

Responsable marketing

Le/la responsable marketing définit et coordonne la stratégie marketing de l'aire thérapeutique/la gamme de produits et/ou de son offre de services dans le parcours de soin. Il/elle assure la déclinaison opérationnelle des plans définis dans le respect de la législation, des règles de bon usage du médicament/produit de santé et de celles internes à l'entreprise

ACTIVITÉS

Définition de la stratégie marketing

- Elaboration de la stratégie marketing du produit dans le parcours de soin
- Définition de l'investissement budgétaire et mix média
- Analyse du parcours de soins incluant les acteurs clés, l'environnement et le marché
- Présentation des plans marketing aux interlocuteurs internes dédiés
- Anticipation et intégration des futurs développements de produit sur son aire thérapeutique
- Pilotage d'une veille concurrentielle, produit et environnement ainsi qu'une analyse de marché (parcours de soins et acteurs)
- Coordination des plans stratégiques et opérationnels des Chefs de produits en s'assurant de l'alignement avec la stratégie Europe/globale

Déclinaison opérationnelle – développement de partenariat et suivi

- Déploiement et supervision de la mise en œuvre opérationnelle du plan marketing avec l'ensemble des équipes
- Mise en place et faire vivre des partenariats pérennes avec les acteurs régionaux, les professionnels de santé, acteurs médicosociaux et les équipes internes régionales
- Coordination et mise en œuvre des campagnes marketing et de la communication autour du parcours de soin (axes de communication vis-à-vis des différents acteurs et mix média) en garantissant le respect de la réglementation ainsi que de la compliance
- Définition et suivi des indicateurs clés de la performance incluant le suivi budgétaire
- Analyse de l'évolution de la prise en charge patient et de l'évolution thérapeutique (produit, technique, attitude)
- Définition d'un plan d'études de marché lié à la gamme de produit

Information/Conseil

- Partage des informations impactantes auprès des services concernés
- Participation active aux réunions de son aire thérapeutique
- Participation à la définition des propositions de prévisions de ventes en collaboration avec le chargé d'étude
- Interaction avec les Agences Régionales de Santé (ARS)
- Communication et création des partenariats avec les leaders d'opinion ainsi que les sociétés savantes et les associations de patients
- Veille et analyse des données environnementales et institutionnelles

Management de l'équipe

- Management, animation et évaluation de l'équipe
- Accompagnement des membres de son équipe sur leur plan de développement individuel



Profil de recrutement :

Expérience réussie supérieure à 8 ans dans le secteur pharmaceutique dans les fonctions marketing ou commerciale ou coordinateur santé au sein des réseaux, maison locale, Agence Régionale de Santé (ARS).



Formations

Parcours recommandés :

- Diplôme d'école de commerce
- Master/Master 2 marketing, gestion
- Formation scientifique, marketing et médicale
- Pharmacien avec spécialisation Marketing de la santé

Pour aller plus loin : <http://www.imfis.fr/>



Passerelles métier :

Au sein de la filière métier :

- Responsable nouveaux médias
- Responsable associations de patients

Hors filière métier :

- Manager référent médical régional
- Négociateur grands comptes



Autres appellations :

- Leader marketing
- Chef de groupe marketing

P

COMPÉTENCES CLÉS

←|→ Transverses

- Être force de proposition sur le développement de l'activité et de l'organisation
- Être force de conviction, leadership
- Arbitrer les priorités à suivre
- Elaborer des procédures, imaginer des solutions, concevoir des outils
- Mesurer le retour sur investissement des actions ou plans d'action et suivre son budget
- Négocier avec des acteurs internes ou externes clés (grands comptes, institutionnels, etc..)
- Maîtriser la prise de parole en public
- Être pédagogue, savoir déléguer, animer, motiver et mobiliser une équipe de collaborateurs pluridisciplinaires
- Organiser et coordonner son service (hommes, temps, matériels, budgets) et estimer les besoins
- Capacité à s'adapter à un environnement incertain et complexe
- Être orienté résultat (contrat de performance)
- Faire preuve d'ouverture d'esprit
- Être agile : capacité à s'adapter à des situations variées et à ajuster ses comportements, à imaginer différents scénarios

Anglais

- Présenter à l'écrit ou à l'oral une description ou une argumentation claire et fluide dans un style adapté au contexte, construire une a présentation de façon logique



Métier

- Être orienté patient
- Maîtriser les leviers marketing applicables à la santé
- Maîtriser les fondamentaux du marketing
- Maîtriser le parcours de soin, aspects scientifiques et techniques de l'aire thérapeutique
- Connaître la réglementation en termes de communication des produits de santé (réglementaires et juridiques)
- Savoir identifier et appréhender la cartographie des partenaires du territoire
- Connaître les fondamentaux en économie de la santé et Access Market

Responsable marketing

Un enjeu d'améliorer et d'organiser un parcours de soins qui permet à chaque patient d'être pris en charge au bon moment et par la bonne personne sur un territoire coordonné.

Un objectif pour rester compétitif : penser à l'intégralité d'une prise en charge.

Une tendance à développer des solutions thérapeutiques personnalisées engendrant de nouvelles relations avec le médecin et le patient.

