

Votre objectif de visite

➤ Un objectif de visite doit permettre de positionner la communication dans une **logique d'impact** et doit être orienté vers un **résultat concret** (sur le changement de pratique du médecin ou sur une croyance ou sur une prescription du produit)



➤ Cet objectif de prochaine visite doit déterminer la

stratégie de communication de l'introduction au closing.

➤ Il faut distinguer l'objectif de visite à l'ambition idéale du profil d'adoption de votre professionnel de santé.

➤ Pour vous aider à déterminer le bon objectif de visite, nous vous proposons d'utiliser la technique « **SMART** »

Spécifique



« Qui appartient en propre à une espèce, qui est particulier à quelque chose »

Mesurable



« Qui peut être mesuré & déterminé précisément en taille, en degré ou en quantité»

Atteignable



« Se dit de toute chose que l'on peut atteindre et accomplir»

Réaliste



« Qui a le sens des réalités, qui a l'esprit pratique»

Timé



« Qui doit avoir une échéance temporellement défini»