CÁPSULA INFORMATIVA:

Del Consenso Médico a la Estrategia de Mercado

CONVERSACIONES CLÍNICAS HOY → MEJORES DECISIONES MAÑAAA

LA REALIDAD CLÍNICA COMO MOTOR DE CRECIMIENTO

1 ¿Qué es un Group Input Meeting Médico?

Es una **sesión estratégica consultiva** donde un grupo selecto de médicos **especialistas** se reúne para debater de forma abierta, pero dirigida, sobre su experiencia clínica real.

El objetivo es recopilar sus perspectivas directas sobre necesidades médicas no cubiertas, barreras de adopción de tratamientos, hábitos de prescripción y percepción de terapias actuales.



2 El Filtro Estratégico: Del Debate al Reporte Ejecutivo

El debate entre médicos suele ser profundamente técnico y científico. El valor de la toma de notas radica en traducir ese lenguaje clínico en **indicadores de negocio**. El Reporte Ejecutivo resultante destila horas de discusión médica en:

1. **Insights de adopción:** Por qué el especialista elige o rechaza una terapia.
2. **Barreras del ecosistema:** Retos regulatorios de acceso institucional o de educación al paciente.
3. **Tendencias competitivas:** Cómo se posiciona la competencia en el día a día de la práctica médica.



DE LA DISCUSIÓN TÉCNICA A INDICADORES DE NEGOCIO

3 Importancia Crítica para las Estrategias de Mercado

La información de este reporte es el insumo principal para **definir o pulir la estrategia comercial** por tres razones fundamentales:

Mitigación de riesgos comerciales:

& Permite validar si los mensajes de marketing de un producto realmente resuenan con la lógica del médico, evitando campañas costosas que no generen impacto en la prescripción.

Identificación de nichos de valor:

Revela subgrupos de pacientes específicos donde un tratamiento ofrece un beneficio crítico que el mercado masivo está ignorando.

Optimización del Journey del Paciente:

Ayuda a entender los puntos de fricción desde que el paciente presenta síntomas hasta que recibe el tratamiento, permitiendo diseñar estrategias de soporte y educación médica continua mucho más precisas.

4 Resumen Ejecutivo para el Lector

The Bottom Line: "Escuchar a los especialistas en un entorno controlado (Group Input) y estructurar sus conclusiones en un informe de negocio (Reporte Ejecutivo) es la única vía para que las áreas de Marketing, Acceso y Comercial tomen decisiones basadas en la realidad clínica, garantizando la relevancia y el éxito del producto en el mercado.



ESTRATEGIAS MÁS INFORMADAS. MAYOR IMPACTO EN LA SALUD.

MÉDICOS QUE COMPARTEN | DATOS QUE ORIENTAN | ESTRATEGIAS QUE TRANSFORMAN | UN MEJOR MAÑANA PARA MÁS PACIENTES