

Directeur/trice de l'information promotionnelle du médicament

Le/la directeur/trice de l'information promotionnelle du médicament manage et coordonne l'équipe en charge de l'information promotionnelle au niveau national, définit l'organisation et assure le développement des ventes. Il est le garant du respect de la charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments, des règles déontologiques et de compliance applicables.

ACTIVITÉS

Définition, mise en œuvre et suivi de la stratégie de l'information et de la promotion

- Élaboration de la stratégie promotionnelle au niveau national et des objectifs opérationnels à déployer
- Collaboration avec le service marketing et médical pour définir les besoins exprimés sur le terrain en termes de services et actions à mener (approche multicanal, visite à distance...)
- Représentation de l'entreprise et développement d'actions de communication et de partenariats externes
- Analyse de la performance du réseau à partir des outils mis à sa disposition et mise en place d'actions correctrices
- Veille réglementaire et technologique sur l'environnement réglementaire

Développement des ventes

- Définition et planification annuelle des objectifs qualitatifs et quantitatifs à atteindre
- Pilotage des activités des négociateurs grands comptes
- Contribution à la définition des prix et des marges sur son périmètre
- Animation terrain autour de la pharmacovigilance en veillant à la transmission des informations utiles aux entreprises

Accompagnement et formation du réseau

- Pilotage de la formation terrain du réseau en collaboration avec le service formation et le/la formateur/trice Réseau, le marketing et le médical
- Évaluation des besoins en formation et en développement en collaboration avec le responsable formation Réseau
- Garantie de la réalisation des formations obligatoires et des stages de remise à niveau notamment en matière d'Éthique et Compliance
- Accompagnement des équipes à l'identification des acteurs clés à informer sur leur territoire
- Organisation et coordination de la formation des équipes autour des campagnes et des lancements de produits, des séminaires et des réunions régionales (mobilisation des équipes, validation des moyens...)
- Organisation et analyse des remontées d'information du terrain vers les autres services

Management des équipes

- Management et motivation d'une équipe de Directeur/trices de Région, de zone ou de réseau
- Animation et suivi de la réalisation des objectifs dans le respect de la stratégie définie et en assurant le lien entre les différents services supports, marketing et médical
- Proposition et suivi des systèmes de rémunération variable
- Accompagnement des équipes terrain dans le développement des compétences
- Garantie de la responsabilisation des équipes en matière d'Éthique et de Compliance



Profil de recrutement :

Expérience dans le secteur de la pharmacie ou secteurs connexes (cosmétologie, chimie). Minimum 8 ans d'expérience d'Information Promotionnelle Visite Médicale ou du marketing à des fonctions d'encadrement de niveau Directeur.



Formations

Parcours recommandés :

- Master 2 : commerce, gestion avec une expérience professionnelle dans le secteur ou scientifique avec une expérience en vente
- Diplôme d'école de commerce
- Formation scientifique (Master, doctorat)

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



Passerelles métier :

Au sein de la filière métier :

- Directeur/trice commercial(e)

Hors filière métier :

- Directeur/trice des affaires publiques et institutionnelles
- Directeur/trice marketing

Pour aller plus loin :

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



Autres appellations :

- Directeur/trice de la promotion
- Directeur/trice des ventes
- National sales manager

COMPÉTENCES CLÉS

←|→ Transverses

- Anticiper et décrypter les évolutions de l'environnement, de l'activité et de l'organisation
- Encadrer une équipe de managers
- Manager dans toutes ses dimensions : être leader (offrir une vision), être un manager coach (développement des compétences), manager dans une logique d'amélioration continue
- Animer un réseau
- Savoir travailler en transversalité et en mode projet en interne
- Disposer d'une force de conviction
- Fédérer les équipes (leadership)
- Décider et faire atteindre les objectifs par ses équipes
- Arbitrer les priorités et interagir à différents niveaux (local, régional, national)
- Être doté(e) d'un excellent relationnel



Métier

- Disposer d'une vision et d'une appréhension systématique des enjeux de la santé et du médicament
- Connaître les produits de santé et leur positionnement dans leur environnement et concurrence
- Maîtriser parfaitement l'environnement hospitalier : acteurs, circuits de décisions, aspects réglementaires, économiques et scientifiques
- Maîtriser le parcours de soins
- Maîtriser les contraintes réglementaires et les acteurs institutionnels de son secteur d'activité, la politique de santé et les spécificités propres à l'information promotionnelle (Charte, éthique..)
- Maîtriser les règles de Compliance et d'Éthique et garantir l'appropriation par les équipes
- Maîtriser la traçabilité, la qualité et la sécurisation des données d'information et de réglementation
- Interpréter et exploiter des informations scientifiques et/ou économiques
- Savoir définir et piloter des indicateurs de suivi, tableaux de bord et reporting d'activité
- S'assurer que les équipes d'information promotionnelle sont évaluées annuellement sur les modules règlementaires et produits*

Anglais : Prendre part sans préparation à une conversation sur des sujets courants ; écrire un texte simple sur des sujets liés à l'activité ou rédiger une présentation courte ; lire des documents techniques et scientifiques en anglais.

***A NOTER**

Les activités d'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments sont réglementées par le code de la santé publique (cf article L5122-1 *) et par la charte signée entre le CEPS et le Leem**.

Pour rappel, les chargé(e)s de l'information et de la promotion de médicament et les Directeur/trices régionaux/ales faisant des visites même de manière occasionnelle doivent être évalués annuellement sur leurs connaissances réglementaires et scientifiques et sur le maintien et le développement de leurs compétences professionnelles (cf paragraphe 2.b de la charte de l'information promotionnelle).

* <https://www.legifrance.gouv.fr/>

** <https://www.leem.org/charte>

Les métiers de l'information promotionnelle sont fortement encadrés sur le plan législatif et réglementaire, et doivent respecter la Charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments. Cela implique une vigilance permanente à la qualité de l'information délivrée et à son actualisation ainsi qu'à la déontologie vis-à-vis des professionnels de santé et des patients.

Les métiers de l'information promotionnelle doivent prendre en compte des enjeux qui ne cessent de se complexifier, dont le premier est la prise en compte de la diversité des attentes des différents professionnels et acteurs de la santé. Ils doivent disposer de connaissances pointues ou d'une spécialisation renforcée dans certains domaines (aires thérapeutiques hospitalières), ainsi que d'une posture de conseil et de prestation de services, allant dans une démarche globale centrée sur les patients, de contribution à l'amélioration de la qualité des soins et de leur prise en charge.

Il est également attendu de nouvelles compétences permettant d'accompagner les évolutions organisationnelles et technologiques : centralisation des achats à l'hôpital, gestion sous forme de grands comptes, développement de l'utilisation de supports multimédias. Pour répondre à ces enjeux, un nouveau modèle d'organisation apparaît, reposant sur la transversalité et l'agilité. Sur le terrain, les équipes gagnent en autonomie, le rôle du management évolue et se tourne vers l'animation et la coordination.

Une baisse structurelle des effectifs est constatée sur cette famille métier, particulièrement sur les postes de supervision, du fait d'une tendance à la réduction du nombre d'échelons hiérarchiques.