

# Directeur/trice de zone

Le/la directeur/trice de zone optimise les moyens/ressources pour déployer la stratégie d'information promotionnelle de l'entreprise afin de développer une zone géographique donnée dans le cadre de la réglementation et de la charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments.

Il/elle anime et développe une équipe de directeur/trices régionaux/ales.

## ACTIVITÉS

### Déploiement de la stratégie d'information promotionnelle sur sa zone

- Participation à la définition de la stratégie d'information promotionnelle de sa zone et garantie de sa déclinaison opérationnelle en apportant du sens et une vision sur l'évolution de l'activité
- Définition et planification des objectifs opérationnels de l'information promotionnelle de sa zone (qualitatifs et quantitatifs)
- Définition et suivi des plans d'action régionaux
- Mise en œuvre et suivi de la stratégie promotionnelle (DMOS, suivi budgétaire, priorité produits...)
- Proposition d'une structuration optimale des réseaux
- Représentation de l'entreprise et intervention dans les congrès ou lors du lancement de produits
- Développement de partenariats externes

### Suivi et pilotage de l'activité sur sa zone

- Contribution à la conception et l'amélioration continue des outils de suivi de l'activité et d'analyse (tableaux de bords, évaluation des performances, graphiques...)
- Analyse de l'impact des campagnes à partir des remontées d'information du terrain et contrôle de la cohérence dans l'application du plan de promotion sur les produits
- Evaluation des résultats et suivi des comptes d'exploitation de la zone géographique concernée
- Contrôle des dépenses et des frais des équipes d'information promotionnelle

### Management et animation de sa zone

- Organisation et coordination des équipes, gestion proactive de l'activité et du planning des équipes, garantie de la réalisation des projets conformément au budget et au délai défini
- Animation et motivation des équipes d'information promotionnelle
- Accompagnement et suivi du développement professionnel des directeurs/trices régionaux/ales (entretiens, formations, suivi des plans de développement régionaux...)
- Gestion des ressources humaines dans son périmètre (recrutement, évaluation, formation...)
- Proposition de systèmes et clés de répartition de rémunérations variables



### Profil de recrutement :

Profil expérimenté de plus de 8 ans dans le secteur de l'industrie pharmaceutique, médical ou secteurs connexes (cosmétologie, chimie), dont une expérience supérieure à 5 ans en management.



### Formations

### Parcours recommandés :

- Diplôme niveau Bac +5 (école de commerce, université, Master/Master 2 : commerce et management...), en complément d'une expérience significative dans le secteur pharmaceutique.

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



### Passerelles métier :

#### Au sein de la filière métier :

- Responsable de zone internationale

#### Hors filière métier et selon la formation initiale :

- Responsable de la formation commerciale et scientifique
- Responsable Médical(e) en région (MSL) (formation initiale minimum bac +5 scientifique)
- Chef(fe) de gamme

Pour aller plus loin :

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



### Autres appellations :

- Directeur/trice adjoint(e) à l'information médicale
- Responsable de zone
- Directeur/trice promotion ville/hôpital
- District sales manager
- Directeur/trice des opérations régionales

# COMPÉTENCES CLÉS

## ←|→ Transverses

- Être capable d'anticiper et de décrypter des évolutions de l'environnement, de l'activité et de l'organisation
- Être force de conviction avec des acteurs internes ou externes clés (grands comptes, institutionnels, etc..)
- Être diplomate, écoute active et excellent relationnel
- Faire preuve d'agilité dans son management et animer, développer, mobiliser et évaluer une équipe de collaborateurs/trices
- Être ambassadeur/riche de l'entreprise et de son activité et développement d'actions de partenariats externes
- Promouvoir le travail en transversalité dans les différentes interactions et le management d'influence

### Anglais

- Prendre part sans préparation à une conversation sur des sujets familiers
- Écrire un texte simple et cohérent sur des sujets connus ou rédiger une présentation courte
- Lire des documents techniques et scientifiques en anglais



## Métier

- Faire appliquer la charte de l'information promotionnelle et s'assurer que les équipes terrains des directeurs/trices régionaux/les sont évaluées annuellement sur les modules règlementaires et produits\*
- Avoir une vision et une appréhension systémique des enjeux de la santé et du médicament
- Avoir une bonne connaissance des produits de santé et leur positionnement dans leur environnement et concurrence
- Maîtriser le parcours de soins
- Maîtriser les contraintes réglementaires et des acteurs institutionnels de son secteur d'activité
- Maîtriser les circuits et les financements hospitaliers, du code des marchés publics et les procédures d'appel d'offres
- Utiliser des outils de suivi d'activité
- Interpréter et exploiter des informations scientifiques et/ou économiques

### \* A NOTER

Pour les entreprises mettant en œuvre une activité d'information promotionnelle sur un médicament faisant l'objet d'une convention avec le CEPS, 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<sup>1</sup>) et par la charte signée entre le CEPS et le Leem<sup>2</sup>. Le/la chargé(e) de l'information et de la promotion de médicament/délégué Hospitalier doit être évalué annuellement sur ses connaissances réglementaires et scientifiques et sur le maintien et développement de ses compétences professionnelles (cf paragraphe 2.b de la charte de l'information promotionnelle)

<sup>1</sup> <https://www.legifrance.gouv.fr/>

<sup>2</sup> <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.

Le/la directeur/trice de zone doit développer une posture de manager agile qui, grâce à son sens de l'observation et d'analyse du marché, va aider ses équipes à décrypter leur environnement et encourager les prises d'initiatives afin de les responsabiliser et favoriser l'innovation. Un rôle de coordinateur/trice et d'animateur/trice est attendu.

Au même titre que les autres métiers de la famille promotion et information médicale, le/la directeur/trice de zone devra accroître sa posture de conseil en adoptant une organisation orientée « client », et développer une relation d'accompagnement et d'information médicale sur le bon usage, à la fois thérapeutique et économique, des produits de santé.

Enfin, la multiplicité des acteurs de la santé (praticien(ne)s, leaders d'opinion, comités de décision hospitaliers, agences régionales de santé...) suppose une analyse plus fine de leurs différentes demandes, et nécessite de nouer davantage de relations partenariales, en développant la transversalité.

