

Le Net et les Médecins : Point de vue de 14 industriels



Denise Silber, MMT
Basil Strategies

Enquête Industrie Basil Strategies/MMT

14 entreprises en France : Mars 2003

AstraZeneca, Aventis, Coloplast, GSK, Janssen-Cilag, LFB, Pfizer, Pharmacia, Pierre Fabre, Roche, Schering-Plough + 3

Responsables NTIC (eBusiness) :

voire à temps partiel.

Contexte de l'IP en 2003

Secteur Privé

cotés en bourse , actionnaires, ...résultats

Découvertes +++

Concurrence

Risques produits

Rentabilité de l'IP

Diminuée, même si au palmarès de la Bourse

Budgets (cf presse) en retrait.

Impact de la communication externe sur la marche interne

Relation globale entre la communication et l'octroi des mises sur le marché, prix



«Il n'est pas possible de :»


- Communiquer sur les produits sur un site ouvert (sauf conditionnement, ml...)
- «www.nomdeproduit.fr»
- Donner une information hors AMM
 - --ni par l'expert externe, ni sur vos forums
- Faire une biblio produit triée
- Faire un CR de congrès sur vos sites

NON !

Validation des contenus ?



Enquête IP mars 2003 : Sujets traités

- Quel est l'intérêt d'actions Internet-médecins pour l'entreprise ?
- Nombre de sites et actions «» proposés
- Ce que les laboratoires souhaiteraient proposer
- Spécialisation des sites par exercice médical
- Rôle du VM dans la diffusion d'un site
- Fréquence de la mise à jour
- Obstacles

«Ce que nous apporte notre présence sur le Net (1)»

«Rendre un service personnalisé au professionnel de santé, correspondant aux attentes qu'il a exprimées...»

«Valoriser le laboratoire par une information de qualité dans son domaine d'expertise. Une politique de service plus efficace et moins onéreuse que la diffusion papier.»

«Soit participer à la construction d'une image, légitimité, soit réel service présenté par la VM»

«Ce que nous apporte notre présence sur le Net (2)»

«Politique de service, image, part de voix»

«Amélioration de l'image, renforcement du tissu relationnel»

«Support supplémentaire à la VM, vitrine permanente»

«Réelle politique de service»

«C'est un nouveau canal de contact et de communication»

«Mieux se faire connaître»

«Consultation de notices à jour sur nos produits sous AMM, CR de congrès»

Nombre de sites* actuellement proposés par laboratoire

■ site → 6 labos, soit près de 50 %

■ sites → 3 labos

■, 5, 6, 12, 17 sites → 1 labo.

55 sites--> 14 labos**

* Le nombre dépend en partie de la politique de noms de site,

**Chiffre non extrapolable

Autres actions «e» : 11 sur 14 labos

- Formation médicale à distance
- Newsletters, Revue de presse, E-mailing
- CR Congrès, (E-detailing)
- Etude clinique sur PDA
- Partenariats :
 - Site professionnel/Réseaux soins
 - Dossier GP
 - Association de patients

Perspective industrielle

A priori très favorable,
Mais ...

Les sites sont-ils spécialisés en fonction de l'exercice ?

Généralistes ↔ Spécialistes Ville ↔ Hôpital

9 oui

5 non

Quelles ressources pour gérer plusieurs niveaux ?

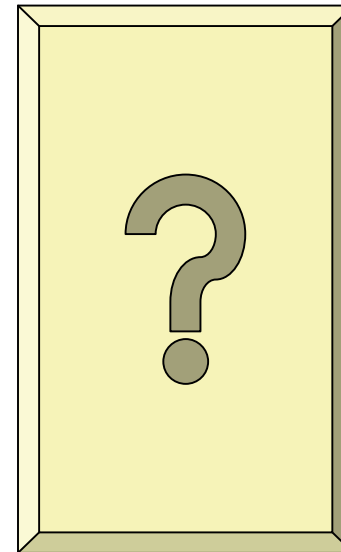
Les sites sont-ils présentés par les VM aux médecins ?

- Jamais : 2 labos
- **Certains VM à certains médecins : 11 labos**
- Tous les VM à tous les médecins : 1 labo

Bien promouvoir un site sans la VM ?!

« En dehors de toute considération réglementaire, j'aimerais proposer :»

- 1 Forums interactifs
- 2 Dialogue avec experts
- 3 Dossiers produits
- 4 Biblios produits
- 5 FMC y c produit
- 6 Sujets non médicaux



«En dehors de toute considération réglementaire, j'aimerais proposer :

- 1 Forums interactifs
- 2 Dialogue avec experts
- 3 Dossiers produits
- 4 Biblios produits
- 5 FMC y c produit
- 6 Sujets non médicaux

- -6 : 3 labos
- -5 4 labos

- 7 labos ont choisi 2 items du 2 au 5

Un appel à étendre le champ du possible ? !

Quelle est la fréquence des mises à jour ?

- Quotidienne
- Hebdomadaire (3)
- Bimensuelle
- Mensuelle (2)
- Hebdomadaire ou mensuelle, (3)

- *En fonction de l'actualité*
- *En fonction des produits/rcp*
- *Le moins possible*
- *N/A*

--> *Pas assez*

Lesquels des items suivants représentent un obstacle majeur ?

Limitation réglementaire de la nature des contenus ...	12
Délais de validation interne des contenus	8
% de médecins internautes	6
Manque de bonnes idées	5
Coût du site	3
Coût de sa diffusion	3
Accès réservé	1

Réglementation & Délais excessifs

En synthèse, l'industrie est :

Consciente de l'apport du Net à la relation de service industrie/médecin

Freinée par la somme de contraintes, en l'absence d'un trafic « massif »

Mais aussi décidée à être présente, et à gagner en expérience.

