

Certificat de Qualification professionnelle

DELEGUE(E) PHARMACEUTIQUE

EVALUATION DES COMPETENCES DU CANDIDAT

Candidat

Nom :

Prénom :

Entreprise :

Parcours du candidat

- ☐ Parcours VAE
- ☐ Parcours de développement des compétences
- ☐ Demande de **validation totale** du CQP Délégué(e) pharmaceutique
- ☐ Demande de **validation partielle** sur les blocs de compétences suivants :
 - ☐ **Bloc de compétences 1** : Conseil, information et formation scientifiques, techniques et réglementaires aux clients (à l'équipe officinale), sur les produits pharmaceutiques de sa gamme dans le respect de la réglementation pharmaceutique
 - ☐ **Bloc de compétences 2** : Recueil et transmission des informations de pharmacovigilance, des défauts qualité et des réclamations des clients et suivi des actions correctives
 - ☐ **Bloc de compétences 3** : Mise en œuvre d'un plan d'action commerciale
 - ☐ **Bloc de compétences 4** : Négociation commerciale avec les clients selon la réglementation en vigueur afin d'établir une relation de partenariat de qualité et durable entre l'entreprise et le client

Présentation du CQP

Le (la) titulaire du CQP Délégué(e) pharmaceutique réalise la **promotion et la vente de 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 exerce son activité professionnelle auprès des pharmacies d'officine sous la responsabilité directe d'un responsable hiérarchique.

Dans ce cadre, il lui est demandé :

- de **réaliser la promotion** de produits pharmaceutiques et de répondre aux questions et objections des membres de la pharmacie d'officine qu'il visite,
- de **conseiller** l'équipe officinale sur la vente et la promotion des produits pharmaceutiques
- de **gérer et développer un portefeuille clients** dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise
- de **réaliser un rapport d'activité** transmis à l'entreprise

En cas d'anomalies ou litiges, il prend les mesures adaptées selon des procédures établies par l'entreprise et en informe les personnes concernées.

Les principales situations professionnelles rencontrées sont les suivantes :

- Information et réponse aux questions des pharmaciens, de l'équipe officinale ou autres clients sur un ou plusieurs produits et services (caractéristiques, contre-indications, avantages différentiels)
- Application d'un plan d'action sectoriel à partir des objectifs nationaux et régionaux (ciblage, proposition de moyens...)
- Recueil, analyse et transmission des demandes et des informations recueillies aux services concernés (direction des ventes, pharmacovigilance...)
- Présentation des caractéristiques et des avantages des produits à l'aide des outils promotionnels
- Conseil sur le plan du merchandising, de la revente des produits et de la gestion de stock
- 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)
- Proposition et négociation d'offres commerciales et de services
- Suivi des commandes, de la facturation et du compte client (litiges, invendus...) et/ou des appels d'offres
- Gestion du fichier clients
- Enregistrement et transmission informatique des données
- Veille concurrentielle et remontée des informations vers sa hiérarchie
- 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...)

Le référentiel CQP est constitué de quatre blocs de compétences :

- ✓ **Bloc de compétences 1 : Conseil, information et formation scientifiques, techniques et réglementaires aux clients (à l'équipe officinale), sur les produits pharmaceutiques de sa gamme dans le respect de la réglementation pharmaceutique**
- ✓ **Bloc de compétences 2 : Recueil et transmission des informations de pharmacovigilance, des défauts qualité et des réclamations des clients et suivi des actions correctives**
- ✓ **Bloc de compétences 3 : Mise en œuvre d'un plan d'action commerciale**
- ✓ **Bloc de compétences 4 : Négociation commerciale avec les clients selon la réglementation en vigueur afin d'établir une relation de partenariat de qualité et durable entre l'entreprise et le client**

Pour obtenir le CQP dans sa totalité, le candidat doit être évalué positivement sur les 4 blocs de compétences.

Pour obtenir un bloc de compétences, le candidat doit avoir acquis 80% des critères d'évaluation associés et acquis l'ensemble des critères essentiels.

Déroulement de l'évaluation

Objectif de l'évaluation :

L'objectif de l'évaluation est de vérifier l'acquisition des compétences attendues pour chaque bloc de compétences présenté par le candidat.

Participants : Le candidat, son responsable hiérarchique et 2 évaluateurs : un évaluateur habilité, un évaluateur externe au service

Préparation

En amont de l'évaluation :

- Le référentiel d'évaluation est présenté au candidat au moment du repérage des compétences.
- Le candidat rassemble les différents éléments issus de son activité professionnelle en fonction des blocs de compétences pour lesquels il sollicite la certification.
- Le responsable hiérarchique et les autres évaluateurs rassemblent également les différents éléments permettant d'apprécier l'activité professionnelle du candidat.
- Dans le cas où une observation directe est nécessaire, celle-ci doit être organisée avant l'entretien d'évaluation final.

Déroulement de l'évaluation

Suivant les blocs de compétences, l'évaluation se déroule sous la forme :

- d'observation directe des activités
- et / ou
- d'un entretien, entre les 2 évaluateurs et le candidat accompagné de son responsable hiérarchique, basé sur le bilan des activités réalisées et sur les différents documents et éléments issus de cette activité.

Pour chaque bloc de compétences, les situations d'évaluation sont décrites dans le tableau du paragraphe « Mise en relation des blocs de compétences, des situations d'évaluation et des thèmes de formation ».

Les évaluations sont organisées et aménagées en fonction de la situation du candidat : aménagement du temps dédié aux évaluations / utilisation d'aides techniques appropriées ou aides de personnes / aménagement du poste de travail.

A l'issue de l'évaluation, les évaluateurs remplissent les grilles d'évaluation de ce document pour chaque critère d'évaluation en se basant sur les indicateurs d'évaluation spécifiés.

Ces critères d'évaluation, identiques pour tous les candidats, permettent de garantir la valeur du CQP délivré.

Les acteurs de l'évaluation

- **Un évaluateur habilité :** il conduit l'évaluation. De par sa connaissance des métiers et des référentiels, il garantit que le candidat réponde bien aux exigences du CQP qui est présenté.
- **Une personne extérieure au service dans lequel le candidat travaille :** cette personne est désignée par la commission formation de l'entreprise ou à défaut par l'instance représentative du personnel (CSE), figurant sur une liste de personnes qualifiées proposée par l'employeur. Elle est choisie pour sa neutralité et son objectivité dans l'évaluation.
- **Le responsable hiérarchique direct du candidat :** il complète les échanges entre le candidat et les évaluateurs (confirme les compétences mises en œuvre, donne des exemples...)

Remarque : le responsable hiérarchique est présent lors de l'évaluation, et accompagne le candidat mais ne l'évalue pas.

Mise en relation des blocs de compétences, des situations d'évaluation et des thèmes de formation

Bloc de compétences	Modalités d'évaluation	Thèmes de formation
Bloc de compétences 1 : Conseil, information et formation scientifiques, techniques et réglementaires aux clients (à l'équipe officinale), sur les produits pharmaceutiques de sa gamme dans le respect de la réglementation pharmaceutique	➤ Analyse du livret 2 VAE, le cas échéant ➤ <u>Observation en situation de travail</u> (réelle ou reconstituée) de conseil et argumentaire sur les produits pharmaceutiques ➤ <u>Entretien sur :</u> • Les médicaments représentés par le candidat • Les conseils, les informations ou formations réalisés par le candidat concernant la vente, le merchandising et la promotion des produits pharmaceutiques • La réglementation pharmaceutique et les obligations du délégué pharmaceutique ➤ <u>Documents pouvant être présentés par le candidat (recueil de preuves)</u> • Documents de présentation des produits pharmaceutiques de l'entreprise, documents ou outils d'aide à la vente • Documents concernant la réglementation pharmaceutique et les obligations du délégué pharmaceutique • Outil de gestion de la relation client	• Les principaux médicaments des domaines suivants : Gastrologie / Entérologie, Pneumologie / ORL, Dermatologie / Antisepsie, Traitement de la douleur : les classes thérapeutiques, les principes actifs, les pathologies traitées, les formes galéniques, les posologies, la pharmacologie et la pharmacocinétique, les contre-indications, les effets indésirables ou iatrogènes, les principales précautions à prendre pour des publics spécifiques (femmes enceintes, enfants, ...) • Les techniques de prise de contact et d'entretien avec un client et la présentation • Le conseil concernant la vente, le merchandising et la promotion des produits pharmaceutiques • La réglementation pharmaceutique et les obligations du délégué pharmaceutique

Bloc de compétences 2 : Recueil et transmission des informations de pharmacovigilance, des défauts qualité et des réclamations des clients et suivi des actions correctives	➤ Analyse du livret 2 VAE, le cas échéant ➤ <u>Entretien sur :</u> • Les cas de pharmacovigilance rencontrés • Les défauts qualité, et les réclamations rencontrés ➤ <u>Documents pouvant être présentés par le candidat (recueil de preuves)</u> • Documents de présentation des produits pharmaceutiques de l'entreprise, documents ou outils d'aide à la vente • Documents concernant la réglementation pharmaceutique et les obligations du délégué pharmaceutique • Outil de gestion de la relation client	• La réglementation concernant la gestion de cas de pharmacovigilance • La procédure de gestion et de transmission d'informations en cas de pharmacovigilance • La procédure de gestion et de transmission d'informations concernant les défauts qualité des produits et les réclamations • Le traitement des réclamations et les actions correctives ou les actions d'amélioration à mettre en place
---	--	--

Bloc de compétences 3 : Mise en œuvre d'un plan d'action commerciale	➤ <u>Analyse du livret 2 VAE, le cas échéant</u> ➤ <u>Entretien sur :</u> • La politique commerciale de son entreprise • Les objectifs fixés • Les rendez-vous pris • Le système et les outils de gestion de la relation client mis en œuvre par le candidat (fichiers clients...) • Le reporting réalisé ➤ <u>Documents pouvant être présentés par le candidat (recueil de preuves)</u> • Documents liés aux études de marchés, à l'analyse du secteur • Documents détaillant les objectifs commerciaux du candidat • Outil de gestion de la relation client • Documents de suivi des clients • Fichiers des clients et des prospects • Outil de gestion de la relation client • Bilans, rapports d'activité renseignés par le candidat • Outils de reporting renseignés par le candidat • Tableaux de suivi de l'activité	• La réglementation concernant la gestion de cas de pharmacovigilance • La procédure de gestion et de transmission d'informations en cas de pharmacovigilance • La procédure de gestion et de transmission d'informations concernant les défauts qualité des produits et les réclamations • Le traitement des réclamations et les actions correctives ou les actions d'amélioration à mettre en place
--	--	--

Bloc de compétences 4 : Négociation commerciale avec les clients selon la réglementation en vigueur afin d'établir une relation de partenariat de qualité et durable entre l'entreprise et le client	➤ <u>Analyse du livret 2 VAE, le cas échéant</u> ➤ <u>Observation en situation de travail (réelle ou reconstituée) de négociation commerciale avec les clients</u> ➤ <u>Entretien sur :</u> • L'analyse des besoins du client • La formalisation d'une offre commerciale • L'argumentation et la négociation de l'offre commerciale ➤ <u>Documents pouvant être présentés par le candidat (recueil de preuves)</u> • Documents d'aide à la vente • Documents liés à la réglementation • Offres rédigées par le candidat • Outil de gestion de la relation client	• La recherche d'informations et l'analyse des besoins du client • La formalisation d'une offre commerciale • L'argumentation et la négociation d'une offre commerciale • La conclusion de la vente
--	--	--

**Bloc de compétences 1 :
Conseil, information et formation scientifiques, techniques et
réglementaires aux clients (à l'équipe officinale), sur les produits
pharmaceutiques de sa gamme dans le respect de la réglementation
pharmaceutique**

Pour ce bloc de compétences, **le candidat doit être capable de :**

- Etablir un contact efficace et adapté avec le client
- Créer des conditions favorables à l'échange avec le client
- Expliquer les caractéristiques des produits pharmaceutiques de sa gamme (classe thérapeutique, principes actifs, pathologies traitées et symptômes associés, formes galéniques, posologies, pharmacologie, pharmacocinétique, contre-indications, effets indésirables ou iatrogènes, bon usage du produit...) à l'aide des outils adaptés et des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Expliquer et argumenter les avantages concurrentiels des produits de sa gamme
- Apporter les informations et conseils appropriés concernant le conseil, la vente, le merchandising et la promotion des produits pharmaceutiques en fonction de l'interlocuteur et de ses préoccupations (principes et intérêt de la vente-conseil pour les produits, avantages et intérêt commercial de l'exposition des produits, merchandising, points clés d'une vente ...) à l'aide de supports adaptés
- Répondre aux questions et aux objections du client
- Adopter, en toutes circonstances, une attitude professionnelle et une présentation en cohérence avec l'image de l'entreprise
- Intégrer, dans son activité professionnelle, les règles de publicité, de promotion, de distribution et de délivrance des médicaments et leurs évolutions
- Intégrer, dans son activité professionnelle, toutes les dispositions réglementaires et les obligations du (de la) délégué(e) pharmaceutique

Entreprise :

Candidat :

Mode d'évaluation :

-  Analyse du livret 2 VAE, le cas échéant
-  Observation en situation de travail (réelle ou reconstituée) de conseil et argumentaire sur les produits pharmaceutiques
-  Entretien : Questionnement sur les médicaments représentés par le candidat ; les conseils, les informations ou formations réalisés par le candidat concernant la vente, le merchandising et la promotion des produits pharmaceutiques ; la réglementation pharmaceutique et les obligations du délégué pharmaceutique

L'évaluation est organisée et aménagée en fonction de la situation du candidat : aménagement du temps dédié aux évaluations / utilisation d'aides techniques appropriées ou aides de personnes / aménagement du poste de travail.

Exemples de documents pouvant servir d'appui à l'évaluation

Cochez-le(s) document(s) (papier et/ou électronique) ayant été utilisé(s) :

- ☐ Documents de présentation des produits pharmaceutiques de l'entreprise, documents ou outils d'aide à la vente
- ☐ Documents concernant la réglementation et les obligations du délégué pharmaceutique
- ☐ Outil de gestion de la relation client
- ☐ Autres : précisez :

.....
.....
.....

Exemples de questions à poser lors de l'entretien :

Pour quelle gamme de produits pharmaceutiques réalisez-vous le conseil, l'information ou de la formation ? Quelles sont les caractéristiques des produits que vous représentez ? (classe thérapeutique, principes actifs, pathologies traitées et symptômes associés, formes galéniques, posologies, pharmacologie, pharmacocinétique, contre-indications, effets indésirables ou iatrogènes, bon usage du produit...)

Quelles techniques de prise de contact utilisez-vous auprès de vos clients ? A quoi êtes-vous attentif(ive) lors de ses échanges ? Comment créez-vous des conditions favorables à l'échange ?

Utilisez-vous des supports pour présenter ces produits ? Lesquels ?

Quelles informations et quels conseils apportez-vous à un client concernant le conseil, la vente, le merchandising et la promotion des produits pharmaceutiques que vous représentez ? Donnez des exemples.

Conseillez-vous vos clients sur l'intérêt commercial du merchandising ? Donnez des exemples.

Quelles objections avez-vous-vous rencontrées de la part de vos clients ? Donnez des exemples. Comment y avez-vous répondu ?

Quelle est la réglementation à respecter concernant vos produits (règles de publicité, de promotion, de distribution et de délivrance)

Quelles sont vos obligations réglementaires en tant que délégué(e) pharmaceutique ?

Critères d'évaluation	Indicateurs d'évaluation	Evaluation
Les techniques de prise de contact sont mises en œuvre afin de répondre aux objectifs fixés	<i>Entrée en contact courtoise et efficace</i> <i>Respect de la distance professionnelle nécessaire</i> <i>Instauration rapide d'une relation de qualité et personnalisée avec le client</i>	Oui Non ☐ ☐
L'entretien est préparé	<i>Recueil d'information préalable sur les caractéristiques et l'historique du client</i>	Oui Non ☐ ☐

Des conditions favorables sont créées avec le client tout au long de l'échange	<i>Ecoute et concentration tout au long de l'échange</i> <i>Intérêt, curiosité et disponibilité à l'égard du client, tout au long de l'échange</i> <i>Marques visibles d'attention</i> <i>Expression claire pour le client (vocabulaire adapté, pas de termes techniques incompréhensibles, phrases courtes, construites, clarté et rythme de l'élocution)</i> <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>	Oui Non ☐ ☐
L'ensemble des caractéristiques des produits pharmaceutique de sa gamme sont expliquées au client ¹	Explication pertinente concernant l'ensemble des éléments suivants : ✓ Les classes thérapeutiques ✓ Les principes actifs ✓ les pathologies traitées (dans les domaines de la gastrologie / entérologie, de la pneumologie / ORL, de la dermatologie / Antisepsie, du traitement de la douleur) ✓ les formes galéniques ✓ les posologies ✓ la pharmacologie et la pharmacocinétique ✓ les contre-indications ✓ les effets indésirables ou iatrogènes ✓ les principales précautions à prendre pour des publics spécifiques (femmes enceintes, enfants, ...)	Oui Non ☐ ☐
L'argumentation présente les avantages de sa gamme par rapport à la concurrence et/ ou la pratique professionnelle du client	<i>Organisation pertinente et cohérence des explications (différentes formes galéniques, mode d'administration et praticité du traitement, différentes posologies, types de conditionnement ...)</i>	Oui Non ☐ ☐

¹ Lors de la formation, les principaux médicaments des domaines suivants seront abordés : Gastrologie / Entérologie, Pneumologie / ORL, Dermatologie / Antisepsie, Traitement de la douleur

Les supports et outils de l'entreprise sont utilisés à bon escient	Utilisation des supports et outils réalisés par l'entreprise Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant Utilisation conforme aux directives de l'entreprise	Oui Non ☐ ☐
Les différents statuts (avec ou sans prescription, remboursement ou non) des produits pharmaceutiques sont clairement identifiés	Absence d'erreur	Oui Non ☐ ☐
Les règles d'affichage des prix sur le linéaire en fonction du statut du produit pharmaceutique sont identifiées	Absence d'erreur	Oui Non ☐ ☐
Les règles de publicité pour les produits pharmaceutiques sont identifiées	Absence d'erreur	Oui Non ☐ ☐
Les différents modes d'exposition possibles et les règles d'exposition dans l'officine en fonction du statut du produit pharmaceutique sont identifiés	Absence d'erreur	Oui Non ☐ ☐
Les formations, informations et conseils sur le conseil, la vente et le merchandising des produits pharmaceutiques sont adaptés aux besoins du client et à l'équipe officinale	Repérage rapide de la position des produits de sa gamme dans l'espace de la pharmacie et des autres produits Informations et conseils adaptés aux besoins du client et de l'équipe officinale : ✓ Conseils d'exposition des produits et de balisage prenant en compte l'écoulement des produits et la logique d'achat des consommateurs ✓ Exhaustivité et pertinence des points clés permettant de « faire vendre » ✓ Proposition pertinente d'outils et de services de l'entreprise (documentation, supports d'aide à la vente, services, ...) Pertinence et exhaustivité des informations transmises Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant	Oui Non ☐ ☐
Une réponse est apportée aux remarques et aux objections du client	Prise en compte de l'ensemble des remarques et objections du client Pertinence des réponses Adaptation aux besoins du client	Oui Non ☐ ☐

L'attitude et la présentation est adaptée	<i>Expression assurée face à son interlocuteur : débit, articulation, volume de la voix, vocabulaire adapté, expression du visage</i> <i>Courtoisie et discrétion professionnelle</i> <i>Présentation vestimentaire appropriée et posture adaptée</i> <i>Contrôle de soi en toutes circonstances</i> <i>Identification des impacts de son attitude sur l'image de l'entreprise (par exemple : respect des horaires, tenue de travail)</i>	Oui Non ☐ ☐
L'ensemble des dispositions concernant la réglementation pharmaceutique et les obligations du délégué pharmaceutique sont expliqués	<i>Aucune erreur concernant la réglementation pharmaceutique et les obligations du délégué pharmaceutique : les règles concernant la publicité, la pharmacovigilance ...</i> <i>Aucune omission</i>	Oui Non ☐ ☐

Commentaire des évaluateurs

Résultat de l'évaluation

Le bloc de compétences 4 est évalué « acquis » si 80% des critères sont cochés « oui » (12 critères sur 14) et si les 5 critères essentiels sont cochés « oui »

☐ **Bloc évalué « acquis »**

12 critères sur 14 cochés « oui » et les 5 critères essentiels cochés « oui »

☐ **Bloc évalué « non acquis »**

Evaluation du bloc de compétences 1 réalisée le :

Nom, qualité et signature du candidat :

.....

Nom, qualité et signature du responsable hiérarchique :

.....

Les évaluateurs :

Nom, qualité et signature de la personne qualifiée externe au service :

.....

Nom, qualité et signature de l'évaluateur habilité :

.....

Bloc de compétences 2 : Recueil et transmission des informations de pharmacovigilance, des défauts qualité et des réclamations des clients et suivi des actions correctives

Pour ce bloc de compétences, **le candidat doit être capable de :**

- Assurer le suivi de la satisfaction du client
- Recevoir et écouter la problématique rencontrée par le client
- Recueillir les critères indispensables à l'évaluation des cas de pharmacovigilance en fonction des dispositions réglementaires
- Assurer la remontée de l'information auprès des services concernés en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Transmettre au client une réponse adaptée à la situation dans le respect des procédures et de l'organisation en vigueur dans l'entreprise
- Présenter les actions d'amélioration au client et les suivre dans son champ d'activité
- Conclure efficacement une situation difficile

Entreprise :

Candidat :

Mode d'évaluation :

☐ Analyse du livret 2 VAE, le cas échéant

☐ Entretien : bilan d'activité concernant l'activité du candidat en lien avec les cas de pharmacovigilance, les défauts qualité, et les réclamations qu'il a rencontrées

L'évaluation est organisée et aménagée en fonction de la situation du candidat :
aménagement du temps dédié aux évaluations / utilisation d'aides techniques appropriées
ou aides de personnes / aménagement du poste de travail.

Exemples de documents ou d'éléments pouvant servir d'appui à l'évaluation

Cochez-le ou les documents (papier et/ou électronique) ayant été utilisés :

- ☐ Procédure de gestion et de transmission de cas de pharmacovigilance
- ☐ Documents de transmission de cas de pharmacovigilance
- ☐ Documents renseignés par le candidat sur des cas de pharmacovigilance
- ☐ Procédures de gestion des défauts de qualité et des réclamations de l'entreprise du candidat
- ☐ Documents de remontée d'information concernant des réclamations ou insatisfactions rédigés par le candidat
- ☐ Document de suivi des réclamations de l'entreprise
- ☐ Documents de suivi d'actions correctives
- ☐ Outil de gestion de la relation client
- ☐ Autres : précisez :

Exemples de questions à poser lors de l'entretien :

Avez-vous été confronté(e) à des cas de pharmacovigilance, de défauts de qualité des produits pharmaceutiques ou de réclamations transmis par un client ?

Comment vous a été transmise cette information ? Donnez un exemple

Quelles informations complémentaires avez-vous recherchées ? A quels éléments étiez-vous vigilant(e) ?

Par quels moyens avez-vous transmis ces informations à votre entreprise ? A quel(s) interlocuteur(s) ?

Quelles actions d'amélioration ont été mises en œuvre suite à ces cas ? Les avez-vous présentées au client ? Par quels moyens ? En avez-vous assuré leur suivi ? Donnez des exemples.

Comment avez-vous conclu avec le client suite à cette remontée d'information ?

Critères d'évaluation	Indicateurs d'évaluation	Evaluation
La satisfaction du client est vérifiée par des moyens adaptés	<i>Adaptation des outils ou moyens de suivi au client : contact téléphonique, questionnaire de satisfaction</i>	Oui Non ☐ ☐
La problématique du client est recueillie et prise en compte	<i>Recherche appropriée d'informations complémentaires et d'éléments factuels indispensables à l'analyse de la situation (questionnement du client, recueil de documents ...)</i>	Oui Non ☐ ☐
Les règles liées à la transmission des informations de pharmacovigilance sont expliquées	<i>Absence d'erreur dans les explications</i>	Oui Non ☐ ☐
Les services pertinents pour traiter la problématique du client sont informés	<i>Application de la procédure de gestion et de transmission d'information de cas de pharmacovigilance Application de la procédure de gestion des réclamations et des défauts qualité Respect des délais de transmission des informations Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>	Oui Non ☐ ☐
Une réponse est apportée au client	<i>Pertinence de la réponse transmise au client au regard de la problématique rencontrée Respect des procédures en vigueur dans l'entreprise concernant le traitement des problématiques rencontrées par le client</i>	Oui Non ☐ ☐
Les actions correctives et les actions d'amélioration continue sont présentées au client et suivies	<i>Suivi des actions correctives ou des points d'amélioration dans le respect des règles en vigueur Transmission des résultats des actions au client</i>	Oui Non ☐ ☐

La situation difficile est conclue efficacement	<i>Recherche de l'adhésion du client sur les propositions effectuées pour régler la situation</i> <i>Remise en confiance du client vis-à-vis de l'entreprise (vérification de la satisfaction client quant à la solution apportée, proposition d'une action de suivi, ...)</i>	Oui Non ☐ ☐
---	---	--

Commentaire des évaluateurs

Résultat de l'évaluation

Le bloc de compétences 2 est évalué « acquis » si 80% des critères sont cochés « oui » (6 critères sur 7)

☐ **Bloc évalué « acquis »**
6 critères sur 7 cochés « oui »

☐ **Bloc évalué « non acquis »**

Evaluation du bloc de compétences 2 réalisée le :

Nom, qualité et signature du candidat :

.....

Nom, qualité et signature du responsable hiérarchique :

.....

Les évaluateurs :

Nom, qualité et signature de la personne qualifiée externe au service :

.....

Nom, qualité et signature de l'évaluateur habilité :

.....

Bloc de compétences 3 : Mise en œuvre d'un plan d'action commerciale

Pour ce bloc de compétences, **le candidat doit être capable de :**

- Recueillir et exploiter des informations pertinentes sur le marché, sur les cibles de son secteur, leur potentiel, les consommateurs et les concurrents à partir de différentes sources et en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Analyser la typologie du client visité : la typologie de la pharmacie, son fonctionnement, l'équipe officinale et la clientèle
- Identifier les enjeux et les problématiques de ses clients et prospects
- Collecter les informations de son secteur sur les produits pharmaceutiques de sa gamme
- Transmettre des informations pertinentes sur les clients, les prospects et leurs besoins à sa hiérarchie et aux autres services de l'entreprise pour assurer la relation client selon les règles et procédures en vigueur
- Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales avec sa hiérarchie
- Organiser son activité sur son secteur en fonction des objectifs définis et identifier les priorités dans le respect des procédures de l'entreprise (prise de rendez-vous, participation à des manifestations professionnelles, gestion administrative...) en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Prospecter et obtenir des rendez-vous afin de développer son portefeuille clients et prospects
- Réaliser la mise à jour du fichier des clients et des prospects en utilisant l'outil de gestion de la relation clients de l'entreprise et des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Renseigner les tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale
- Suivre les résultats de ses actions commerciales et des activités de prospection en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant, identifier les écarts et alerter sa hiérarchie
- Communiquer efficacement avec différents interlocuteurs internes (service commercial, marketing, affaires réglementaires, service communication, service technique) et externes en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant

Entreprise :

Candidat :

Mode d'évaluation :

 Analyse du livret 2 VAE, le cas échéant

 Entretien : bilan d'activité en lien avec la mise en œuvre et le suivi du plan d'actions commerciales : la politique commerciale de son entreprise, les objectifs fixés, les

rendez-vous pris et les manifestations auxquelles il participe, le système et les outils de gestion de la relation client mis en œuvre par le candidat (fichiers clients...) et le reporting qu'il réalise

L'évaluation est organisée et aménagée en fonction de la situation du candidat : aménagement du temps dédié aux évaluations / utilisation d'aides techniques appropriées ou aides de personnes / aménagement du poste de travail.

Exemples de documents pouvant servir d'appui à l'évaluation

Cochez-le ou les documents (papier et/ou électronique) ayant été utilisés :

- ☐ Documents liés aux études de marchés, à l'analyse du secteur
- ☐ Documents détaillant les objectifs commerciaux du candidat
- ☐ Outil de gestion de la relation client
- ☐ Documents de suivi des clients
- ☐ Fichiers des clients et des prospects
- ☐ Outil de gestion de la relation client
- ☐ Bilans, rapports d'activité renseignés par le candidat
- ☐ Outils de reporting renseignés par le candidat
- ☐ Tableaux de suivi de l'activité
- ☐ Autres : précisez :

.....
.....

Exemples de questions à poser lors de l'entretien :

Quelles informations recherchez-vous sur votre secteur ? A partir de quelles sources ? Comment vérifiez-vous vos sources ?

Comment vous organisez-vous pour répondre à vos objectifs, pour prospecter ou prendre des rendez-vous ? Comment identifiez-vous vos priorités ?

Quels sont les moyens à votre disposition pour réaliser vos activités commerciales (outils, documents, autres ressources matérielles) ?

Comment réalisez-vous la mise à jour de votre fichier client et prospect ?

Quel(s) outil(s) de suivi de votre activité et des performances commerciales utilisez-vous ? A quoi êtes-vous attentif(ive) lors du renseignement du ou des outil(s) ? Quels indicateurs utilisez-vous ?

Analysez-vous les résultats de vos actions commerciales ? Avez-vous été confronté(e) à des écarts ? Qu'avez-vous fait ? Donnez des exemples.

Avec quels services et quels interlocuteurs êtes-vous en relation dans votre entreprise et en externe ? Sur quels sujets ? Par l'intermédiaire de quels canaux de communication ? A quoi êtes-vous attentif(ive) lors de la transmission d'informations ? Donnez des exemples.

Critères d'évaluation	Indicateurs d'évaluation	Evaluation
Les informations sur les cibles de son secteur, leur potentiel et les concurrents sont recherchées à partir de diverses sources d'informations (collecte sur le terrain, clients, internet, réseaux sociaux, bases de données, documents de l'entreprise, offres de la concurrence, ...) et sont actualisées régulièrement	<i>Recherche et actualisation des informations sur les entreprises de son secteur, sur leur évolution, leur potentiel et les concurrents à partir de diverses sources d'informations</i> <i>Pertinence des sources d'information (collecte sur le terrain, clients, internet, réseaux sociaux, bases de données, documents de l'entreprise, offres de la concurrence, ...)</i> <i>Vérification de la fiabilité des informations recueillies</i> <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>	Oui Non ☐ ☐
Les différentes typologies des clients sont analysées	<i>Analyse exhaustive et pertinente :</i> ✓ <i>De la taille et de l'activité des officines</i> ✓ <i>De la typologie de l'officine (groupements, réseaux ...)</i> ✓ <i>De l'équipe officinale et du rôle de chacun des membres</i> ✓ <i>De la clientèle</i>	Oui Non ☐ ☐
Les enjeux et les problématiques des clients et des prospects sont identifiés et expliqués	<i>Identification pertinente des enjeux et problématiques des clients et des prospects</i>	Oui Non ☐ ☐
L'ensemble des informations sur les ventes des produits de sa gamme sur son secteur est analysé	<i>Recueil régulier et exhaustif des informations sur les ventes de produits de sa gamme sur son secteur</i> <i>Identification des écarts</i>	Oui Non ☐ ☐
L'ensemble des informations pertinentes, collectées à l'occasion du travail de terrain sur les clients, les prospects et leurs besoins est identifié et transmis à la hiérarchie et aux autres services concernés	<i>Identification des informations clés sur les clients, les situations rencontrées</i> <i>Identification des impacts potentiels de ces informations sur les autres membres de l'équipe, les autres services de l'entreprise</i> <i>Respect des délais, des règles et procédures de transmission d'informations</i>	Oui Non ☐ ☐
Les moyens permettant la mise en œuvre des activités commerciales sont identifiés et justifiés	<i>Pertinence des explications concernant des moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales (outils, documents, ressources matérielles...)</i>	Oui Non ☐ ☐

L'ensemble des activités à réaliser est identifié (prise de rendez-vous, rencontre avec des clients ou des prospects, suivi des clients, gestion administrative des dossiers des clients, organisation de réunions de professionnels, participation à des salons, gestion de son temps...) et organisé	<i>Estimation du temps imparti à chaque activité ou à chaque entretien conforme aux règles de l'entreprise</i> <i>Ordre de réalisation des activités adapté à l'objectif (prise de rendez-vous, plan de tournée, rencontre avec des clients ou des prospects, suivi des clients, gestion administrative des dossiers des clients, organisation de réunion de professionnels, participation à des salons, gestion de son temps...)</i> <i>Priorisation des activités adaptée aux objectifs définis, à l'optimisation du temps, aux moyens et au respect des procédures de l'entreprise</i> <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>	Oui Non ☐ ☐
Les données concernant les clients et les prospects sont renseignés et mises à jour selon les procédures en vigueur dans l'entreprise	<i>Qualification des nouveaux clients selon leur potentiel</i> <i>Renseignement et mise à jour régulière des données</i> <i>Exactitude et exhaustivité des données</i> <i>Formalisation régulière des rapports de visite</i> <i>Utilisation à bon escient du système de gestion de la relation client/prospect</i> <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>	Oui Non ☐ ☐
Les tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale sont renseignés avec régularité	<i>Renseignement régulier des tableaux de bord de suivi de son activité et de la performance commerciale en conformité avec les consignes de l'entreprise</i> <i>Explication adaptée des indicateurs utilisés et de leur signification</i> <i>Utilisation des outils informatiques mis à disposition par l'entreprise</i> <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>	Oui Non ☐ ☐

Les résultats des actions commerciales et des activités de prospection, sont suivis et tout écart est identifié et présenté à sa hiérarchie	<i>Suivi régulier des résultats, en conformité avec les procédures de l'entreprise</i> <i>Explication adaptée des résultats des actions commerciales</i> <i>Identification de tout écart et information à sa hiérarchie</i> <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>	Oui ☐ Non ☐
Des échanges réguliers sont établis avec les interlocuteurs internes et externes y compris dans le cadre d'un travail en réseau et à distance	<i>Prise en compte des besoins, des demandes et des informations apportés par différents interlocuteurs</i> <i>Présentation claire et exploitable des informations</i> <i>Clarté, précision et pertinence de l'expression écrite et/ou orale et du vocabulaire</i> <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>	Oui ☐ Non ☐

Commentaire des évaluateurs

Résultat de l'évaluation

Le bloc de compétences 3 est évalué « acquis » si 80% des critères sont cochés « oui » (9 critères sur 11) et si le critère essentiel est coché « oui »

☐ **Bloc évalué « acquis »**
9 critères sur 11 cochés « oui » et le critère
essentiel coché « oui »

☐ **Bloc évalué « non acquis »**

Evaluation du bloc de compétences 3 réalisée le :

Nom, qualité et signature du candidat :

.....

Nom, qualité et signature du responsable hiérarchique :

.....

Les évaluateurs :

Nom, qualité et signature de la personne qualifiée externe au service :

.....

Nom, qualité et signature de l'évaluateur habilité :

.....

Bloc de compétences 4 :
Négociation commerciale avec les clients selon la réglementation en vigueur afin d'établir une relation de partenariat de qualité et durable entre l'entreprise et le client

Pour ce bloc de compétences, **le candidat doit être capable de :**

- Identifier et analyser les besoins du client par un questionnaire adapté, une écoute active et une reformulation pertinente
- Rechercher des informations auprès du client sur l'état et la rotation des stocks des produits de sa gamme, les ventes réalisées et son potentiel
- Expliquer l'avantage commercial et financier du choix d'un produit ou d'un service pour un client (une pharmacie) à partir de sa typologie et de son mode de fonctionnement
- Formaliser une offre commerciale (contrat, bon de commande) adaptée aux besoins du client dans le respect des procédures de l'entreprise en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre et répondre avec efficacité aux questions et aux objections du client
- Conclure la vente
- Mettre en œuvre une relation de partenariat et de confiance avec son client (le pharmacien et l'équipe officinale)

Entreprise :

Candidat :

Mode d'évaluation :

- ☐ Analyse du livret 2 VAE, le cas échéant
- ☐ Observation en situation de travail (réelle ou reconstituée) de négociation commerciale avec les clients
- ☐ Entretien : questionnaire concernant les activités de négociation d'offres commerciales : l'analyse des besoins du client, la formalisation d'une offre commerciale, l'argumentation et la négociation de l'offre commerciale

L'évaluation est organisée et aménagée en fonction de la situation du candidat : aménagement du temps dédié aux évaluations / utilisation d'aides techniques appropriées ou aides de personnes / aménagement du poste de travail.

Exemples de documents pouvant servir d'appui à l'évaluation

Cochez-le ou les documents (papier et/ou électronique) ayant été utilisés :

- ☐ Documents d'aide à la vente
- ☐ Documents liés à la réglementation
- ☐ Offres rédigées par le candidat
- ☐ Outil de gestion de la relation client
- ☐ Autres : précisez :

Exemples de questions à poser lors de l'entretien :

Comment procédez-vous pour découvrir les besoins d'un client ? Quelles informations cherchez-vous à obtenir ?

Quelles informations recherchez-vous auprès de vos clients pour rédiger votre offre (état des stocks, ventes réalisées...) ? Donnez des exemples

Sur quel(s) support (s) formalisez-vous vos offres commerciales ? A quels éléments êtes-vous attentif(ive) ?

Quelles objections avez-vous rencontrées de la part de vos clients ? Comment y répondez-vous ? Donnez des exemples

Comment construisez-vous votre argumentaire ? Comment levez-vous les objections d'un client ?

Comment concluez-vous votre négociation commerciale ?

De quels moyens disposez-vous pour établir un partenariat et une relation de confiance avec les clients ?

Critères d'évaluation	Indicateurs d'évaluation	Evaluation
L'ensemble des besoins du client est identifié et analysé	Pertinence des questions posées et des techniques de reformulation : questions claires, courtes, précises, complètes Recherche et prise en compte des attentes non exprimées par le client (analyse de la nature des informations communiquées en priorité et des questions posées, ...) Prise en compte de toutes les informations, observations et remarques apportées par le client Identification et analyse pertinentes des besoins explicites et implicites du client	Oui Non ☐ ☐
Les informations concernant l'état des stocks, des ventes sont recherchées auprès du client	Pertinence des questions posées au client pour obtenir les informations sur le stock et les ventes Vérification des informations Pertinence des conseils formulés (conseils concernant l'exposition des médicaments, la rotation des produits...)	Oui Non ☐ ☐

Une offre commerciale pertinente (contrat, bon de commande) est formalisée	<i>Format approprié de l'offre commerciale</i> <i>Calcul de marge et de remise exact et conforme aux directives de l'entreprise</i> <i>Présentation adaptée aux besoins du client</i> <i>Pertinence et conformité de l'offre aux objectifs commerciaux et aux procédures de l'entreprise</i> <i>Conformité de l'offre à la réglementation en vigueur</i> <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>	Oui Non ☐ ☐
L'ensemble des composantes de l'offre est présenté au client, argumenté et négocié	<i>Présentation et valorisation de la solution proposée</i> <i>Explication argumentée et cohérente des choix et options proposés</i> <i>Prise en compte des signes d'attention verbaux et non verbaux émis par le client</i> <i>Pertinence des réponses aux objections ou questions du client</i> <i>Négociation adaptée des ajustements possibles dans le respect des marges de manœuvres préalablement définies</i>	Oui Non ☐ ☐
La vente est conclue selon les procédures en vigueur dans l'entreprise	<i>Récapitulatif des décisions prises au cours de l'entretien</i> <i>Valorisation de la décision prise par le client</i> <i>Obtention de l'accord final du client</i> <i>Formule personnalisée de prise de congé</i>	Oui Non ☐ ☐
Une relation de partenariat et de confiance est instaurée avec le pharmacien et l'équipe officinale	<i>Relation de confiance, à long terme, avec les clients</i>	Oui Non ☐ ☐

Commentaire des évaluateurs

Résultat de l'évaluation

Le bloc de compétences 4 est évalué « acquis » si 80% des critères sont cochés « oui » (5 critères sur 6) et si le critère essentiel est coché « oui »

☐ **Bloc évalué « acquis »**

5 critères sur 6 cochés « oui » et le critère
essentiel coché « oui »

☐ **Bloc évalué « non acquis »**

Evaluation du bloc de compétences 4 réalisée le :

Nom, qualité et signature du candidat :

.....

Nom, qualité et signature du responsable hiérarchique :

.....

Les évaluateurs :

Nom, qualité et signature de la personne qualifiée externe au service :

.....

Nom, qualité et signature de l'évaluateur habilité :

.....

Bilan de l'évaluation

Bloc de compétences	Ce bloc de compétences a été évalué	L'ensemble des critères du bloc sont évalués positivement
Bloc de compétences 1 : Conseil, information et formation scientifiques, techniques et réglementaires aux clients (à l'équipe officinale), sur les produits pharmaceutiques de sa gamme dans le respect de la réglementation pharmaceutique	☐ Oui ☐ Non	☐ Oui ☐ Non
Bloc de compétences 2 : Recueil et transmission des informations de pharmacovigilance, des défauts qualité et des réclamations des clients et suivi des actions correctives	☐ Oui ☐ Non	☐ Oui ☐ Non
Bloc de compétences 3 : Mise en œuvre d'un plan d'action commerciale	☐ Oui ☐ Non	☐ Oui ☐ Non
Bloc de compétences 4 : Négociation commerciale avec les clients selon la réglementation en vigueur afin d'établir une relation de partenariat de qualité et durable entre l'entreprise et le client	☐ Oui ☐ Non	☐ Oui ☐ Non

Date :

Nom, qualité et signature du candidat :

.....

Nom, qualité et signature du responsable hiérarchique :

.....

Les évaluateurs :

Nom, qualité et signature de la personne qualifiée externe au service :

.....

Nom, qualité et signature de l'évaluateur habilité :

.....