

يتم جمع كافة المعلومات و النتائج و المناقشة لتحسين الإعلام بما يتوافق مع الملاحظات و النتائج .

ملاحظة هامة :

مندوب الإعلام هو شخص عادي لا يبحث عن الكمال و لكن هو الشخص الفعال للبيع أكثر وقد يحصل على مكافآت ، و من جهة مسؤول التسويق يجب أن يأخذ الملاحظات و الانتقادات بأنها انتقادات شخصية .

إن اختبار الإعلام على الأرض يشكل منجم ذهب و فرصة تطوير يجب أن لا يخسرها مسؤول تسويق المنتج .

خامساً: اختبار الإعلام في مكتب البيع

1. مقدمة: اختبار

يتم إجراء الإعلام في مكتب إعلام المعمل (الشركة) ، حيث يعلم بعض الأطباء العاميين ويفضل الأطباء الاختصاصيين في القدوم لمكتب الشركة بترتيب زيارة خاصة يحدد فيها زمن اللقاء وتطرح خلاله الملاحظات و الأسئلة التي يجلبها هؤلاء الأطباء .

2. طريقة الاختبار:

يمكن إتباع إحدى طريقتين

الطريقة الأولى: يتم في غرفة أولى مناقشة إعلام المستحضر الدوائي بين الطبيب الحاضر لهذا الاختبار مع مندوب الشركة وأحياناً طبيب المستحضر وفي هذه المناقشة تطرح الاقتراحات البناءة ويعطى المجال للمناقشة دون مقاطعة لفسح المجال لوضع الانتقادات ، وفي غرفة مجاورة (دون علم الطبيب الزائر) يتواجد مسؤول التسويق و يتابع مجريات الحديث و المناقشة في الغرفة الأولى (يمكن استخدام كاميرا مخفية)

الطريقة الثانية: هي تقانة الاجتماع الثلاثي حيث يقوم مسؤول التسويق بمناقشة الطبيب الزائر ثم يأتي طبيب آخر يحصل على الإعلام للمستحضر من الطبيب الأول يأتي المندوب العلمي للشركة بمناقشة الطبيب الثاني لشرح الإعلام ويطلب مندوب الشركة من الطبيبين شرح انتقاداتهما واقتراحاتهما من أجل تحسين الإعلام .

تكون الفائدة من طريقة الاختبار من مكتب البيع هو إبقاء معلومات المستحضر في الذاكرة أما سيئة هذه الطريقة فإذا كان المنتج معروفاً جداً فمن الصعب معرفة فيما إذا كانت معلومات الطبيب من الزيارة أم من معلوماته السابقة .

ملاحظة : هذا الاختبار هام لأنه في ساعة زيارة الطبيب يستعرض كل ما يتعلق باختصاصه .

3. نقاط هامة على اختبار الإعلام في مكتب البيع :

النقطة الأولى : (اعطاء انطباع عام).

هل حاز هذا الاختبار على اهتمام الطبيب دون مشاكل منطقية .

النقطة الثانية : (مخطط الترتيبات).

هل تم الاختبار حسب ما خططناه دون صعوبات أو تعديل .

النقطة الثالثة : (عدم التسرع في تغيير كل شيء).

في حال وجود ملاحظات مزعجة من الطبيب الزائر قد لا تكون ذات قيمة في دراستنا
و يمكن إهمالها دون التسرع في تغيير برنامج الاختبار .

النقطة الرابعة :

في حال التأكد من الملاحظات الهامة التي اقترحها الطبيب الزائر يجب عدم تجاهلها
و أخذها بعين الاعتبار ويمكن تعديل برنامج الاختبار كما يمكن تعديل الدراسة بشكل عام .
والضروري أن يكون الاختبار ناجحاً و التطور في الإعلام هو الغاية المرجوة .