

16:44 ,06/12/2010

לשכנע 45 מיליון אמריקנים

Medicare היא קופת החולים הממשלתית הגדולה ביותר בארה"ב, המעניקה כיום ביטוח רפואי לכ-45 מיליון אמריקנים. לכן אין פלא, שרוב מנהלי החברות שמפתחות מוצרים רפואיים, מעוניינים שהיא תכסה את עלויות מוצריהם, וכך תפתח בפניהם שוק ענק.

לשם כך אין הם חוסכים בהוצאות - הם מתכננים ניסויים קליניים להוכחת התועלת הקלינית והכלכלית של מוצריהם; מגייסים מובילי דעה; ונערכים במשך חודשים לפגישה עם נציגי מדיקר על-מנת לשכנע אותם לכסות את מוצריהם.

אולם במקרים רבים, למרות ההכנה, עושים המנהלים טעויות קריטיות בתכנון ובביצוע הפגישה - טעויות שקשה ואף בלתי אפשרי לתקן.

להלן כמה כללי אצבע שפותרו בעקבות פגישות מוצלחות ומוצלחות פחות של חברות ישראליות עם נציגי מדיקר.

1. הגדירו את מטרת הפגישה. לעתים, בפגישה הראשונה עדיף לא לבקש החלטות מחייבות ופורמליות, אלא לבקש מידע. למשל, להבין מה הם הקריטריונים שעל-פיהם פעלו בעבר בקבלת החלטות כיסוי או אי-כיסוי של מוצרים דומים.

כל עוד נמנעים מהדרישה לספק החלטה פורמלית, במדיקר חופשיים יותר לתת עצות.

אם בכוונתכם בכל זאת לבקש החלטה פורמלית, יש לשקול אם עדיף להציג זאת כבקשה להחלטת כיסוי חדשה לגמרי, או רק כהרחבה להחלטת כיסוי קיימת. בכל מקרה, מטרת הפגישה צריכה להיות מוגדרת היטב, לשני הצדדים ומראש.

2. לבחור את הנציג האופטימלי. עם אילו בעלי תפקידים במדיקר אתם רוצים להיפגש? דעו שהמנהלים הרפואיים לרוב אינם אלה שמקבלים החלטות כיסוי, ונציגי מדיקר שאחראים על החלטות הכיסוי לא יהיו רלבנטיים לקבלת קוד או לקביעת המחיר עבור השימוש במוצר החדש. חשוב להיפגש עם הנציגים המתאימים.

3. הגדירו מראש מהם המסרים שיועברו בפגישה, כולל תדרוך וסימולציה מול מישהו שמכיר את מדיקר היטב. למשל, למעט מקרים חריגים ספורים, מדיקר לא מכסה רפואה מונעת ואין לנציגים עניין לשמוע על הנושא; ואם הולכים למדיקר עם תרופה או מוצר שלהם יכולות מניעתיות, יש לתדרך את המציג להשתמש במילים כמו "מאפשר טיפול מוקדם" במקום "מניעה" ו"סינון".

4. הגדירו מראש את האוכלוסייה הרלבנטית. האם להציג את המידע הקליני שנאסף עבור כל אוכלוסיית ארה"ב, עבור מבוטחי מדיקר בלבד או אולי רק עבור קבוצת משנה מתוך כלל המבוטחים? לרוב, לנציגי מדיקר יהיה קל יותר להחליט על כיסוי בעבור החלק הכי רלבנטי מתוך כלל מבוטחיהם ואז להרחיבו.

5. הקטינו סיכונים. לפני שנפגשים עם נציג רשמי, אפשר ואף מומלץ להיפגש עם מי שעד לא מזמן עבד במדיקר, וכיום הוא יכול, בעבור תשלום, להשתתף בסימולציה מקדימה.

6. תזמון הפגישה. הפגישה עם מדיקר לא בהכרח צריכה להיערך בשלב מאוחר יחסית, לאחר שפיתוח המוצר הושלם, הניסויים הקליניים הסתיימו והמידע שנאסף פורסם במגזינים המתאימים.

בחלק מהמקרים זו טעות.

יש ערך בשיתוף נציגי מדיקר כבר בשלב מוקדם. אם ניגשים לפגישה שכזו בצורה מתוכננת ומבוקרת, הנציגים מרגישים שהם חלק מההתהליך ויכולים לתת לכם עצות שישפיעו על תכנון הניסוי הקליני או אף תכנון המוצר עצמו בשלב מוקדם.

הכותב הוא מנכ"ל Mediclever המסייעת לחברות ישראליות המוכרות ציוד רפואי בארה"ב ובאירופה



טוקבקים



פרשניות

