

Délégué(e) pharmaceutique

Le/la délégué(e) pharmaceutique est en charge de la vente des produits d'automédication ou de prescription auprès des pharmacies en fonction des lignes directrices définies par la direction des ventes et dans le cadre de la réglementation pharmaceutique. Il/elle conseille sur l'organisation des espaces de vente des produits en fonction du potentiel de l'officine. Il/elle contribue au bon usage en rappelant les caractéristiques essentielles du médicament ou produits de santé ainsi qu'à la diffusion des informations transmises aux équipes officinales.

ACTIVITÉS

Développement des partenariats commerciaux et organisation de l'activité et de son suivi

- Négociation (prix/volume, conditions de vente, délais de livraison) et vente des produits de la gamme (établissement d'un contrat ou d'un bon de commande)
- Prise de commandes
- Suivi administratif et développement commercial des clients
- Contribution à l'élaboration d'un plan d'actions sectoriel en fonction des objectifs nationaux et de l'analyse du potentiel de chaque espace de vente

Information/Conseil aux équipes officinales

- Transmission des informations sur les caractéristiques essentielles du produit de santé et sur les indications de prix et de statut/remboursement
- Analyse de l'espace de vente, de la zone de chalandise et des ventes (audit)
- Conception et proposition de l'agencement des espaces de vente
- Conseil sur le plan merchandising de l'espace de vente (linéaires, vitrine) en mettant en place l'exposition des produits, la signalétique...
- Organisation d'animations conseils sur l'espace de vente
- Proposition d'amélioration ou de création d'outils marketing
- Formation à la gestion du stock de la marque et à la rotation des produits (saisonnalité)

Gestion administrative/reporting

- Recueil, analyse et transmission des demandes et des informations recueillies aux services concernés, notamment pharmacovigilance
- Enregistrement et transmission informatique des données
- Analyse des résultats et de la rentabilité par rapport aux objectifs et mise en place d'actions correctives ou de développement du secteur (congrès, manifestations professionnelles...)
- Suivi des commandes, de la facturation et du compte client (litiges, invendus...) et/ou des appels d'offres
- Coordination des fonctions supports à la vente



Profil de recrutement :

Métier accessible aux jeunes diplômé(e)s. L'expérience terrain, la technique de vente et les qualités relationnelles sont des critères majeurs pour exercer ce métier. Une formation d'intégration au sein de l'entreprise est délivrée à tout(e) nouveau/elle délégué(e) pharmaceutique (les produits de santé et leur statut/la vigilance/la déontologie/les bonnes pratiques).



Formations

Parcours recommandés :

- BAC +2 en commerce ou sciences (ou expérience équivalente)

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



Passerelles métier :

- Chef(fe) de produit (si la formation initiale le permet)
- Formateur/trice réseau
- Directeur/trice régional des ventes
- Chargé(e) de l'information et la promotion des produits de santé (si la formation initiale le permet ou via un VAE)

Pour aller plus loin :

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



Autres appellations :

- Délégué(e) commercial(e) pharmaceutique
- Délégué(e) générique pharmaceutique
- Commercial(e) santé

COMPÉTENCES CLÉS

←|→ Transverses

- Planifier et organiser son activité (organiser sa tournée, prendre des rendez-vous...)
- Travailler en transversalité
- Avoir le sens de l'écoute et du relationnel
- Être créatif, avoir le sens esthétique (des espaces de vente)
- Être en capacité à travailler en mode projets
- Avoir des aptitudes dans l'animation d'équipe, leadership



Métier

- Argumenter sur l'intérêt de l'exposition des produits et convaincre l'équipe officinale
- Cibler les priorités de visite (identifier, sélectionner les pharmaciens)
- Développer et entretenir des relations professionnelles avec les pharmacien(ne)s (manifestations professionnelles...)
- Utiliser les outils d'analyse des ventes et d'activité
- Lire et comprendre des tableaux de bord d'activité et des indicateurs
- Conseiller un(e) pharmacien(ne) et son équipe officinale sur la vente des produits, la gestion du stock et le merchandising
- Cibler les priorités de visite (identifier, sélectionner les pharmacien(ne)s)
- Concevoir des présentations et agencements sur un espace de vente

Le métier de délégué(e) pharmaceutique repose sur la capacité à établir une relation partenariale avec les décideurs des grands comptes et à gérer une relation de long terme. Il/elle doit ainsi comprendre les enjeux et informations à apporter aux différents acteurs impliqués dans les processus de décision (acheteurs, équipes officinales...).

La transformation digitale a des impacts importants sur le métier. La généralisation des outils de communication en ligne conduit ainsi à des contacts plus souvent hybrides ou en distanciel, modifiant la relation de proximité avec ses interlocuteurs/trices. La multiplication des sources et canaux d'information conduit le/la délégué(e) pharmaceutique à faire évoluer les supports diffusés vers plus de personnalisation, avec une information à la fois plus ciblée sur le fond et plus percutante sur la forme. La digitalisation peut en parallèle créer des opportunités pour mieux accompagner les équipes officinales à travers des outils de simulation ou des animations interactives.

Ce métier vit des évolutions marquées, avec un recentrage de l'information promotionnelle sur l'accompagnement thérapeutique et l'orientation patient. Cela implique pour le / la délégué(e) pharmaceutique de détenir des compétences scientifiques renforcées et d'être capable d'assurer une posture et un rôle de conseil.