

## Référentiel Visiteur médical

Les compétences sont évaluées à travers des  mises en situations pratiques professionnelles , selon deux modalités distinctes :

**Modalité 1** : mode asynchrone, le candidat répond par écrit sur un cas pratique qui simule une situation professionnelle. Les réponses rédigées du candidat sont ensuite corrigées par un jury d'évaluation.

**Modalité 2** : mode synchrone, le candidat est face au jury de certification pour une mise en situation en mode présentiel (présentation puis séance de questions/réponses), les membres du jury sont munis d'une grille composée des critères d'évaluation.

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'EVALUATION <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>BLOC N° 1 Informer et promouvoir des produits de santé auprès des professionnels de santé</b>			
<b>A1.1</b> <b>Analyse de l'organisation du système de santé</b>  - Identification du rôle des différents acteurs en ville	<b>C1.1</b> Caractériser l'écosystème de santé en identifiant les différents acteurs, leurs missions et leurs	<b>Cas pratique n°1 (modalité 1)</b>  Trois cartographies illustrées sont remises au candidat :  1. Les acteurs de santé en région : l'Agence régionale de	1. Le candidat présente et explique : – Le rôle de l'ARS, pilote et régulateur de l'offre de soins dans la région

<p>et à l'hôpital (médecins, pharmacien, paramédicaux, membres de sociétés savantes, directeur d'établissement de santé, chef de service, chef de clinique, pharmacologue ...) et leurs interactions</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification des enjeux et des problématiques de chaque acteur (dont les enjeux médico-économiques)</li> <li>- Identification de l'organisation du système de santé et ses évolutions (rôle des autorités de tutelle y compris des ARS, organisation du parcours de soin, organisation des différents services hospitaliers, fonctionnement de la prise en charge des soins et médicaments...)</li> <li>- Identification des pratiques de prise en charge du patient, les besoins et les centres d'intérêt du professionnel de santé par</li> </ul>	<p>besoins afin de recueillir les informations nécessaires à la préparation et à l'organisation des entretiens d'information et de promotion.</p>	<p>santé (ARS), les établissements de santé publics et privés, le secteur de la ville (médecins, pharmaciens, infirmières, ...), etc.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. L'organisation et les instances de décision au sein d'un hôpital : la Direction Générale, la Commission Médicale d'établissement (CME), les différents Pôles, la Pharmacie à usage intérieur (PUI), la Commission du médicament et des dispositifs médicaux stériles (COMEDIMS)</li> <li>3. Les nouveaux modes d'exercice sur les territoires de santé pour assurer une meilleure coordination des soins (Maison de santé pluridisciplinaire - MSP, Communauté Professionnelle de Territoire - CPST, Groupement hospitalier de territoire - GHT) ainsi que les solutions de télémédecine</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le rôle des hôpitaux, offreurs de soins spécialisés et chirurgicaux</li> <li>- Le rôle des médecins de ville, généralistes ou spécialistes</li> <li>- Le rôle du pharmacien, dispensateur des médicaments en ville</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Le candidat présente et explique : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le rôle de la direction générale dans le pilotage administratif et financier,</li> <li>- Le rôle de la CME dans l'élaboration du projet médical,</li> <li>- Le rôle de la PUI et de la COMEDIMS dans le référencement des médicaments,</li> <li>- Le rôle de la PUI dans la sécurisation du circuit du médicament</li> </ul> </li> <li>3. Le candidat définit et explique l'intérêt :</li> </ol>
---	---	---	---

<p>un questionnement approprié</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification du processus de décision médicale au sein des établissements de santé</li> </ul>		<p>Il est demandé au candidat d'expliquer :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. le rôle que détient chacun des acteurs régionaux dans la prise en charge des patients</li> <li>2. le rôle que détient chacun des acteurs au sein de l'hôpital dans le processus de décision médicale</li> <li>3. de définir et d'expliquer l'utilité de chacune des organisations régionales au bénéfice d'une meilleure coordination des soins</li> </ol> <p><b>Cas pratique n°2 (modalité 2)</b></p> <p>Le candidat présente le <u>parcours de soins</u> des patients dans le domaine thérapeutique étudié auparavant au cours de son <u>projet tutoré</u> :</p> <p>Dans ce cadre, le candidat dispose d'une ou plusieurs ressources documentaires communiquées lors du projet tutoré.</p> <p>Après un temps d'analyse des ressources documentaires et de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- D'une MSP</li> <li>- D'une CPTS</li> <li>- D'un GHT</li> <li>- De la Téléconsultation</li> <li>- Du Télédagnostic</li> <li>- De la Télésurveillance</li> </ul> <p>Le candidat désigne les types de professionnels de santé et les structures de soins impliqués dans la prise en charge des patients aux différentes étapes du parcours de soins :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prévention</li> <li>- Diagnostic</li> <li>- Prise en charge thérapeutique</li> <li>- suivi</li> </ul>
---	--	---	--

		préparation, le candidat explique le parcours de soins des patients.	
<p><b>A1.2</b> <b>Réalisation d’entretiens d’information et de promotion auprès des professionnels de santé</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prise de contact avec le professionnel de santé</li> <li>- Prise en compte des règles spécifiques d’organisation à chaque professionnel ou établissement de santé</li> <li>- Prise en compte de l’environnement de santé, l’évolution de l’environnement de la pathologie et l’actualité</li> <li>- Utilisation des résultats d’études dans les échanges</li> <li>- Sélection et hiérarchisation des informations scientifiques et médicales sur les produits, leur environnement, les pathologies et les traitements associés pour apporter les informations</li> </ul>	<p><b>C1.2</b></p> <p>Préparer l’entretien avec un professionnel de santé en organisant le rendez-vous et en prenant en compte la totalité des informations scientifiques et médicales à sa disposition pour déterminer objectif adapté à son interlocuteur.</p>	<p><b>Cas pratique n°3 (modalité 1)</b></p> <p>Le candidat doit préparer une première rencontre avec un médecin spécialiste dans un Centre Hospitalier Universitaire, afin de lui présenter le nouveau médicament de son laboratoire. Il s’agit d’un premier contact dans un service hospitalier jusque-là non visité par le visiteur médical.</p> <p>Le candidat doit lister l’ensemble des actions à réaliser en amont du rendez-vous pour tenir compte des informations professionnelles importantes et justifier chacune.</p> <p>En conséquence de quoi, le candidat doit fixer un objectif pour ce premier contact.</p>	<p>Le candidat identifie le professionnel de santé concerné par l’aire thérapeutique du médicament sur l’organigramme de l’hôpital.</p> <p>Le candidat vérifie l’habilitation du professionnel de santé à prescrire le médicament</p> <p>Le candidat recherche les règles de réception des visiteurs médicaux fixées par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l’hôpital</li> <li>- le chef de service du médecin concerné</li> <li>- le médecin lui-même</li> </ul> <p>Le candidat détermine un objectif attaché à ce contact</p>

<p>répondant aux préoccupations de l'interlocuteur</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transmission des informations scientifiques pertinentes sur un produit et/ou pathologie</li> <li>- Réponse aux questions des professionnels de santé</li> <li>- Respect du cadre réglementaire tout au long de son interaction (les règles de publicité, de promotion, de distribution et de délivrance du médicament et des dispositifs médicaux et leurs évolutions)</li> <li>- Recueil et remontée des informations de pharmacovigilance en suivant les procédures internes et la réglementation</li> <li>- Utilisation des outils liés au produit ( résumé des caractéristiques du produit, fiche produit, avis de la commission de transparence, ...)</li> <li>- Analyse des points forts et des points faibles de sa visite</li> <li>- Analyse de l'atteinte des objectifs</li> </ul>	<p><b>C1.3</b> Mener l'entretien avec le professionnel de santé en lui transmettant des informations scientifiques importantes sur le produit et/ou la pathologie dans le respect du cadre réglementaire en vigueur et en répondant aux questions de son interlocuteur afin de lui apporter toutes les informations nécessaires lui permettant de faire le meilleur choix dans la prise en charge de ses patients.</p> <p><b>C1.4</b> Réaliser un bilan de sa visite du professionnel de santé en analysant l'atteinte des objectifs et les besoins non-couverts du professionnel afin d'organiser les prochaines interactions avec ce dernier.</p>	<p><b>Cas pratique n°4 (modalité 2) (C1.3 et C1.4)</b></p> <p>Simulation d'une présentation promotionnelle à un professionnel de santé :</p> <p>Le candidat présente un médicament dans le domaine thérapeutique étudié auparavant au cours de son <u>projet tutoré</u> :</p> <p>Dans ce cadre, le candidat dispose de trois ressources documentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une présentation synthétique de la pathologie prise en charge</li> <li>- Le Résumé des caractéristiques du produit (RCP)</li> <li>- L'avis de la commission de la transparence du produit (Avis CT)</li> </ul> <p>Après un temps d'analyse des ressources documentaires et de préparation,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de la pathologie (mécanismes,</li> </ul>	<p>Le candidat présente les principales caractéristiques cliniques, épidémiologiques et physio-pathologiques de la maladie</p> <p>Le candidat explique la stratégie thérapeutique pour la prise en charge de la maladie</p> <p>Le candidat présente de façon complète et exacte les indications, contre-indications, précautions d'emploi et autres règles de bon usage du médicament</p> <p>Le candidat présente le Service Médical Rendu, l'Amélioration du Service Médical Rendu et les conditions de prise en charge par l'assurance maladie</p> <p>Le candidat propose, en fin de présentation, de remettre au professionnel de santé les documents obligatoires, au sens de la réglementation</p> <p>A l'issue de la séance de questions/réponses, le candidat</p>
---	---	--	--

- Identification de nouveaux besoins

symptômes et épidémiologie)

- Présentation de la ou les classes thérapeutiques associées
- Présentation d'un médicament (son mécanisme d'action, les données de sécurité et les éléments réglementaires associés)

Après un temps d'échanges avec le jury (questions/réponses) sur la place que réserve le professionnel de santé au médicament présenté dans son arsenal thérapeutique, le candidat réalise le bilan de sa visite

expose au jury le bilan de sa visite sur trois dimensions :

- Atteinte de l'objectif
- Informations clés obtenues sur la pratique et les besoins du professionnel de santé
- Objectif du prochain contact

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 <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>BLOC N° 2 Organiser des actions de communication et des relations professionnelles auprès des professionnels de santé</b>			
<b>A2.1 Développement de relations avec les différents professionnels de santé</b> - Identification des intervenants experts et de leurs fonctions - Organisation et préparation des actions de communication professionnelle à partir d'objectifs définis : prévoir les participants, les différentes phases, choisir le média approprié, ... - Mise en œuvre d'un suivi des actions de communication professionnelle - Travail en réseau et coopération avec des	<b>C2.1</b> Organiser des actions de communication professionnelle en définissant les objectifs à atteindre, en organisant le contenu de l'action tout en prenant en compte l'organisation des participants afin de développer son réseau professionnel.	<b>Cas pratique n°5 (modalité 2)</b> Le candidat définit les actions de communication à conduire auprès des professionnels de santé dans le domaine thérapeutique étudié auparavant, au cours de son <u>projet tutoré</u> : Le candidat dispose de plusieurs options de communication : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontre individuelle (présentielle ou à distance),</li> <li>- Staff à l'hôpital,</li> <li>- Réunions professionnelles, avec ou sans orateur externe,</li> </ul>	Le candidat présente un plan de communication fixant pour chaque cible professionnelle visée l'objectif et les modalités de rencontre, par rapport au rôle que tient la cible dans le parcours de soins.

<p>professionnels de santé</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptation de sa communication à l'interlocuteur, à son positionnement dans le système de santé et à ses centres d'intérêt</li> <li>- Utilisation de différents médias de communication (rendez-vous face-à-face, téléphone, visioconférence)</li> </ul>	<p><b>C2.2</b> Communiquer avec les professionnels de santé en adaptant son discours et en utilisant différents médias de communication afin de faciliter le dialogue et créer un échange de qualité avec son interlocuteur.</p>	<p>pour atteindre les différentes cibles professionnelles impliquées dans le parcours de soins.</p> <p>Le candidat doit choisir et justifier les actions de communication à conduire prioritairement auprès de chaque cible.</p> <p><b>Cas pratique n°6 (modalité 2)</b> <b>(C2.2, C2.3, C2.4)</b></p> <p>Après un temps de préparation de 30 minutes, le candidat réalise une présentation <u>à distance</u> avec un groupe de professionnels de santé, par écran interposé, à l'aide d'un support de communication sur le bon usage d'un médicament (ressource documentaire</p>	<p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- se présente et présente l'objectif du contact</li> <li>- partage son écran et le document</li> <li>- répond aux commentaires des professionnels de santé déposés dans le tchat</li> </ul>
--	--	---	---

<p><b>A2.2</b> <b>Présentation du laboratoire et de son portefeuille de produits de santé</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Représentation de son laboratoire (être l'interlocuteur privilégié des professionnels de santé, présentation des grandes caractéristiques du laboratoire)</li> <li>- Présentation des produits et des aires thérapeutiques (pathologies) associés</li> <li>- Proposition et remise des supports relatifs aux produits ( résumé des caractéristiques du produit, fiche produit, avis de la commission de transparence, ...)</li> <li>- Traitement des demandes d'informations et des objections</li> </ul>	<p><b>C2.3</b> Promouvoir un laboratoire et ses produits en présentant leurs caractéristiques aux professionnels de santé afin de favoriser leur utilisation dans le respect du bon usage.</p> <p><b>C2.4</b> Convaincre les professionnels de santé de prescrire les produits promus en respectant leur bon usage en réalisant une présentation exhaustive des produits et en traitant l'ensemble des questions et des objections afin de permettre aux professionnels de santé de choisir le traitement nécessaire à la pathologie des patients.</p>	<p>communiquée au candidat pour les besoins du cas pratique).</p>	<p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présente son entreprise et ses produits</li> <li>- explique les règles de bon usage du médicament dans le respect de la réglementation en vigueur</li> <li>- répond aux questions des professionnels de santé en lien avec son entreprise et ses produits</li> </ul> <p>Les réponses sont justes et détaillées notamment sur les aspects réglementaires.</p> <p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- soutient son argumentation sur le bon usage du/des produit(s) promu(s)</li> <li>- répond aux interrogations des professionnels de santé</li> <li>- s'assure de la compréhension des professionnels de santé des règles de bon usage du produit</li> <li>- mesure la conviction et les intentions des professionnels de santé à prescrire le/les produit(s) promu(s)</li> </ul>
--	--	---	---

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 <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>BLOC N° 3 Elaborer et mettre en œuvre un plan d'action sectoriel de promotion des produits de santé</b>			
<b>A3.1</b> <b>Définition du plan d'action sectoriel en fonction de la stratégie de l'entreprise</b> - Recherche et collecte des informations sur les produits et le marché, sur l'environnement concurrentiel - Recherche et collecte des informations sur les différents acteurs ayant une influence sur l'utilisation du produit (autorités de tutelle, sociétés savantes, pharmacie d'officine ...) et sur leurs stratégies	<b>C3.1</b> Elaborer un plan d'action sectoriel en analysant l'ensemble des caractéristiques de son secteur et en prenant en compte les évolutions et l'analyse médico-économique de l'environnement pour décliner les objectifs stratégiques de l'entreprise.	<b>Cas pratique n°7 (modalité 1) (C3.1, C3.2, C3.3)</b>  Dans un premier temps, le candidat analyse les résultats de son secteur sur les quatre derniers mois, à partir de l'exploitation de deux ressources documentaires :  Ressource n°1 : activité de visite sur le secteur, exprimée en nombre de visites et	Le candidat définit et calcule : <ul style="list-style-type: none"> <li>• pour chaque cible de son secteur, la couverture de cible et la fréquence de visite</li> <li>• la part de marché de son produit</li> </ul> Le candidat analyse et interprète l'évolution du produit dans son marché. Le candidat propose un plan d'action qui doit intégrer à minima: -la stratégie commerciale de l'entreprise sur les produits promus au niveau national et régional

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recherche et collecte des informations sur le fonctionnement des établissements de santé, identification des circuits de décision, de prescription et d'achat</li> <li>- Analyse des opportunités et difficultés sur le secteur en prenant en compte les évolutions et l'analyse médico-économique de l'environnement</li> <li>- Définition des objectifs (fréquence, ...) vis-à-vis des différents interlocuteurs (praticiens, cadres de santé, pharmacien, infirmières, ...) en utilisant les informations recueillies</li> <li>- Prise en compte des objectifs nationaux régionaux</li> </ul>		<p>nombre de professionnels visités pour chaque cible du secteur</p> <p>Ressource n°2 : Résultats de ventes sur le secteur de tous les produits du marché, exprimés en nombre d'unités vendues et chiffre d'affaires, ainsi que leur évolution par rapport au cycle de promotion précédent.</p> <p>A partir de l'analyse réalisée, le candidat élabore dans un deuxième temps un plan d'action pour le prochain cycle de promotion.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- les objectifs de vente en nombre d'unités et chiffre d'affaires</li> <li>- la planification des visites pour atteindre les objectifs fixés</li> </ul>
---	--	---	--

<p><b>A3.2</b> <b>Organisation de son activité en lien avec les autres collaborateurs de l'entreprise</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identification du profil des interlocuteurs et des participants aux différentes actions</li> <li>- Déclinaison du plan en actions concrètes (les visites et les actions de communication et de relations professionnelles)</li> <li>- Hiérarchisation des priorités de visite en fonction du plan d'action</li> <li>- Coordination au sein d'une équipe dans le cadre du plan d'action</li> <li>-Transmission des informations sur les produits, le marché et sur les professionnels de santé du secteur auprès de ses collègues et de sa hiérarchie</li> <li>- Choix du média approprié en fonction du plan d'action, de la nature du secteur, des distances, du potentiel de l'interlocuteur au</li> </ul>	<p><b>C3.2</b></p> <p>Décliner le plan sectoriel en actions de communication et de promotion dans le respect du budget alloué et en lien avec les autres collaborateurs, en choisissant les outils de communication appropriés afin d'atteindre les objectifs régionaux et nationaux.</p> <p><b>C3.3</b></p> <p>Analyser son activité en renseignant les indicateurs de suivi du plan d'action élaboré et en réalisant des bilans intermédiaires afin d'adapter ses futures actions et de</p>	<p>La déclinaison opérationnelle du plan d'action s'appuie sur une troisième ressource documentaire (le budget) pour prioriser les cibles à visiter et les actions de communication à réaliser.</p> <p>Ressource n°3 : allocation budgétaire sur le secteur pour le prochain cycle et coût unitaire d'un staff et d'une Réunion Professionnelle (RP).</p> <p>Le candidat doit ensuite définir la méthodologie d'analyse des résultats de son plan d'action.</p>	<p>Le candidat décrit la mise en œuvre de son plan d'action en termes de communication et de promotion, sur la base du budget alloué :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les cibles à visiter en priorité pour le prochain cycle de promotion</li> <li>• Les actions de communication à réaliser (Staff et RP) dans le respect de l'enveloppe budgétaire allouée</li> </ul> <p>Le candidat détaille les outils à mobiliser pour les actions de communication.</p> <p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- définit 2 indicateurs à minima qui lui permettront de suivre l'exécution de son plan d'action</li> <li>- fixe une fréquence de révision de ses indicateurs</li> <li>- décrit les outils utilisés pour le suivi des indicateurs</li> </ul>
---	---	---	--

<p>regard du produit, de l'aisance de l'interlocuteur face aux différents médias, ...</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Gestion du budget alloué</li><li>- Tenu et suivi des tableaux de bord d'activité, des indicateurs et des outils d'analyse</li><li>- Réalisation de bilans intermédiaires</li><li>- Identification des écarts par rapport au plan d'action et proposition d'actions correctrices</li></ul>	<p>proposer des éventuelles actions correctrices.</p>		<p>- propose des actions correctrices le cas échéant</p>
---	---	--	--

