

# 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** »

**S**pécifique



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

**M**esurable



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

**A**tteignable



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

**R**éaliste



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

**T**imé



« Qui doit avoir une échéance temporellement défini »