

Apostila do Curso

Formação de
Representantes para a
Indústria Farmacêutica

ANDRÉ REIS

REPFARMA
CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Apostila do Curso

Formação de Representantes para a Indústria Farmacêutica

Desenvolvimento de competências
para a propaganda médica

André Reis
repfarma.com

*Dedico este texto para os mais de mil
Representantes que tive oportunidade de
conhecer ao longo da minha vida profissional
na indústria farmacêutica.*

*“A amizade é uma predisposição recíproca
que torna dois seres igualmente ciosos da
felicidade um do outro”.*
Platão (428 a.C.– 347 a.C.)

8ª EDIÇÃO



Andre Reis

REPFARMA

CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

A Empresa

REPFARMA é a empresa líder em capacitação e desenvolvimento na área comercial da saúde.

Missão

Facilitar o ingresso e crescimento profissional na área comercial dos setores de saúde e estética.

Visão

Ser referência na capacitação em propaganda médica.

Valores

Dedicação para compreender e auxiliar as pessoas a conquistarem seus sonhos.

Desenvolver alto padrão de conteúdo programático nos cursos.

Incentivar a participação.

Superar expectativas.

Coordenação Geral

André Reis atuou 23 anos na gestão de marketing e treinamento das maiores indústrias farmacêuticas do Rio de Janeiro. Em 2007, iniciou o projeto pedagógico nesta área em parceria com uma universidade. Em 2010 criou a REPFARMA.

Índice

Introdução	3
Capítulo 1 – Profissão: Representante da indústria farmacêutica	5
Capítulo 2 – <i>Networking</i>	11
Capítulo 3 – Preparação para processo seletivo	21
Capítulo 4 – Profissão: médico	35
Capítulo 5 – Competências fundamentais do Representante	47
Capítulo 6 – Medicina na prática: Infectologia e Endocrinologia	59
Capítulo 7 – Técnicas de vendas	93
Capítulo 8 – Descrição, organização e manuseio do material promocional	107
Capítulo 9 – Comunicação, marketing e propaganda	112
Capítulo 10 – Próximos passos	121
Capítulo 11 – Dicas para uma carreira de sucesso	125
Capítulo 12 – Sistema de avaliação e inclusão no Banco de Talentos .	135
Apêndice.	137
Bibliografia	145

Introdução

Quando éramos crianças e os adultos perguntavam “o que você vai ser quando crescer?”, nas mentes infantis ainda em formação, as respostas normalmente se relacionavam a profissões de grande visibilidade como: policial, bombeiro, piloto de F1, atriz, professora, bailarina, etc. Na área da saúde as crianças têm médicos e enfermeiras como referência positiva. Entretanto, não me lembro de ninguém com menos de 18 anos de idade dizer que queria ser propagandista de laboratório farmacêutico.



Então porque há tanto interesse por uma profissão obscura, cuja grande maioria da população desconhece a profundidade de sua atividade e cujo empregador (a indústria farmacêutica) tampouco goza de boa imagem?

Qual a graça de sair todo dia de casa, bem vestido, de 7:00 às 18:00, a tentar visitar de 12 a 16 médicos por dia, muitas vezes encontrando salas de espera lotada de pacientes, que te observam com rancor ou desprezo como se você fosse um “fura-filas”? Outro grande problema está relacionado ao clima, ou seja, a chuva e frio, que encharca seu sapato ainda pela manhã, sendo que você ainda tem uma tarde inteira de trabalho na rua pela frente. Não obstante, ainda falando sobre temperatura, no verão de 40 graus não há ar condicionado na rua. E se o trânsito engarrafa então, que beleza ficar torrando dentro do carro... Então, por que escolher a profissão de Representante?

Porque se você se considera um vendedor qualificado (produtos para saúde), gosta do trabalho na rua (todo dia vendo gente diferente, com rotina flexível), tem interesse em se relacionar profissionalmente com uma classe de pessoas situadas no topo da pirâmide social (médicos), gosta de viajar a trabalho, eventualmente até para o exterior, e ainda ganhar um salário bem acima do mercado para promotor, então você escolheu a profissão certa.

Após 20 anos trabalhando na área comercial da indústria farmacêutica e tendo interagido com centenas de propagandistas em todo Brasil, posso dizer com segurança que nunca conheci um Representante infeliz e sem perspectivas de vida. Na verdade, aqueles que são selecionados para esta função geralmente conseguem se diferenciar dos demais candidatos nos processos seletivos de emprego devido ao conhecimento técnico sobre a profissão, empatia, fluência verbal, dinamismo e postura discreta. Alguma experiência anterior em vendas é desejável, porém não é fundamental. Já a boa aparência pessoal é importantíssima. Na falta de profissionais experientes

para cobrir um setor (região coberta pelo Representante) vago, a indústria não hesita em contratar estagiários ou neófitos (propagandistas sem experiência anterior no ramo).

Mas as competências, habilidades e posturas e necessárias para formação de Representantes geralmente não são ensinadas nas escolas técnicas ou faculdades. De fato, ao contrário dos países desenvolvidos, no Brasil sequer há grande disponibilidade de capacitação especializada em vendas, ou atendimento a clientes. A maioria dos atuais Representantes aprendeu na luta diária da profissão e ingressou no processo seletivo no laboratório praticamente ignorante sobre o complexo negócio que envolve pesquisa, produção e venda de medicamentos.

Este curso visa preencher esta lacuna, oferecendo uma oportunidade de capacitação teórica e prática para aqueles que desejam ingressar no ramo. Agradeço aos amigos e colegas de trabalho que me ajudaram no conteúdo deste texto como Marcelo Tayah, Julio Janelli, J. J. Menezes, Luiz Cunha e Felipe Almeida de Moura e aguardo com ansiedade críticas e colaborações que possam aperfeiçoar minha atual visão sobre o tema.

Capítulo 1

Profissão: Representante da indústria farmacêutica

Você decidiu entrar neste curso provavelmente porque deseja um novo rumo profissional, ou geração de novas perspectivas para sua vida. Parabéns! Isto se chama gestão de carreira. Assim como o controle da sua vida, a gestão de carreira é intransferível e naturalmente inerente às pessoas que querem muito evoluir profissionalmente. O outro tipo de comportamento chama-se "deixa a vida me levar", onde o sucesso talvez ocorra, mas por puro acaso. A grande vantagem deste tipo de atitude é que a pessoa não batalha, em nenhuma direção, nunca. Assim, não é



de se espantar que ao longo do tempo nada de positivo ocorra com aqueles cujo comportamento é baseado na inércia. E lamentavelmente, todos nós conhecemos algumas pessoas que exibem esta postura profissional. Para justificar fracassos contínuos, falta de direção ou o próprio imobilismo, elas costumam culpar aqueles que coincidentemente iniciam com "p": pais, professores, patrões, parentes ou até a(o) p...(a/o) da(o) atual ou ex-cônjuge.

Mas você, Aluno que quer dar um salto de qualidade de emprego e vida terá oportunidade, neste curso, de fazer algumas reflexões pessoais bem profundas, referentes ao seu Plano de Desenvolvimento Pessoal (PDP), do tipo:

- Qual o meu objetivo profissional?
- Quais são minhas competências?
- De que forma as competências atendem às necessidades do objetivo?
- Qual o meu diferencial para o mercado de trabalho?
- Quais são as oportunidades e ameaças relacionadas ao meu objetivo?
- Qual a melhor estratégia para atingir o objetivo?

Considerando que você está fazendo o curso porque escolheu se tornar um Representante é fundamental conhecer as informações básicas da profissão, pois a complexidade de sua atividade só é realmente compreendida pelos profissionais do setor. Portanto leia com atenção as perguntas e respostas abaixo.

O que faz um Representante?

Representantes promovem produtos farmacêuticos para médicos em consultórios, clínicas e hospitais e também para farmacêuticos nas farmácias e drogarias. Para isto ele utiliza somente material promocional desenvolvido pela área de marketing do laboratório.

Um dia normal na vida de um Representante.

Natali acorda e após o café da manhã, se veste para mais um dia de trabalho. Suas roupas são sociais e a maquiagem é leve. O bonito cabelo louro natural é cuidadosamente penteado. Adereços discretos, filtro solar nas partes expostas do corpo e leve borrifada de perfume suave complementam sua preparação.

Natali sai de casa e arruma a mala do carro novo, que pertence ao laboratório. Ao assinar o contrato de cessão, Natali ficou ciente que o carro deveria ser utilizado somente para trabalho e que jamais poderia ser conduzido por outra pessoa que não ela. As condições estabelecem claramente que, caso um condutor, que não o Representante, se envolver num acidente, o seguro da empresa não cobrirá os danos e o colaborador será sumariamente desligado da corporação. Por outro lado, caso as condições do contrato de cessão sejam fielmente observadas, ao final de três anos, Natali terá opção de compra do carro, por 60% do valor de mercado. Por isto, todo Representante preserva com carinho seu veículo de trabalho.

Em geral, a mala de carro dos Propagandistas contém somente o material promocional do laboratório, pois não sobra espaço para mais nada. Numa rotina diária de arrumação prévia do material a ser trabalhado, caixas de papelão vazias são descartadas para serem substituídas por novas caixas com amostras grátis e folhetos.

Ao sair de casa, Natali guarda em mente seus dois objetivos relacionados à visitação diária: promover seu portfólio de produtos para cerca de 14 médicos e verificar se os produtos promovidos estão bem distribuídos em pelo menos duas farmácias na sua região de atuação (setor).

Ela entra no carro, sempre bem limpo e organizado, como determina o manual de conduta da empresa, e verifica o roteiro daquele dia de visitação. De forma habitual, todo o planejamento desta semana havia sido estabelecido na 6ª feira anterior e fora comunicado no mesmo dia a seu gestor (Gerente Distrital ou GD). A correta elaboração do roteiro evita preciosa perda de tempo entre o deslocamento de um médico a outro. Já a comunicação prévia do roteiro, faz parte da metodologia de controle funcional do colaborador que trabalha na rua. Por isto, qualquer radical alteração no roteiro planejado, como ausência do setor durante horário do expediente, deve ser previamente informada para o GD, sob pena de ocorrência de falta grave.

O trânsito segue pesado e Natali está aflita, porque faltam apenas 10 minutos para o horário do ponto de encontro, determinado no roteiro, onde eventualmente poderá encontrar-se com seu GD. Um atraso, ou ausência injustificada neste ponto, poderá causar uma séria advertência para Natali. A função de controle estabelecida pelo ponto de encontro serve apenas para garantir que os Representantes estão no setor, no início do horário do trabalho. Desta forma, a ausência não comunicada ao GD pressupõe falta grave por quebra de confiança.

Mas até nisto os tempos são outros. Muitas vezes, ainda na época da regulamentação da profissão, Representantes malandros nem trabalhavam o

dia todo. Por falta de métricas de resultados, já que não havia tanta informatização de dados de vendas por farmácias e o GD não podia controlar todos da Equipe, a gazeta durante o expediente era bem mais frequente! Porém, baseado no roteiro, até hoje, a qualquer momento, o GD poderá se encontrar com o Representante, sem avisá-lo com antecedência. Esta prática desconfiada, muito utilizada para pegar os "espertos" é conhecida como "pára-quebras", ou "pega-ratão". Atualmente, com a competitividade crescente no mercado, quem não promove não obtém prescrições e isto fica evidente nos relatórios gerenciais mensais. Assim, o perfil controlador do GD cedeu espaço para uma atuação baseada na gestão estratégica da Equipe.

De volta ao momento presente da nossa heroína, em seguida, o trânsito melhora e ela consegue chegar no horário previsto. Meia hora depois, como o GD não aparece (ele nunca deu "pára-quebras" nela), Natali inicia sua rotina de visitação médica, onde um dia, ao contrário de um trabalho burocrático num escritório, será sempre diferente do anterior.

E é exatamente por isto que Natali se identifica com esta profissão. Não está presa a uma rotina fixa, não tem um chefe chato diariamente colado nela e é muito bem recebida por médicos, secretárias e colegas de trabalho.

Logo após realizar o curso da REPFARMA, Natali foi admitida por uma importante indústria multinacional e assim iniciou carreira na propaganda médica como Representante junior. Dois anos depois foi promovida a Representante pleno. Já está a cinco anos na profissão e por ela continuará até sua aposentadoria, trabalhando com a mesma disposição dos primeiros dias. Desde que ingressou na indústria farmacêutica sua vida mudou para melhor nos aspectos pessoais, profissionais e materiais. Natali está feliz e realizada, pois valeu a pena o investimento em capacitação.

Como é a remuneração do Representante.

Em geral a Equipe de Campo recebe um rendimento fixo (cerca de 70-80%), mais um valor variável, também chamado de prêmio sobre vendas (cerca de 30-20%). O valor do prêmio é baseado em cobertura de cotas de vendas por produto promovido pelo Representante. Atualmente nenhum laboratório trabalha mais com comissão direta sobre vendas.

Representante faz vendas, tira pedidos?

Não. Representante apenas promove produtos. As vendas são realizadas por Gerentes de Contas, que visitam distribuidores de medicamentos. Até a década de 70, Representante era chamado de PVC (Propagandista, Vendedor, Cobrador), pois além da propaganda médica, eles tiravam pedidos nas farmácias e cobravam as duplicatas no dia do vencimento.

Como os Representantes são treinados?

O investimento em treinamento do Representante depende de cada laboratório e do tipo de produtos que o Representante irá trabalhar. Após o treinamento teórico e prático o Representante deverá estar capacitado a promover a linha de produtos que a empresa designar. Esta linha poderá variar entre cinco e até vinte produtos.

Quais as etapas de treinamento?

Após a assinatura do contrato de trabalho, geralmente o treinamento começa em casa com a leitura de manuais de produtos, que contém além das características e benefícios do produto, noções de anatomia, fisiologia, patologia e farmacologia. Após esta fase o seu chefe, chamado Gerente Distrital (GD) irá repassar com você a assimilação do conteúdo dos manuais, através de propagandas simuladas, onde você deverá comprovar sua competência promocional. Também nesta fase será explicado a você o funcionamento da burocracia da empresa e manuseio do *Smart-phone*.

Em que momento o Representante recém-admitido é considerado apto a realizar visitas?

Quando o GD sentir que ele assimilou bem o conhecimento básico a respeito da promoção dos produtos e elaboração de roteiro diário (planejamento das visitas), ele irá liberar o novato para visita médica. Como complemento do treinamento prático, o GD deverá acompanhar o Representante novato diariamente por pelo menos uma semana no setor.

Como são as reuniões de treinamento?

Há dois tipos de reuniões de treinamento. O Curso de Novos é um evento destinado ao alinhamento técnico do Representante recém admitido. São reuniões entre uma e duas semanas de duração, dependendo do portfólio e do investimento técnico do laboratório no seu pessoal de campo. Já a Reunião Distrital, Regional ou Convenção tem como finalidade a implementação de novas estratégias e materiais promocionais para toda a Equipe de Campo, inclusive os recém-admitidos. Para maiores detalhes sobre termos específicos da indústria farmacêutica vide capítulo Glossário nesta apostila.

Como é o típico dia de trabalho do Representante?

O Representante sai de casa, vestido socialmente, com excelente apresentação, com roteiro de visita planejado no dia anterior e a mala do carro suficientemente abastecida com o material promocional necessário para aquele dia. Ao longo do seu expediente deverá visitar de 10 a 15 médicos, promovendo os produtos conforme a hierarquia de importância da grade promocional. Esta hierarquia é determinada pela área de marketing dos laboratórios.

Grade de especialidades x materiais

Rk	Clínico Geral	Infectologista	Endocrinologista
1	Produto A Ajuda visual Separata	Produto A Folheto 1 Amostra A	Produto C Ajuda visual Amostra C
2	Produto B Folheto 2	Produto C Amostra	
3	Produto C Amostra		

Brindes institucionais: calendário e caneta

A ordem dos produtos poderá ser flexibilizada conforme as necessidades do médico. Por exemplo: no caso o pediatra visitado tem muito interesse no produto C e pouca oportunidade de prescrição com o produto A. Nesta situação o Representante deverá começar a propaganda pelo produto C, pois é neste momento que o médico está mais atento à mensagem.

Representante também visita farmácias?

Muitas empresas exigem que a Equipe de Campo realize de uma a três visitas ao dia em farmácias para garantir o abastecimento dos produtos e saber como está a prescrição dos mesmos, quando comparado com os concorrentes mais importantes. Além disto, com o advento dos genéricos, o balconista (farmacista) ganhou muito poder para trocar receitas e, portanto é fundamental conhecer melhor a realidade do ponto de venda também.

Quais os materiais promocionais que o Representante utiliza?

Folhetos com citações retiradas de estudos científicos, amostras-grátis e brindes institucionais, ou brindes contendo marcas de produtos isentos de prescrição. Indústrias de maior porte estão substituindo o material impresso por tablets, de forma a economizar o alto custo de produção gráfica e permitir visual mais dinâmico, com inserção de animações sobre patologias e mecanismo de ação de produtos. Representante não deve utilizar item promocional desenvolvido sem o conhecimento da área de marketing, sob pena de punição por violação do código de ética (conduta) interno do laboratório.

Como é realizada a propaganda?

Propaganda médica é uma atividade técnica, que reúne uma série de competências. Nesta apostila revelamos detalhadamente os segredos da atividade do Representante.

Existe plano de carreira para quem inicia como Representante?

Depende do laboratório. Quanto maior em faturamento e estrutura de RH, mais provável que sim. Entretanto, independente da existência de um plano formal, ao longo de minha carreira no mundo corporativo conheci várias pessoas que iniciaram como Representantes e chegaram até gerência, diretoria e presidência. Uma carreira de sucesso pode começar como Estagiário e ir evoluindo progressivamente para Trainee, Rep Junior, Rep Pleno, Rep Senior, Consultor de Negócios (Rep Hospitalar ou Especial), Gerente de Contas, Gerente Distrital, Gerente Regional e Gerente Nacional de Vendas.

Quem inicia como Representante estará sempre limitado ao trabalho de campo?

Negativo. Também conheci muitas pessoas que iniciaram na área comercial, mas depois foram promovidas para Coordenadores de Treinamento, Gerentes de Treinamento, Gerentes de Produto, Gerentes de Marketing e Diretores de Marketing.

Como é a relação do Representante com os colegas da concorrência?

Bem cordial e colaborativa. Como o trabalho deles é bem solitário, quando se encontram, trocam informações úteis para ambos. Este apoio é especialmente útil para os neófitos, quando se está montando um novo painel de visitação, ou quando se está a procura de recolocação no mercado.

Qual deve ser o astral do Representante?

Sempre animado e alegre ao entrar no consultório médico. Esqueça seus problemas antes até de entrar na sala de espera, porque quem se queixa às secretárias e médicos são os pacientes. Cada visita é um momento único e especial e por isto este encontro deve ser valorizado ao máximo. Representante ou profissional de baixo astral geralmente não apresenta bom resultado de vendas e desta forma abrevia sua carreira.