

VM : le profil des jeunes médecins



© DR

Bruno Bortolotti

Sous l'effet démographique du baby-boom, de nombreux médecins partent à la retraite. En conséquence, la visite médicale va être de plus en plus confrontée à une nouvelle génération de médecins nés après 1980. Une population souvent plus difficile à rencontrer et dont les attentes sur les plans relationnels et professionnels sont différentes de celles de leurs aînés. Entretien sur le sujet avec Bruno Bortolotti.

Comment adopter une approche appropriée à cette population de médecins *a priori* plus résistants à la visite médicale traditionnelle ? Le consultant Bruno Bortolotti répond à trois questions :

Quelles sont les caractéristiques de cette nouvelle génération ?

B. B. : Ces médecins, âgés de 25 à 35 ans, font partie de la génération Y. C'est bien sûr la génération de la mondialisation et d'Internet. Ils ont été élevés dans l'ère de la mondialisation et des nouvelles technologies de l'information. Ces jeunes médecins représentent d'ailleurs une part importante des 16 % des médecins français qui utilisent assidûment les réseaux sociaux médicaux. Sachant qu'aux États-Unis et chez nos voisins européens, plus de 50 % des médecins surfent sur ces réseaux sociaux médicaux, ce phénomène va se développer en France dans les prochaines années. Ces jeunes adultes ont la volonté de travailler moins et mieux et sont très attachés au respect de leurs droits. Cette génération, exigeante vis-à-vis d'elle-même et à l'égard des autres, cultive volontiers le paradoxe : une volonté de réussite sociale mais compatible avec de fortes valeurs fondamentales ; une volonté d'indépendance et le besoin de travailler en réseau.

Quel modèle de visite adopter ?

B. B. : Il est certain que l'ancien modèle de VM basé sur l'information produit, et sur le relationnel médecin/visiteur n'est pas adapté à cette population. Le nouveau modèle de VM sera :

- plus tourné vers le soin, avec le réseau de soin et la prise en charge globale du patient, plus en phase avec les attentes de cette génération ;
- pluridisciplinaire, avec les nouveaux métiers qui émergent, le médecin régional, le KAM, le responsable institutionnel régional... qui devront travailler en synergie avec les métiers traditionnels de la visite médicale, le VM et le DR ;
- plus à l'écoute des nouvelles attentes et du nouvel environnement, de l'offre des services et plus tourné vers l'élargissement des cibles aux pharmaciens, aux hôpitaux, aux ARS et aux associations de patients ;
- en mesure d'apporter une réelle valeur ajoutée en tant qu'expert du médicament dans le cadre des réseaux sociaux médicaux.

Par ailleurs, la visite médicale doit accompagner les jeunes médecins dans leur obligation de respect de la « Stratégie nationale de santé » (lancée par le gouvernement, NDLR) qui vise à améliorer le diagnostic et le suivi des patients. En d'autres termes, il s'agit de faire adhérer le patient au bon usage du médicament.

Quelle relation VM/médecin doit-on inventer ?

B. B. : Il faut réinventer une relation VM/médecin plus qualitative, plus professionnelle et aussi plus personnalisée. Cela suppose des VM mieux formés aux connaissances médico-économiques, médico-scientifiques et juridiques. Sans doute des VM moins nombreux et plus « musclés » avec une approche moins promotionnelle et plus de service. Un discours moins stéréotypé, avec une argumentation mieux adaptée à l'environnement locorégional, afin de s'adapter aussi bien aux problématiques du médecin exerçant dans une maison médicalisée dans une grande métropole qu'à celles du médecin remplaçant en milieu rural.

Les préférences de cette nouvelle génération de jeunes médecins seront probablement très utiles à l'industrie pharmaceutique afin d'accélérer la mise en œuvre du changement de modèle de visite médicale, qui constitue un enjeu majeur pour l'avenir de cette profession.

Propos recueillis par Arnaud Janin

Bruno Bortolotti est directeur du Cabinet B2consultants et fondateur du réseau de consultants accrédités Management positif®. **Auteur du livre : *Le management positif***®, par Bruno Bortolotti (en vente au prix de 24.90 € TTC sur www.b2editions.fr, www.amazon.fr ainsi qu'en librairie).

Contact : 02.47.65.97.70 - contact@b2consultants.fr - www.b2consultants.fr / www.managementpositif.com