

Pharmaceutical REPRESENTATIVE

sierpień - wrzesień 2010 / Nr 4 (10)

POLSKA

Czy Twój Szef Cię Obserwuje?

- KANDYDAT POŻĄDANY, CZYLI O STEREOTYPACH KOMPETENCJI
- JUŻ KONFLIKT, JESZCZE NIE KRYZYS
- MERCHANDISING W APTECE, KONIECZNOŚĆ CZY FANABERIA
- PRZYCHODZI MARKETING DO LEKARZA...
- CO TAK NAPRAWDĘ LEKARZE MÓWIĄ PACJENTOM?



W NUMERZE

➔ PHARMA NEWS

- 07**
- MSD rusza w świat ze szczepionkami
 - Johnson & Johnson rozwija terapie przeciwcukrzycowe
 - Eli Lilly rośnie poprzez fuzje
 - Abbott - współpraca z Neurocrine Biosciences
 - Polfa Warszawa nadal do kupienia
 - Sanofi-Aventis - otwarte drzwi do przejścia Nepentes
 - Nycomed i Essen BioScience w poszukiwaniu nowoczesnych terapii bólu
 - Valeant Pharmaceuticals i Biovail łączą się
 - Merck KGaA z pierwszą terapią MS w Rosji
 - GSK przejmuje generyczną firmę w Argentynie
 - Bayer a zdrowie kobiet w Chinach
 - Alcon w rękach Novartis
 - Sanofi-Aventis przejmuje Genzyme?

➔ WARTE UWAGI

- 09**
- Ryzyko związane ze stosowaniem IPP
 - Istotne zmiany na rynku HIV/AIDS
 - Zbliża się klif patentowy
 - Glukometry Genexo ze znakiem Quality International
 - Daxas Nycomedu dopuszczony w UE
 - Rewolucja bonusowa...?
 - iPad, narzędzie dla farmy

➔ DRUG UPDATE

- 11**
- Taspoglutide (Roche / Ipsen)
 - Xenical (Roche) i Alli (GSK)
 - Jevtana (Sanofi-Aventis)
 - Mylotarg (Pfizer)
 - Tassigna (Novartis)
 - Ezogabine (Valeant / GSK)

➔ W LICZBACH

- 12**
- Co cenią lekarze?
 - Sonda - Czy społeczeństwo powinno być informowane o finansowaniu lekarzy przez producentów leków?

13 ➔ INICJATYWY

- Pierwsze Otwarte Studia Podyplomowe Dla Przedstawicieli Medycznych

14

Często w rozmowach pomiędzy przedstawicielami medycznymi spotykającymi się w poczekalniach przychodni lekarskich i w szpitalach, pojawia się temat komfortu pracy w firmie X lub firmie Y. Jednym z wyznaczników komfortu pracy, a przynajmniej w postrzeganiu przedstawicieli medycznych, jest kontrola i ocena pracy ich samych. Wśród pytań padających z ust przedstawicieli można usłyszeć: „Czy Was śledzą tak jak nas?“, „Czy Wasza firma wykupiła Traperę?“, „Czy obdzwaniamy lekarzy po Twoich wizytach?“.

➔ INDEKS FIRM

Abbott	7, 47	Merck KGaA	8
Adamed	7	Nepentes	7
Alcon	8	Novartis	8, 12
AstraZeneca	12, 46	Nycomed	8, 10
Augustyn Consulting	34	Pfizer	11
Baxter	47	Pliva	47
Bayer	8	Polfa Pabianice	7
Biogene Idec	8	Polfa Tarchomin	7
Consales	20, 49	Polfa Warszawa	7
Eli Lilly	7, 11, 47	Polpharma	7, 38
Fournier	47	Polskie Stowarzyszenie Przedstawicieli Medycznych	13
G-PHARMA Consulting	32, 33	Roche	11
Genexo	10, 38	Sanofi-Aventis	7, 8, 11
GlaxoSmithKline	8, 10, 11, 47	Schwarz Pharma	47
Health Event	43, 44	SmithKline Beecham Pharmaceuticals	47
IMMOQEE	30	Solvay Pharmaceuticals	47
Ipsen	11, 30	Teva	8, 47
Ivax	47	Training Systems	38
Johnson & Johnson	7	UCB	47
Knoll	47	Valeant Pharmaceuticals	8
LEK-AM	47	Wyeth	11
MSD	7, 10, 11, 12		

W NUMERZE

oraz ...

- ➔ **OD REDAKCJI**
03
- ➔ **RAPORT Z TERENU**
46 • Odporny Przedstawiciel
- ➔ **WHO IS WHO**
47 • Wojciech Marchlewski - Dyrektor Komercyjny Rx, Członek Zarządu Teva Pharmaceuticals Polska Sp. z o.o.
• Mariusz Czerwiński - Hospital Business Unit Director, Baxter Polska Sp. z o.o.
- ➔ **CZAS NA COACHING ...**
48 • Odpowiedzi na najbardziej nurtujące pytania w pracy przedstawiciela medycznego
- ➔ **PHARMATIONARY**
50 • Sekcja poświęcona terminologii farmaceutycznej i medycznej w języku angielskim

- ➔ **STYL MA ZNACZENIE**
18 • Aby dotrzeć do wszystkich przedstawicieli, trenerzy muszą poznać różne style uczenia się
Gwen McLean

- ➔ **KANDYDAT POŻĄDANY**
20 • Czyli o stereotypach kompetencji
Jakub Rudowski

- ➔ **DIALOG**
26 • Co tak naprawdę lekarze mówią pacjentom? Właściwe pytania i promocja oparta o dialog.
Bil Jacobs, Dorothy Leeds

- ➔ **BUDUJ I ZARZĄDZAJ SWOJĄ MARKĄ. JEST BEZCENNA**
30 • Czyli jak po zdobyciu utrzymywać się na „pudle”...
Paweł Ciapała, Mikołaj Pindelski

- ➔ **SYMPOZJA, SZKOLENIA, WARSZTATY...**
32 • Spraw, by Twój Lekarz je docenił!
Krzysztof Gojdz

- ➔ **JUŻ KONFLIKT, JESZCZE NIE KRYZYS**
36 • Czyli jak „urwać łeb hydrze”
Anna Augustyn

- ➔ **MERCHANDISING W APTECE**
38 • Konieczność czy fanaberia?
Marek Ploucha

- ➔ **TRENDY I PROGNOZY NA RYNKU MARKETINGU MEDYCZNEGO**
41 • Przychodzi marketing do lekarza...
Agnieszka Minecka

