



El Diagnóstico en la Venta Consultiva

Cómo transformar cada visita médica en una interacción profesional relevante, comprendiendo primero el contexto antes de argumentar.

PROMOCIÓN MÉDICA · VENTA CONSULTIVA

¿Por qué el diagnóstico lo cambia todo?



En el modelo de venta consultiva, el diagnóstico es la **etapa donde el APM comprende el contexto** del profesional **antes** de presentar cualquier propuesta terapéutica.

A diferencia de la venta tradicional, la venta consultiva prioriza:

- Las **necesidades** clínicas del profesional
- Su **experiencia** con tratamientos y tecnologías
- Las **características de los pacientes** que atiende
- Los **criterios** que utiliza para tomar decisiones

❑ Sin diagnóstico previo, la presentación del producto corre el riesgo de ser percibida como genérica o irrelevante.



El Error Más Frecuente en la Promoción Médica

Presentar el producto demasiado rápido, sin haber comprendido el contexto del profesional, es uno de los errores más comunes.

❌ El APM asume

Que todos los médicos tienen las mismas necesidades y utiliza el mismo discurso con todos.

❌ El APM prioriza

El argumento comercial antes de entender la situación clínica real del profesional.

❌ El resultado

La interacción es percibida como una presentación estándar, poco relevante para su práctica.

La venta consultiva propone invertir este orden:

- Primero comprender → luego argumentar.

¿Qué Significa Diagnosticar en una Visita Médica?

Diagnosticar no implica evaluar clínicamente al paciente, sino comprender cómo piensa y cómo trabaja el profesional de la salud.



Contexto Profesional

Tipo de pacientes atendidos, patologías más frecuentes y entorno de trabajo — consultorio, hospital o clínica.



Experiencia Previa

Tratamientos o tecnologías que ya utiliza y resultados obtenidos con distintas alternativas terapéuticas.



Criterios de Decisión

Factores que prioriza al elegir una terapia, preocupaciones clínicas y limitaciones que considera relevantes.

Señales no verbales

Más allá de las palabras, la comunicación no verbal del profesional revela su verdadera disposición, interés y posibles objeciones. Observar estas señales es crucial para adaptar el diálogo en tiempo real.



Postura Corporal

Una postura relajada y abierta sugiere receptividad. Brazos cruzados pueden indicar resistencia o desacuerdo.



Expresiones Faciales

Una mirada de interés o asentimiento valida el mensaje; ceños fruncidos o desinterés alertan sobre posibles objeciones.



Contacto Visual

Mantener el contacto visual muestra atención e interés. Su ausencia puede señalar distracción o incomodidad.



Tono de Voz

Un tono entusiasta sugiere convicción, mientras que un tono monótono puede indicar fatiga o desinterés.



La Escucha Activa como Herramienta Profesional

La escucha activa es la habilidad que permite comprender el punto de vista del interlocutor **antes de intervenir**.

Transforma la visita en una **interacción bidireccional** donde el diálogo reemplaza al monólogo.



Prestar atención genuina

Al contenido y al tono de lo que el profesional expresa.

Observar el lenguaje no verbal

Identificar preocupaciones o dudas implícitas en la comunicación.

Evitar interrumpir

No responder prematuramente antes de haber comprendido el contexto completo.

Tipos de Preguntas en el Diagnóstico

Las preguntas son la herramienta principal del APM para construir un diagnóstico progresivo del contexto profesional.

1

Preguntas Abiertas

Exploran el contexto general.

"Doctor, ¿cómo suele abordar los casos de hipertensión resistente?"

2

Preguntas Exploratorias

Profundizan en la práctica clínica.

"¿Qué factores considera más importantes al elegir una terapia?"

3

Preguntas de Profundización

Comprenden mejor una respuesta previa.

"¿Qué dificultades encuentra en pacientes que no responden al tratamiento inicial?"

El Modelo SEE para el Diagnóstico

Un modelo simple y eficaz para estructurar la conversación diagnóstica con el profesional de la salud.



Cada etapa del modelo SEE (*situación-experiencia-expectativas*) guía la conversación hacia información que luego puede utilizarse en la presentación del argumento terapéutico.

Situación

"Doctor, ¿cómo está manejando actualmente este tipo de pacientes?"

Experiencia

"¿Qué experiencia ha tenido con los tratamientos disponibles hasta ahora?"

Expectativas

"¿Qué características considera importantes en una nueva opción terapéutica?"



Comprender el Perfil del Profesional

No todos los profesionales de la salud tienen el mismo estilo de comunicación ni el mismo enfoque terapéutico. Identificar el perfil del interlocutor permite adaptar tanto el estilo como el tipo de argumento.



Orientado a la Evidencia

Valora estudios clínicos y datos científicos rigurosos.



Orientado a la Experiencia

Confía en resultados observados en su práctica diaria.



Orientado al Tiempo

Prefiere información breve, concreta y directa.



Explorador

Se interesa por nuevas alternativas y actualizaciones terapéuticas.

Del Diagnóstico al Argumento

Cuando el APM comprende el contexto del profesional, el argumento deja de ser una presentación genérica y se convierte en una **respuesta específica a una situación clínica identificada**.

- ❑ El diagnóstico no es un fin en sí mismo. Es la base que permite conectar la propuesta terapéutica con necesidades clínicas concretas, identificadas durante la conversación.



Principios Clave del Diagnóstico Profesional

El diagnóstico eficaz es uno de los pilares fundamentales de la venta consultiva en el sector farmacéutico.



Comprender antes de argumentar

La información presentada debe responder a una necesidad previamente identificada.



Escuchar antes de responder

La conversación profesional requiere atención genuina al punto de vista del interlocutor.



Adaptar antes de convencer

Cada profesional tiene un contexto, una experiencia y un estilo distinto que merece respuesta específica.

