

Certificat de compétence en promotion officinale pour les Attachés à la Promotion du Médicament (APM)

CATEGORIE : C

Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

Spécifique : ■ **Industrie - Chimie et pharmacie**

Code(s) NAF : **47.73Z**

Code(s) NSF : **222**

Code(s) ROME : **D1405**

Formacode : —

Date de création de la certification : **02/10/2011**

Mots clés : **Pharmacies**, **Gestion des commandes**, **Techniques de vente**, **Merchandising**

Identification

Identifiant : **2176**

Version du : **18/10/2016**

Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- [L'observatoire des métiers \(LEEM\)](#)

Non formalisé :

- [Etudes de l'Observatoire des métiers des Entreprises du Médicament](#)

Descriptif

Objectifs de l'habilitation/certification

La certification reconnaît des connaissances et des compétences indispensables aux Attachés à la Promotion du Médicament (APM) :

- Comprendre le fonctionnement et le contexte économique d'une pharmacie
- Former les équipes officinales jusqu'à la vente des produits
- Maîtriser les principes fondamentaux de la prise de commande et de la négociation commerciale
- Maîtriser les techniques de merchandising

Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- aucun

Descriptif général des compétences constituant la certification

Descriptif général des connaissances à acquérir

UC1 : L'environnement de la pharmacie :

- o Le fonctionnement d'une pharmacie : l'organisation, le pharmacien, les équipes officinales, les indicateurs économiques
- o La réglementation
- o Le médicament et les différentes catégories de produits et les modes de dispensation
- o Les circuits de distribution, les acteurs (grossistes, répartiteurs, groupements)
- o Le marché, la concurrence, le Monopole
- o La loi HPST et son impact sur les missions du pharmacien

Public visé par la certification

Salariés

Descriptif général des compétences à savoir mobiliser

UC2 : l'exploitation d'un fichier clients :

- Etre capable d'identifier les zones géographiques d'activité
- Etre capable de planifier et organiser les visites/une tournée
- Etre capable de prendre un rendez-vous
- Etre capable de préparer un rendez-vous commercial : utiliser les historiques de visite, définir un objectif de visite, préparer les supports nécessaires (outils échantillons, ...)

UC3 : la formation des équipes officinales

- Etre capable de préparer une formation en tenant compte des spécificités de la pédagogie de l'adulte
- Etre capable d'animer une formation :
Démarrer une formation : se présenter, annoncer le thème et l'objectif de la formation, le timing, le plan, demander aux participants de se présenter, demander les attentes, évaluer le niveau de connaissance des participants, identifier les besoins de chacun
S'adapter à son auditoire, créer un climat favorable à l'apprentissage : utiliser et alterner les méthodes didactiques et participatives, poser des questions ouvertes, développer une écoute active, reformuler, utiliser les vecteurs de communication verbaux et non verbaux, utiliser les vecteurs de mémorisation, utiliser la méthode CAP, traiter les objections
Conclure une formation : proposer un quizz de contrôle des connaissances pour valider les acquis et la compréhension des messages, répondre aux dernières questions, remercier et valoriser l'écoute et la participation, engager à la vente, faire le lien avec les outils de sell-out

UC4 : le merchandising et la mise en avant des produits en pharmacie

- Etre capable de construire et de vendre une proposition d'implantation en utilisant les techniques du merchandising
- Appréhender les différentes démarches merchandising (merchandising de séduction, merchandising d'organisation, merchandising de gestion)
Maîtriser les techniques d'implantation en linéaire et réaliser un linéaire attractif et performant :
Positionner les produits dans l'espace de vente
Répartir les espaces de vente par zones
Déterminer les sens de circulation, les zones chaudes et froides
Etre capable d'identifier les différents marchés (catégories et sous-catégories de produits)
Etre capable de calculer et d'analyser une productivité et une rentabilité du linéaire
Réaliser un relevé et un diagnostic du linéaire
Etre capable de proposer une implantation catégorielle
Etre capable de construire une recommandation d'implantation pour chaque catégorie de marché (plan de masse et implantation détaillée)
Connaître les différentes clés d'entrée du rayon selon les catégories de produits

UC5 :la visite commerciale

- o Etre capable en rendez-vous d'observer un point de vente pharmacie (l'offre produit, l'assortiment et la politique commerciale de la pharma ...)
- o Etre capable de se présenter et de préparer l'objectif de visite au pharmacien
- o Maitriser les outils de l'acte de vente (bon de commande, tarif, facture, conditions générales et particulières de vente)
- o Maitriser les mécanismes de calculs de marge et de prix sur les médicaments remboursés et les différents types de remise couramment utilisés sur les autres catégories de produits
Calculer un prix remisé
Calculer une marge et utiliser les coefficients multiplicateurs
- o Etre capable de mener un rendez-vous commercial en respectant les différentes étapes d'une visite de vente :
Mener une phase de découverte : évaluer le potentiel de vente sur un produit concerné et sur la catégorie en phase de découverte, collecter les informations nécessaires à la proposition de commande, évaluer les besoins du client et ses motivations (méthode SONCAS)
Présenter les produits et gammes en utilisant son aide de visite et en respectant la structure : potentiel marché, présentation du produit par la méthode CAP, outils de sell-out
Etablir une proposition commerciale (volume/conditions, à la commande/marché annuel), présenter des conditions commerciales et des conditions de marché, maitriser les rouages de la négociation commerciale, traiter les objections
Conclure une visite et mettre en place le suivi : reformuler, demander un engagement, prendre un autre rendez-vous et préciser ce sur quoi on s'engage soi-même

Modalités générales

Le parcours d'accès à la certification comporte :

1ère étape : Une identification des besoins éventuels de formation au regard des compétences visées par cette certification. Cette identification des besoins se fera à travers un entretien sur chacune des compétences visées par cette certification. La grille d'entretien de repérage des compétences est renseigné par le formateur/évaluateur. L'entretien réalisé par le formateur évaluateur permet d'identifier les besoins en formation du candidat.

2ème étape : Une action de formation de 10 jours en présentiel sur les thèmes de formation pour lesquels des besoins ont été identifiés avec mise en situation en entreprise et retour d'expérience à 4 mois.

3ème étape : Une évaluation finale à 8 mois, comportant un questionnaire écrit et un entretien d'évaluation. Le questionnaire écrit comporte 20 questions tirées au sort dans une banque comportant au minimum 100 questions. Le candidat devra obtenir 80% de bonnes réponses pour valider cet écrit. Un candidat n'ayant pas obtenu 80% de bonnes réponses devra recommencer ce questionnaire écrit afin de valider cet écrit. Une aide personnalisée sera mise en place par le formateur et consignée dans le dossier du candidat. Un candidat n'ayant pas obtenu 80% de bonnes réponses sera autorisé à passer son évaluation finale décrite ci-dessous mais devra, recommencer le questionnaire pour valider sa certification.

Un entretien final d'évaluation avec simulation de mise en situation professionnelle, sera réalisée selon le référentiel d'évaluation des compétences déterminé. Cet entretien se déroulera en présence du formateur, du responsable hiérarchique du candidat et d'une personne extérieure au service (Ressources Humaines). Pour valider la certification, le candidat devra avoir validé le questionnaire écrit et la simulation de mise en situation professionnelle.

Liens avec le développement durable

Aucun

Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

Pour l'individu

La certification valorise le candidat et lui reconnaît des compétences et connaissances :

Elle lui reconnaît les connaissances nécessaires pour mieux appréhender l'environnement et les attentes du pharmacien et activer les bons leviers pour le convaincre

Elle lui reconnaît les compétences nécessaires pour savoir animer la formation des équipes officinales et conclure sa formation par un engagement de l'équipe, pour savoir mener une négociation commerciale et pour savoir construire et vendre une proposition d'implantation d'un linéaire.

Pour l'entité utilisatrice

La certification permet :

De garantir le niveau de compétences et de connaissances des APM dans leurs missions de vente, de formation et de merchandising auprès du pharmacien d'officine et de son équipe.

D'employer un(e) salarié(e) plus efficace dans leurs missions auprès du pharmacien d'officine (vente, formation, merchandising)

Dans le cadre de la GPEC, d'attester de la compétence et des connaissances du (ou de la) salarié(e), lui permettant d'augmenter son employabilité.

Evaluation / certification

Pré-requis

Etre titulaire de la carte professionnelle de Visiteur Médical ou d'APM

Compétences évaluées

Connaissances à acquérir

UC1 : L'environnement de la pharmacie :

- o Le fonctionnement d'une pharmacie : l'organisation, le pharmacien, les équipes officinales, les indicateurs économiques
- o La réglementation
- o Le médicament et les différentes catégories de produits et les modes de dispensation
- o Les circuits de distribution, les acteurs (grossistes, répartiteurs, groupements)
- o Le marché, la concurrence, le Monopole
- o La loi HPST et son impact sur les missions du pharmacien

Compétences à savoir mobiliser

UC2 : l'exploitation d'un fichier clients :

- o Etre capable d'identifier les zones géographiques d'activité
- o Etre capable de planifier et organiser les visites/une tournée
- o Etre capable de prendre un rendez-vous
- o Etre capable de préparer un rendez-vous commercial : utiliser les historiques de visite, définir un objectif de visite, préparer les supports nécessaires (outils échantillons, ...)

UC3 : la formation des équipes officinales

Centre(s) de passage/certification

- GSA-Formation
(<http://www.gsa-formation.fr>)

- Etre capable de préparer une formation en tenant compte des spécificités de la pédagogie de l'adulte
- Etre capable d'animer une formation :
Démarrer une formation : se présenter, annoncer le thème et l'objectif de la formation, le timing, le plan, demander aux participants de se présenter, demander les attentes, évaluer le niveau de connaissance des participants, identifier les besoins de chacun
S'adapter à son auditoire, créer un climat favorable à l'apprentissage : utiliser et alterner les méthodes didactiques et participatives, poser des questions ouvertes, développer une écoute active, reformuler, utiliser les vecteurs de communication verbaux et non verbaux, utiliser les vecteurs de mémorisation, utiliser la méthode CAP, traiter les objections
Conclure une formation : proposer un quizz de contrôle des connaissances pour valider les acquis et la compréhension des messages, répondre aux dernières questions, remercier et valoriser l'écoute et la participation, engager à la vente, faire le lien avec les outils de sell-out

UC4 : le merchandising et la mise en avant des produits en pharmacie

- Etre capable de construire et de vendre une proposition d'implantation en utilisant les techniques du merchandising
- Appréhender les différentes démarches merchandising (merchandising de séduction, merchandising d'organisation, merchandising de gestion)
Maîtriser les techniques d'implantation en linéaire et réaliser un linéaire attractif et performant :
Positionner les produits dans l'espace de vente
Répartir les espaces de vente par zones
Déterminer les sens de circulation, les zones chaudes et froides
Etre capable d'identifier les différents marchés (catégories et sous-catégories de produits)
Etre capable de calculer et d'analyser une productivité et une rentabilité du linéaire
Réaliser un relevé et un diagnostic du linéaire
Etre capable de proposer une implantation catégorielle
Etre capable de construire une recommandation d'implantation pour chaque catégorie de marché (plan de masse et implantation détaillée)
Connaître les différentes clés d'entrée du rayon selon les catégories de produits

UC5 : la visite commerciale

- Etre capable en rendez-vous d'observer un point de vente pharmacie (l'offre produit, l'assortiment et la politique commerciale de la pharma ...)
- Etre capable de se présenter et de préparer l'objectif de visite au pharmacien
- Maîtriser les outils de l'acte de vente (bon de commande, tarif, facture, conditions générales et particulières de vente)
- Maîtriser les mécanismes de calculs de marge et de prix sur les médicaments remboursés et les différents types de remise couramment utilisés sur les autres catégories de produits
Calculer un prix remisé
Calculer une marge et utiliser les coefficients multiplicateurs

- o Etre capable de mener un rendez-vous commercial en respectant les différentes étapes d'une visite de vente :
Mener une phase de découverte : évaluer le potentiel de vente sur un produit concerné et sur la catégorie en phase de découverte, collecter les informations nécessaires à la proposition de commande, évaluer les besoins du client et ses motivations (méthode SONCAS)
Présenter les produits et gammes en utilisant son aide de visite et en respectant la structure : potentiel marché, présentation du produit par la méthode CAP, outils de sell-out
Etablir une proposition commerciale (volume/conditions, à la commande/marché annuel), présenter des conditions commerciales et des conditions de marché, maîtriser les rouages de la négociation commerciale, traiter les objections
Conclure une visite et mettre en place le suivi : reformuler, demander un engagement, prendre un autre rendez-vous et préciser ce sur quoi on s'engage soi-même

Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

Aucun

La validité est Permanente

Possibilité de certification partielle : oui

Étendue de la certification partielle :

Les UC 3, 4 et 5 peuvent faire l'objet d'une validation partielle, ce qui permet au candidat à la certification de valider au fur et à mesure ses compétences pour obtenir la certification complète.

Durée de validité des composantes acquises :

5 années

Durée accordée pour valider les composantes manquantes :

3 années

Matérialisation officielle de la certification :

certificat de compétences format papier et/ou numérique

Plus d'informations

Statistiques

445 candidats salariés de Laboratoires Pharmaceutiques ont suivi cette formation depuis octobre 2011.

Autres sources d'information

Notre site web (<http://www.gsa-formation.fr>) sera mis à jour lorsque notre certification sera inscrite à l'Inventaire.