disponible, presión institucional, contexto del paciente y relación con representantes. Si no entendés eso, estás jugando a ciegas.

¿Qué es realmente un APM profesional?



El rol real del APM

Un APM es un actor estratégico dentro del sistema de salud que cumple múltiples funciones:

- Representante técnico del laboratorio
- Generador de confianza profesional
- Puente entre ciencia y práctica clínica
- Facilitador de decisiones informadas

NO es un vendedor común

No repite información mecánicamente ni insiste sin adaptarse al contexto

NO es un improvisado

Trabaja con estructura, preparación y objetivos claros en cada interacción

NO es solo transmisor de datos

Analiza, interpreta y adapta la información a cada situación específica



Los 4 pilares de la credibilidad profesional

Credibilidad

Tu conocimiento técnico debe ser sólido y actualizado. Sin credibilidad, nada funciona.

Claridad

Debes comunicar ideas complejas de forma simple y comprensible para cada audiencia.

Coherencia

Tus acciones, mensajes y comportamiento deben alinearse consistentemente.

Conexión

Debes establecer relaciones genuinas basadas en el respeto mutuo.

Importante: Si falla uno de estos pilares, se cae todo el sistema. Son interdependientes y deben trabajarse de forma conjunta.

Preparación: La diferencia entre improvisar y triunfar

Antes de cada visita

La improvisación sin estructura es suerte. El profesionalismo es preparación consciente.



Insight clave

La primera impresión no se explica. Se siente. Y define todo lo que viene después.

Pequeñas microacciones cambian todo:

- Tono de voz apropiado
- Postura profesional
- Respeto genuino
- Claridad en mensajes

01

¿A quién voy a ver?

Investiga su perfil, especialidad y contexto profesional

02

¿Qué quiero lograr?

Define objetivos claros y medibles para la interacción

03

¿Qué puede pasar?

Anticipa preguntas, objeciones y escenarios posibles

Los detalles que construyen confianza



Primero te compran a vos

Después escuchan el producto. Tu marca profesional no es lo que decís, es lo que el otro percibe.



No se trata de hablar más

Se trata de decir mejor. Menos palabras, más impacto. Calidad sobre cantidad siempre.



La confianza no es casual

Se construye conscientemente a través de acciones consistentes, respeto genuino y valor real.

> "Un APM no vende productos. Construye relaciones profesionales. Y eso es lo que diferencia a los buenos."

Reflexión final y próximos pasos

1

Hoy aprendiste

Qué significa vender en salud y cómo difiere de otros mercados

2

Tu rol real

Qué significa ser un APM profesional dentro del ecosistema de salud

3

Los pilares

Qué construye confianza profesional y cómo aplicarlo en la práctica

---

¿Qué tipo de profesional querés ser?

Esa decisión es hoy, no cuando empieces a trabajar. La venta en salud empieza antes de hablar. Empieza en cómo te parás, cómo mirás y cómo pensás.

En las próximas clases vamos a entrenar cómo construir esa marca profesional paso a paso.