

5 - REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

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
<p>BC01 Organisation amont de l'activité commerciale</p> <p>L'objectif de cette activité est de définir la mise en œuvre de l'action commerciale et de son développement en fonction des produits/services que ce soit des produits pharmaceutiques, du matériel médical ou des dispositifs médicaux, des cibles et du secteur géographique. Elle précède l'action commerciale à proprement parler et puise ses ressources auprès du département marketing et de la veille réalisée par le/la délégué(e) pharmaceutique ou du/de la commercial(e) de santé.</p>			

<p>A 1 - Définition de l'activité commerciale de son secteur.</p>	<p>C.1.1 Identifiant les informations clés nécessaires : évolution du marché des produits de santé et des dispositifs médicaux, concurrence et potentiel commercial et financier de ses clients et de son marché à partir des études et analyses réalisées par le département marketing et différentes sources d'information, dont un travail personnel de veille.</p> <p>C.1.2 Évaluer la part de marché potentielle que l'entreprise pourraient occuper sur son secteur pour proposer des objectifs de développement commercial à sa hiérarchie et les faire valider.</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Epreuve n°1 Par groupe de 3 élèves et à partir du choix d'une gamme de produits lors du programme de formation du bloc, les candidats devront rédiger une présentation basée sur une étude de terrain réelle, réalisée auprès de 30 pharmacies, au cours de laquelle ils auront administré un questionnaire quantitatif et qualitatif des besoins des pharmacies visitées, sur la gamme choisie.</p> <p>La présentation sera remise à la pédagogie à une date fixée 15 jours avant la date de soutenance</p> <p>Cette soutenance orale individuelle durera 20 minutes Pour les stagiaires en situation de handicap, l'évaluation est aménagée ainsi que les moyens permettant de la réaliser, selon le handicap du/de la stagiaire. Ces mesures sont identifiées en amont de la formation par le/la Référent(e) handicap</p>	<p>C.1.1 Les outils techniques utilisés permettent de répondre au besoin d'analyse et de traitement ; le choix des informations nécessaires est clairement exposé et les éléments choisis sont réalistes</p> <p>C.1.2 Le diagnostic effectué est complet et exact vis-à-vis de la du contexte marché de l'entreprise</p>
<p>A.2 Organisation de l'activité commerciale de son secteur</p>	<p>C.2.1 Établir et argumenter auprès de sa direction, un plan de prospection et de visites en fonction de son secteur commercial et de la structure de son portefeuille clients/prospects pour planifier son activité sur son secteur prenant en compte les objectifs définis en amont par la hiérarchie.</p> <p>C.2.2 Définir les objectifs commerciaux de chaque visite en tenant compte des pratiques et du potentiel de chaque client ou prospect, identifiés à partir des informations présentes sur le web.</p>	<p>Epreuve n° 2</p> <p>A partir des données fictives d'une entreprise du secteur de</p>	<p>C.2.1 La réponse à la problématique de l'organisation de l'activité du secteur est en adéquation avec la vision stratégique de l'entreprise et sa situation. Les arguments sont construits et permettent au jury une compréhension exhaustive</p> <p>C.2.2 Des explications claires sont fournies pour illustrer la proposition d'objectifs commerciaux</p> <p>La soutenance orale comprend des propos introductifs, un développement et une conclusion. Le propos est synthétique et non redondant.</p>

		<p>la santé, le/la candidat(e) présentera un plan de tournée commerciale, détaillé et fixera les objectifs de vente pour chaque client</p> <p>Epreuve écrite individuelle donnant lieu à soutenance orale par un jeu de questions/réponses avec le jury.</p> <p>Pour les stagiaires en situation de handicap, l'évaluation est aménagée ainsi que les moyens permettant de la réaliser, selon le handicap du/de la stagiaire. Ces mesures sont identifiées en amont de la formation par le/la Référent(e) handicap</p>	
--	--	--	--

<p>BC02 Développement commercial d'un portefeuille de clients/prospects.</p> <p>Cette activité a pour objectif de garantir l'évolution de la part de marché du/de la délégué(e) pharmaceutique et commercial(e) de santé, sur son secteur et celle du chiffre d'affaires associé. Elle permet la contribution de cette catégorie de la force de vente au développement de l'entreprise dans son ensemble.</p> <p>A.1 découvrir les besoins du client et conduire un entretien de vente en visioconférence ou en face à face</p>	<p>C.1.1 Que ce soit par visioconférence ou lors d'une visite physique ou par téléphone, établir un contact positif et un climat de confiance avec le client ou le prospect en personnalisant la relation, à partir des informations retenues lors de la recherche amont ou lors de précédentes visites commerciales.</p> <p>C.1.2 Mener une découverte des besoins, des attentes, des projets et des motivations du client, en ayant recours à un questionnement adapté et une écoute active. Démontrer au client ou prospect sa légitimité en employant le vocabulaire et les connaissances scientifiques, techniques et les cadres réglementaires, adaptés au sujet à traiter et tenir compte de la particularité des échanges à distance sans oublier de reformuler les besoins du client pour sécuriser la compréhension.</p> <p>C.1.3 Veiller à déceler exactement l'environnement de l'interlocuteur/trice, médecin, chirurgien, pharmacien ... pour déterminer le type d'approche</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>Epreuve n°1</p> <p>A partir d'éléments fictifs ou réels d'une entreprise du secteur de la santé, le/la candidat(e) devra réaliser une analyse d'actions de prospection proposées et prendre position sur leurs qualités en proposant les ajustements nécessaires.</p> <p>Epreuve écrite individuelle</p> <p>Pour les stagiaires en situation de handicap, l'évaluation est aménagée ainsi que les moyens permettant de la réaliser, selon le handicap du/de la stagiaire. Ces mesures sont identifiées en</p>	<p>100% des compétences doit être validé.</p> <p>C.1.1 Le.a candidat.e explique clairement les résultats de la prise de contact que ce soit à distance ou en face à face et les objectifs à atteindre</p> <p>C.1.2 Le.a candidat.e respecte les étapes de la méthode de découverte des besoins d'un client ou prospect ; il/elle utilise correctement le vocabulaire adapté, les termes scientifiques ou techniques employés correspondent aux données du cas pratique</p> <p>C.1.3 la méthode de prise en compte de l'environnement de l'interlocuteur.trice est clairement expliqué et les étapes présentées permettent</p>
--	---	---	---

<p>A.2. mise en œuvre d'une posture de conseil</p>	<p>à privilégier : pour un(e) chef de service hospitalier, une approche thérapeutique globale pour la réponse à ses besoins.</p> <p>C.2.1 Par une connaissance approfondie des gammes de produits proposées par son entreprise, informer le client sur les qualités des produits correspondants aux besoins exprimés, à distance, par une présentation virtuelle, en face à face, à partir d'outils numériques animés, en expliquant leurs avantages et leurs limites et en mettant en lumière les innovations de la recherche et du développement interne de sa structure.</p> <p>C.2.2 Mettre en pratique ses connaissances scientifiques et techniques pour promouvoir le bon usage du médicament, du matériel médical ou du dispositif médical en termes de coûts/efficacité en fonction de la typologie des patients concernés ; lors du conseil, prendre en compte le cadre réglementaire, notamment en termes de pharmacovigilance, d'épidémiologie ...</p> <p>C.2.3 Concevoir une offre commerciale combinant des produits et des services adaptés, en tenant compte de la politique commerciale de l'entreprise, des ressources disponibles et de la concurrence. La faire valider par sa hiérarchie, puis présenter au client ou au prospect la proposition soit en face à face, soit en visioconférence en argumentant tous les aspects y compris scientifiques, techniques et réglementaires et en négociant l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et les conditions de vente (produits, services, prix, mode et délai de règlement, respect des quantités en</p>	<p>amont de la formation par le/la Référent(e) handicap</p> <p>Epreuve n°2</p> <p>A partir de données fictives ou réelles, le/la candidat tirera au sort entre 3 sujets et prendra connaissance des éléments lui permettant de préparer un entretien de négociation avec un médecin, un chef de service hospitalier ou un pharmacien ; un jeu de rôles mettra en scène la simulation de l'entretien de conseil et de négociation face au professionnel de santé tiré au sort ;</p> <p>Epreuve orale de 20 minutes avec Powerpoint devant le jury.</p> <p>Pour les stagiaires en situation de handicap, l'évaluation est aménagée ainsi que les moyens permettant de la réaliser, selon le handicap du/de la stagiaire. Ces mesures sont identifiées en amont de la formation par le/la Référent(e) handicap</p> <p>Epreuve n°3</p> <p>A partir d'un cas pratique, le/la candidat devra réaliser une</p>	<p>une compréhension exhaustive au jury</p> <p>C.2.1 Les outils techniques utilisés permettent de répondre aux besoins de la présentation des produits en réponse aux besoins du client que ce soit à distance ou en face à face ; l'analyse est argumentée, incluant les avantages et limites des produits ainsi que les avancées en termes d'innovation selon le cas pratique traité L'analyse des risques liés à la présentation des produits est exhaustive.</p> <p>C.2.2 Des explications claires sont fournies pour illustrer la démonstration du bon usage du médicament ou du matériel en termes de coûts/efficacité ; les termes pour l'information sur la pharmacovigilance ou le cadre réglementaire spécifique du produit sont employés correctement ; Le.a candidat.e fait preuve d'une bonne diction et d'une aisance à l'oral</p>
--	---	---	--

	<p>fonction du conditionnement, remises, livraison, mise en attente, ...) dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise.</p> <p>C.2.4 Conclure l'entretien de vente en valorisant la décision prise ou l'acte d'achat réalisé par le client afin d'établir une relation commerciale durable et de qualité avec le prospect ou le client.</p>	<p>offre commerciale complète à destination d'un professionnel de santé.</p> <p>Epreuve écrite individuelle</p> <p>Pour les stagiaires en situation de handicap, l'évaluation est aménagée ainsi que les moyens permettant de la réaliser, selon le handicap du/de la stagiaire. Ces mesures sont identifiées en amont de la formation par le/la Référent(e) handicap</p>	<p>C.2.3-C.2.4 Le/la candidat.e planifie les étapes de réalisation de l'offre commerciale et la démonstration de la prise en compte des ressources de l'entreprise, de la concurrence et de la demande du client est réaliste ; la négociation est bien préparée : Les enjeux des acteurs de la négociation sont pris en compte, une stratégie de négociation est mise en place, les pièges habituels sont correctement détectés et évités ; Les règles de négociation sont respectées pour arriver à un résultat gagnant /gagnant. Les limites du travail de closing sont clairement présentées</p>
--	--	---	--

<p>BC03 Gestion du suivi de son portefeuille et des ventes réalisées et contribution à l'amélioration des produits/service.</p> <p>Cette activité a pour objectif de réaliser un suivi administratif de son activité commerciale et de contribuer à alimenter l'amélioration continue des produits par la transmission des informations utiles au département marketing : retour de la qualité des produits par les clients, évolutions de leurs attentes, présence et performance des concurrents ...</p> <p>A.1 Gestion du suivi du portefeuille client/prospect</p>	<p>C.1.1 analyser régulièrement son activité commerciale pour identifier les résultats obtenus en termes de ventes par rapport aux objectifs fixés par sa hiérarchie, proposer des actions de réajustement et après validation par la hiérarchie, les mettre en œuvre.</p> <p>C.1.2 développer son activité de veille des produits concurrents en fonction de son portefeuille et faire les comparaisons nécessaires pour se positionner chez des clients ou des prospects communs grâce à des argumentaires complets tant au plan scientifique que technique ou règlementaire.</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Epreuve n° 1</p> <p>A partir d'un cas pratique, le/la candidat(e) réalisera une analyse des résultats de son activité commerciale et la présentera au jury oralement.</p> <p>Epreuve n° 2</p> <p>A partir des mêmes données, le/la candidat(e) présentera deux comptes-rendus réalisés à</p>	<p>100% des compétences doit être validé.</p> <p>C.1.1 Le choix du modèle statistique permet de rendre les données intelligibles et exploitables et le.a candidat.e argumente de façon réaliste les résultats, les détails fournis permettent au jury une compréhension complète des ajustements proposés ; il/elle pose clairement les hypothèses</p> <p>C.1.2 les étapes de réalisation de la veille sont planifiées et les argumentaires sont</p>
---	---	---	--

<p>A.2 Participation à l'amélioration continue des produits ou services</p>	<p>C.1.3 Réaliser des comptes-rendus : points clés, incidents, services rendus, dans le CRM ou tout outil informatique de l'entreprise, afin d'assurer la traçabilité des contacts clients et permettre un traitement partagé avec les équipes marketing et SAV.</p> <p>C.1.4 en collaboration avec l'administration des ventes et la logistique, suivre ses ventes pour garantir la satisfaction de ses clients.</p> <p>C.2.1 Reporter les informations collectées lors des différents contacts terrain, de façon plus approfondie, par écrit, aux différents départements concernés : marketing, affaires réglementaires, médecins référents internes par gamme, services après-vente, hiérarchie.</p> <p>C.2.3 Participer activement aux échanges en réunions commerciales par un partage de ses connaissances scientifiques, techniques et réglementaires, soit à partir d'une présentation préparée en amont, soit de pratiques plus informelles.</p>	<p>partir d'un logiciel CRM, mis à disposition lors de l'épreuve et argumentera devant le jury, sur les informations à rapporter selon leur nature aux départements concernés.</p> <p>Epreuves écrites individuelles.</p> <p>Pour les stagiaires en situation de handicap, l'évaluation est aménagée ainsi que les moyens permettant de la réaliser, selon le handicap du/de la stagiaire. Ces mesures sont identifiées en amont de la formation par le/la Référent(e) handicap</p>	<p>construits et clairs, les termes scientifiques, techniques et/ou réglementaires sont correctement employés</p> <p>C.1.3-C.1.4 l'utilisation des outils techniques est correcte et permet de répondre au besoin d'analyse et de traitement des données saisies, par les services marketing et/ou SAV ou par le.a candidat.e afin de suivre le bon déroulé des ventes une fois le contrat passé</p> <p>C.2.1 le choix des informations à approfondir pour améliorer les produits ou services est argumenté, ils sont réalistes et correspondent aux données du cas pratique traité</p> <p>C.2.2 Le.a candidat.e. cherche à capter l'auditoire et l'argumentaire est bien développé : les réponses aux questions sont complètes et correctes.</p>
---	--	---	---