

# 研修トレーナーの1Patient体験記⑩

こんにちは。製薬企業向けのトレーニングを担当している、Nです。

「1Patient」を研修ツールとしてどのように有効活用するか、ここまで考えてきました。

医療従事者の日常は、言うまでもありませんが多忙ですよね。その中で、製薬企業の活動のあり方はどのようなものにすべきか、MRはもちろんのこと、その活動を後押しするトレーナーの皆さんにとっても大きな課題です。時間のない医療従事者との面談機会は、医療従事者にとって有意義でなくてはなりません。「この担当者との時間の共有は“常に”重要だ」という印象が残っていれば、次のアポイントメントもスムーズに獲得できるはず。さあ、そのためにはどうしたらよいのでしょうか。

1Patientの活用方法をいろいろとお話してきましたが、各疾患に罹患する患者の皆さんは、一人として同じ背景を持つ症例がありません。それに対して、担当する医師がどのような対処をされているか、教科書的には分からない、実際の情報を載せているのが『1Patient』なのです。

MRは担当する医療従事者の人となりはもちろん、患者への姿勢、各疾患の治療に対する考え方、使用頻度の高い薬剤、院内でのお立場など、面談の中で情報を様々に得る必要があります。

情報を得るには、医療従事者への働きかけ、すなわち質問を投げかける必要があります。皆さんもご存じのとおり、質問には、Yes/Noをお答えいただく形もあれば、より多くの情報を得るためのOpenな質問形式もあります。ただ、多くの情報を得たいからといって、むやみに5W1H（3H）の質問を投げかければいってものじゃありませんよね。

これまでのお話の中で、『質問』について何度か触れてきましたが、同じような質問であっても予め周到に準備されていれば、どのような回答があっても対処できます。1Patientの中を検索して、各疾患に対する『洞察（insight）』を深めておけば、質の高い対応ができるのではないのでしょうか。

1PatientはMRなどの営業の第一線の方はもちろん、マーケティング部門やメディカル部門でも閲覧、共有すれば、深みのある販促資材や製品資料作成につながるはずです。MRはそれらの資材・資料を使用して、製品に対する各部門の意図・注目点を反映したロールプレイを実施、実際の面談でも反映していくことができますでしょう。

深い洞察と周到的な準備を各部門で行い、企業成長につなげたいものです。

1Patientはそれを可能にする重要なツールであると確信しています。

## トレーナーNの略歴

『まもなく五十路を迎える男性トレーナー。製薬企業における人材育成・研修担当として20年以上、MRの育成にかかわる。MR・マネジャーの成長が何よりの喜び。』