

RÉFÉRENTIEL CERTIFICATION DE DÉLÉGUÉ PHARMACEUTIQUE TECHNICO COMMERCIAL SANTÉ

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITES D'ÉVALUATION	CRITERES D'ÉVALUATION
Bloc d'activité 1 : Organisation et gestion de l'activité commerciale itinérante			
Mise à jour, enrichissement, qualification et gestion un fichier prospects / clients	Elaborer un ciblage et une segmentation de prospect/client en évaluant le potentiel, la rentabilité et les risques et en tenant compte de la concurrence existante et des priorités stratégiques (typologie client, taille, ciblage, objectifs...) C1.1	EVALUATION 7 : <u>Type d'évaluation</u> : en situation réelle pendant le stage <u>Thème</u> : administration des ventes et reporting <u>Descriptif</u> : Pendant le stage de 5 semaines, le candidat envoie de façon hebdomadaire les outils de reporting et suivi clients (compte-rendu de visite, rapport d'activité, suivi administratif) aux 2 maîtres de stage (école et entreprise)	<ul style="list-style-type: none"> - les données quantitatives sont actualisées -le candidat a évalué le potentiel d'intérêt sur une échelle de 0 à 4 et le justifie sommairement - les données qualitatives sont notées (ex : composition de l'équipe,...) - régularité, ponctualité de la transmission hebdomadaire - le candidat resitue le prospect dans son contexte concurrentiel
	Vérifier le volume potentiel de prospect au regard des objectifs qualitatifs et quantitatifs pour procéder à des réajustements le cas échéant. C1.2		

<p>Organiser un plan de tournée de visites physiques hebdomadaires et mensuelles et faire une relance pour assurer la couverture du secteur géographique</p>	<p>Planifier un plan de tournée en tenant compte des objectifs et des contraintes géographiques à l'aide d'outils-en vue d'optimiser les déplacements et les coûts C1.3</p>	<p>EVALUATION 1 : <u>Type d'évaluation</u> : Mise en situation réelle à l'écrit <u>Thème de l'évaluation</u> : Planification d'une tournée <u>Contexte</u> : en centre avant de partir sur le terrain en stage <u>Descriptif</u>: A partir du fichier de pharmacies et d'une carte routière, le candidat vérifie l'adéquation du nombre d'officines avec le nombre de jours de tournée sur une zone géographique réelle sur la période du stage et il établit un plan de tournées pour les 5 semaines Durée : 4 demi-journées</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le candidat prend en compte les contraintes de distances - le candidat optimise les déplacements en fonction des contraintes géographiques - le raisonnement est logique
<p>Organiser un plan de tournée de visites physiques hebdomadaires et mensuelles et faire une relance pour assurer la couverture du secteur géographique</p>	<p>Gérer son agenda en respectant le plan de tournée en vue d'optimiser la gestion du temps C1.4</p>	<p>EVALUATION 7 : <u>Type d'évaluation</u> : en situation réelle pendant le stage <u>Thème</u> : administration des ventes et reporting <u>Descriptif</u> : Pendant le stage de 5 semaines, le candidat envoie de façon hebdomadaire les outils de reporting et suivi clients (compte-rendu de visite, rapport d'activité, suivi administratif) aux 2 maîtres de stage (école et entreprise)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le candidat prend en compte les contraintes de temps et les aléas, - - le candidat a adapté son planning le cas échéant
<p>Prendre des rendez-vous par téléphone</p>	<p>Mettre en œuvre les techniques de prise de rendez-vous téléphonique dans le cadre de la prospection et du suivi de clientèle pour maximiser les taux de rdv C1.5</p>	<p>EVALUATION 2 : <u>Type d'évaluation</u> : Mise en situation simulée à l'oral <u>Thème de l'évaluation</u> : Prise de rendez-vous par téléphone <u>Contexte</u> : en centre <u>Descriptif</u> : Le candidat simule un entretien téléphonique avec un prospect fictif avec pour objectif la prise d'un rendez-vous <u>Durée</u> : 10 minutes de préparation + 5 minutes de passage</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat se présente - le candidat traite les objections - le candidat fait preuve de persévérance en cas de refus - le candidat reformule et remercie

Bloc d'activité 2 : Sell in - Promotion, négociation et vente de produits / prestations de santé auprès des professionnels de santé			
Préparer la négociation	<p>Collecter et analyser des informations en amont de la négociation par la collecte ou l'observation terrain en vue de préparer son entretien de vente</p> <p style="text-align: center;">C2.1</p>	<p>EVALUATION 3 :</p> <p><u>Type d'évaluation</u> : Mise en situation réelle</p> <p><u>Thème</u> : Observation physique d'une officine</p> <p><u>Contexte</u> : 1 journée d'observation + oral 15 minutes</p> <p><u>Descriptif</u> : Le candidat observe pendant une journée l'environnement, la zone de chalandise, la configuration et le fonctionnement d'une officine et identifie les caractéristiques grâce à un guide puis présente oralement sa synthèse au jury</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le candidat identifie les caractéristiques utiles à exploiter dans son approche commerciale - Le candidat utilise le vocabulaire professionnel - les remarques sont pertinentes

<p>Mener un entretien de vente individualisé</p> <ul style="list-style-type: none"> - Découvrir les besoins - Présenter une gamme de produits/services santé, argumenter, faire une démonstration - informer et répondre aux questions techniques d'un professionnel de santé - respecter les règles de promotion, distribution, délivrance des produits (médicaments, dispositif...) - Négocier, traiter des objections, -Faire une proposition commerciale 	<p>Découvrir les besoins d'un professionnel de santé en questionnant tant sur les dimensions de besoins de clientèle finale, d'objectifs de rentabilité, de volume en vue de sélectionner les arguments adaptés</p> <p style="text-align: center;">C2.2</p>	<p>EVALUATION 4 :</p> <p><u>Type d'évaluation</u> : mise en situation simulée orale</p> <p><u>Thème</u> : Entretien de vente</p> <p><u>Contexte</u> : en centre</p> <p><u>Descriptif</u> : A partir d'une fiche prospect (typologie) et du catalogue produit du laboratoire dans lequel le candidat va effectuer son stage, le candidat mène un entretien de vente, argumente, fait une démonstration et rédige un bon de commande</p> <p>Durée : 15 minutes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les questions sont pertinentes - L'ordre des questions est cohérent - le vocabulaire professionnel est utilisé à bon escient
	<p>Sélectionner des arguments qualitatifs (arguments médicaux et techniques) adaptés aux besoins et traiter les objections pour inciter l'acte d'achat</p> <p style="text-align: center;">C2.3</p>	<p>EVALUATION 5 :</p> <p><u>Type d'évaluation</u> : Evaluation écrite - Contrôle de connaissances</p> <p><u>Thème</u>: modules scientifiques sur chaque domaine de pathologie et la réglementation pharmaceutique</p> <p><u>Contexte</u> : en centre</p> <p><u>Descriptif</u> : chaque semaine en contrôle continu et à l'examen final</p> <p><u>Durée</u> : 3 heures</p> <p>Cette compétence est également évaluée pendant l'entretien de vente simulée</p> <p>EVALUATION 4 : oral de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le vocabulaire scientifique est utilisé à bon escient - les principes théoriques sont maîtrisés - les réponses sont justifiées - l'argumentation technique est maîtrisée - 75% de bonnes réponses sur chaque domaine : pathologie, symptômes, classes thérapeutiques, posologie, précautions d'emploi, effets indésirables

	<p>Intégrer la réglementation pharmaceutique dans les situations de vente et de conseil auprès des équipes officinales notamment en termes de réglementation commerciale (promotion, publicité), de déontologie.</p> <p style="text-align: center;">C2.4</p>	<p>EVALUATION 5 : <u>Type d'évaluation</u> : Evaluation écrite - Contrôle de connaissances <u>Thème</u>: modules scientifiques sur chaque domaine de pathologie et la réglementation <u>Contexte</u> : en centre <u>Descriptif</u> : chaque semaine en contrôle continu et à l'examen final Durée : 2 heures Cette compétence est également évaluée pendant l'entretien de vente simulée</p> <p>EVALUATION 4 : oral de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le vocabulaire scientifique est utilisé à bon escient - - les principes théoriques sont maîtrisés - les réponses sont justifiées - l'argumentation technique est maîtrisée - 75% de bonnes réponses sur chaque domaines : pharmacovigilance, droit de la publicité, délivrance de médicament, déontologie professionnelle
	<p>Négocier les aspects quantitatifs et contractuels (prix, volume, conditions de règlement, délais de livraison, stock...) en vue d'établir le bon de commande</p> <p style="text-align: center;">C2.5</p>	<p>EVALUATION 4 : <u>Type d'évaluation</u> : mise en situation simulée orale <u>Thème</u> : Entretien de vente <u>Contexte</u> : en centre avant application pratique sur le terrain <u>Descriptif</u> : A partir d'une fiche prospect (typologie) et du catalogue produit du laboratoire dans lequel le candidat va effectuer son stage, le candidat mène <u>un entretien de vente, argumente</u>, fait une démonstration, conseille le client et rédige un bon de commande</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le candidat décrypte les conditions commerciales - les calculs de remise et/ou marge sont exacts - le candidat explique ses calculs et son raisonnement

	<p>Réaliser des démonstrations d'utilisation de produits en respectant les procédures du fabricant afin de promouvoir le produit</p> <p>C2.6</p>	<p>EVALUATION 4 : <u>Type d'évaluation</u> : Mise en situation simulée orale <u>Thème</u> : démonstration de produits <u>Contexte</u> : en centre <u>Descriptif</u> : A partir d'une fiche prospect (typologie) et du catalogue produit du laboratoire dans lequel le candidat va effectuer son stage, le candidat mène un entretien de vente, argumente, <u>fait une démonstration</u>, conseille le client et rédige un bon de commande</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le vocabulaire scientifique est utilisé à bon escient - le candidat maîtrise le mode opératoire de démonstration du produit (mode d'emploi) - le geste est assuré - le candidat commente son geste
	<p>Promulguer des conseils sur la gestion des stocks, la fréquence des réassorts pour optimiser la rotation chez le client</p> <p>C2.7</p>	<p>EVALUATION 4 : <u>Type d'évaluation</u> : Mise en situation simulée orale <u>Thème</u> : Gestion des stocks <u>Contexte</u> : en centre <u>Descriptif</u> : A partir d'une fiche prospect (typologie) et du catalogue produit du laboratoire dans lequel le candidat va effectuer son stage, le candidat mène un entretien de vente, argumente, fait une démonstration, <u>conseille le client sur la rotation des stocks</u> et rédige un bon de commande</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le candidat repère l'ensemble des indicateurs à exploiter- l'analyse d'indicateurs de gestion de stocks est cohérente les propositions de commandes sont pertinentes
Conclure la vente	<p>Renseigner un bon de commande en respectant le process de l'entreprise pour finaliser la vente</p> <p>C2.8</p>	<p>EVALUATION 4 : entretien vente simulation (voir ci-dessus)</p> <p>EVALUATION 4</p>	<ul style="list-style-type: none"> - exactitude des informations notées - exhaustivité des informations notées
	<p>Assurer la fidélisation de la clientèle par des moyens adaptés en vue de préparer une relation durable</p> <p>C2.9</p>		<ul style="list-style-type: none"> - le candidat obtient l'adhésion finale du client - le candidat salue et remercie son client - le candidat établit les bases de la future relation - le candidat repositionne un rendez-vous

Bloc d'activité 3 : Sell out : Formation de l'équipe officinale, Mise en avant des produits, Animation

<p>Informer et répondre aux questions techniques de l'équipe officinale</p>	<p>Dispenser une information scientifique en utilisant le vocabulaire idoine, en mobilisant ses connaissances scientifiques sur les notions de pathologies, symptômes, classes thérapeutiques, formes galéniques, contre-indication et les traduire en avantages pour le client final en vue de former le client</p> <p align="center">C3.1</p>	<p>EVALUATION 6 : Durée totale : 20 minutes <u>Type d'évaluation</u> : Mise en situation simulée orale <u>Thème</u> : Formation produits <u>Contexte</u> : en centre <u>Descriptif</u> : Dans le cadre de sa mission Sell Out, Le candidat simule une formation / argumentation produit , il promulgue un conseil en merchandising et fait une proposition d'animation dans l'officine pour pousser le produit à la vente. Le jury joue le rôle d'un membre fictif de l'équipe officinale (pharmacien ou préparatrice). La simulation du cas portera une gamme de produits d'un laboratoire.</p> <p>Le candidat <u>simule une formation / argumentation produit</u> à un membre fictif de l'équipe officinale (pharmacien ou préparatrice) à partir d'une gamme de produits confiés par un laboratoire</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le candidat se positionne en tant que formateur et non vendeur - le candidat sélectionne des arguments que le professionnel pourra réutiliser - le candidat vérifie que le personnel formé a bien acquis la compétence de conseil
<p>Positionner le produit dans l'espace de vente et contrôler sa présence</p>	<p>Mettre en œuvre les techniques de merchandising propres aux produits pharmaceutiques / santé à l'aide d'outils promotionnels pour optimiser les ventes au consommateur final</p> <p align="center">C3.2</p>	<p>EVALUATION 6 : <u>Type d'évaluation</u> : Mise en situation simulée orale <u>Thème</u> : Merchandising <u>Contexte</u> : en centre <u>Descriptif</u> : Dans le cadre de sa mission Sell Out, Le candidat simule une formation / argumentation produit , il promulgue un conseil en merchandising et fait une proposition d'animation dans l'officine pour pousser le produit à la vente. Le jury joue le rôle d'un membre fictif de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - maîtrise du vocabulaire technique - Décrit clairement l'implantation du produit - pertinence des outils présentés

<p>Mettre en place-la PLV (publicité sur le lieu de vente) et les outils promotionnels (présentoirs,-remis de visite, échantillons, ...)</p>		<p>l'équipe officinale (pharmacien ou préparatrice). La simulation du cas portera une gamme de produits d'un laboratoire. Pour cette compétence, le candidat simule une <u>opération de merchandising</u>, devant un membre fictif de l'équipe officinale (pharmacien ou préparatrice) en choisissant 2 outils promotionnels en lien avec une gamme de produits</p>	
<p>Organiser une animation en optimisant la planification, la logistique par rapport aux résultats attendus Présenter et proposer le produit au consommateur final Analyser les résultats quantitatifs de l'animation</p>	<p>Organiser et animer un point de vente "santé" (officine ou parapharmacie) en vue d'optimiser les ventes au client final C3.3</p>	<p>EVALUATION 6 : <u>Type d'évaluation</u> : Mise en situation simulée orale <u>Thème</u> : Animation <u>Contexte</u> : en centre Dans le cadre de sa mission Sell Out, Le candidat simule une formation / argumentation produit , il promulgue un conseil en merchandising et fait une proposition d'animation dans l'officine pour pousser le produit à la vente. Le jury joue le rôle d'un membre fictif de l'équipe officinale (pharmacien ou préparatrice). La simulation du cas portera une gamme de produits d'un laboratoire. Le candidat <u>simule une animation sur un produit</u> dont il aura la charge . Le candidat liste pour chaque étape AVANT PENDANT APRES les éléments à prévoir, anticiper, prendre en compte avec le rétroplanning correspondant</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les étapes et la méthodologie sont respectées - le candidat a intégré le facteur anticipation dans sa planification

BLOC 4 : SUIVI ADMINISTRATIF ET COMMERCIAL

<p>Suivre son activité commerciale (commandes, livraisons, facturation, reliquat, litiges, invendus...)</p>	<p>Assurer le suivi de l'administration des ventes en lien avec les services concernés en contrôlant la réalisation des étapes afin de fluidifier la chaîne d'information C4.1</p>	<p>EVALUATION 8 : <u>Type d'évaluation</u> : soutenance orale post stage <u>Descriptif</u> : il explique et debriefe son activité commerciale et administrative et analyse sa performance lors d'un entretien oral de 30 minutes à la fin du stage</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le candidat fait référence à la concurrence et l'environnement de l'officine - le candidat a renseigné de façon exhaustive et correcte les documents - le candidat justifie sa performance en expliquant les raisons des réussites ou des échecs - le candidat est capable de commenter tous les indicateurs - le candidat tire des enseignements de son activité - le candidat formule à l'oral une synthèse claire
<p>Rédiger un compte-rendu de visite Remonter de façon ciblée les informations de feed back relatives au marché (concurrence et clients) au service marketing</p>	<p>Analyser qualitativement une situation et identifier les éléments importants dans une optique commerciale en vue de mettre en place un plan d'actions correctives C4.2</p>		
<p>Rédiger un rapport d'activités Mettre en place et suivre les indicateurs qualitatifs et quantitatifs de mesure de performance Evaluer le degré d'atteinte d'objectif (R/O) et analyser ses résultats et les écarts pour produire un bilan d'activités et en tirer des enseignements Faire le reporting à sa hiérarchie</p>	<p>Analyser quantitativement son activité sur le terrain en vue d'évaluer sa performance et de faire un reporting à sa hiérarchie C4.3</p>		

Communiquer avec les autres services - collègues - hiérarchie	Communiquer à l'oral et à l'écrit par divers moyens en utilisant les ressources numériques C4.4		
---	--	--	--