

Chargé(e) de formation réseau

En collaboration avec les services formation, marketing et médical et le/la directeur/trice de l'information et de la promotion du médicament, il/elle assure le diagnostic des besoins et met en place les actions de formations utiles au réseau de collaborateurs/trices de l'information et de la promotion du médicament et des délégué(e)s hospitaliers/ères.

ACTIVITÉS

Contribution à la conception du plan de formation des équipes d'information promotionnelle

- Identification des besoins en formation en lien avec le/la directeur/trice de l'Information et de la promotion du médicament
- Etablissement en collaboration avec le service formation d'un plan d'action de développement collectif et individuel
- Montage et préparation des actions de formation en collaboration avec les différent(e)s interlocuteurs/trices internes
- Elaboration et actualisation permanente des contenus et des supports de formation (outils pédagogiques, training...), y compris sur les aspects réglementaires dans le respect de la charte de l'information promotionnelle*
- Rédaction des cahiers des charges formation, identification des intervenants, organisation du planning et de la logistique

Animation et évaluation de la formation

- Recueil et mise à jour des informations sur les produits et leur bon usage
- Formation des chargé(e)s de l'information et promotion du médicament
- Mise en place d'actions de formation en appui du lancement des produits
- Evaluation de l'acquisition et de la mise en œuvre des compétences
- Garantie de l'intégration d'une culture de l'éthique et de la Compliance au sein des modules de formation

Suivi de la réalisation des actions de formation

- Contrôle de la traçabilité et des références des informations scientifiques utilisées sur les produits lors des formations
- Création et suivi d'indicateurs des pratiques et compétences et leurs évolutions
- Suivi des modules de formation en présentiel ou à distance
- Evaluation de l'acquisition et de la mise en œuvre des compétences
- Etablissement d'un bilan des actions de formation auprès du / de la Directeur/trice de l'Information et de la promotion du médicament et des services Formation

*Cf Paragraphe II-2-b de la charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion de médicaments : <https://www.leem.org/charte-information-promotionnelle>



Profil de recrutement :

Expérience réussie supérieure à 5 ans dans la filière métier de l'information et la promotion du médicament.



Formations

Parcours recommandés :

- Licence pro scientifique, technologique, santé
- Licence sciences, technologies, d'enseignement supérieur et de recherche
- Licence/Master RH avec spécialisation formation

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



Passerelles métier :

Au sein de la filière métier et selon la formation initiale :

- Responsable de la formation commerciale et scientifique
- Directeur/trice de zone
- Responsable grands comptes (KAM)

Hors filière métier et selon la formation initiale :

- Référent(e) médical(e) régional (niveau bac +5 scientifique minimum)

Pour aller plus loin :

<http://www.macarriedanslapharma.org/>



Autres appellations :

- Formateur/trice techniques de vente
- Animateur formation réseau
- Animateur/trice de formation scientifique et/ ou commerciale
- Formateur/trice produits
- Formateur/trice produits & métier

COMPÉTENCES CLÉS

←|→ Transverses

- Produire des supports écrits, concevoir des présentations pédagogiques
- Maîtriser les fondamentaux de la gestion de projet
- Maîtriser les techniques de communication
- Maîtriser l'animation de formation et les différentes ingénieries pédagogiques associées
- Disposer d'une aisance relationnelle à travailler en mode matriciel et en transversalité
- Avoir un sens aigu de la pédagogie
- Maintenir et mettre à jour ses compétences



Métier

- Réaliser un diagnostic et une analyse des besoins en compétences
- Identifier et rédiger les objectifs pédagogiques d'une formation
- Transmettre avec pédagogie des savoirs et des savoir-faire
- Maîtriser les connaissances scientifiques et médicales liées au domaine d'application du produit et de son environnement
- Connaître de manière approfondie les stratégies et le positionnement des produits, les attendus sur la connaissance requise des APM
- Connaître le fonctionnement et l'environnement de la santé et de l'hôpital (rôle des différents acteurs clés, des instances décisionnaires, du financement...)
- Connaître les techniques de formation à distance, multimédia, plateforme de formation, contenus 2.0
- Maîtriser les méthodes et outils d'évaluation des compétences

L'enjeu de la formation continue des équipes de l'information promotionnelle reste clé.

La manière d'accompagner les équipes de promotion et commercialisation évolue avec la digitalisation. La responsabilisation des équipes sur la nécessité de s'auto-former (via notamment des plateformes de formation en e-learning) s'accroît au sein d'organisations fréquemment qualifiées comme étant apprenantes.

Les missions de tuteur/trice se développent et la formation est portée par un nombre plus important d'acteurs internes. Le rôle du / de la formateur/trice évolue donc vers un rôle de coordinateur/trice ou de chef(fe) de projet, et une partie de ses attributions pédagogiques tend à s'externaliser.

