

Chargé(e)

de l'information promotionnelle du médicament

Le/la chargé(e) de l'information promotionnelle du médicament assure l'information promotionnelle des médicaments, associés ou non à un dispositif médical auprès des professionnels de santé, dans le respect de la Charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion du médicament, du référentiel HAS en vigueur et du bon usage du médicament.

ACTIVITÉS

Mise en place d'un plan d'actions sectoriel

- Élaboration d'un plan d'actions sectoriel à partir des objectifs nationaux et régionaux
- Gestion du budget dédié

Information promotionnelle

- Présentation des produits ou d'un portefeuille de produits auprès de l'ensemble des professionnels de santé constituant sa cible
- Identification des besoins des professionnels de santé afin de délivrer une réponse adaptée et personnalisée dans le respect de l'AMM
- Organisation et animation de réunions d'information promotionnelle

Veille sur l'environnement, les acteurs clés et les connaissances médicales et scientifiques

- Participation à l'amélioration des parcours de soins du patient
- Analyse de l'environnement de santé local afin d'assurer une veille permanente
- Analyse des potentiels, des besoins de chaque cible en vue de valoriser le portefeuille
- Veille concurrentielle sur son secteur géographique

Remontées terrain

- Remontées des cas auprès des équipes de pharmacovigilance
- Recueil et traitement des données et demandes des professionnels de santé, dans le respect de la charte et du référentiel de la certification
- Organisation des remontées terrain aux services concernés (questions techniques, réclamations qualité, vigilance sanitaire...)
- Transmission à son manager des remarques, besoins, questions et objections communiqués par ses médecins ou pharmacien(ne)s
- Recueil, analyse et transmission des demandes et des informations aux services concernés (pharmacovigilance, réclamations produits...)
- Développement d'une posture d'écoute et de questionnement des différents acteurs et professionnels de santé (au-delà de la promotion du produit), pour identifier et recueillir leurs besoins spécifiques



Profil de recrutement :

Métier accessible aux jeunes diplômé(e)s



Formations

Parcours recommandés :

- BTS/DUT ou Licence en formation scientifique (biologie, biochimie, biotechnologie)
- Licences pros :
- Métiers de la promotion des produits de santé
- Métiers de la santé
- Droit, économie, gestion
- DU visiteur médical Bac +2

Pour connaître la liste des diplômes reconnus pour la visite médicale : <http://www.agvm.fr/>

Pour aller plus loin : <http://www.imfis.fr/>



Passerelles métier :

Au sein de la filière métier :

- Délégué(e) hospitalier(ère)
- Assistant(e) à l'administration des ventes

Hors filière métier et selon la formation initiale :

- Chargé(e) congrès et événements
- Chargé(e) de pharmacovigilance
- Attaché(e) de recherche clinique

Pour aller plus loin :

<http://www.macarrieredanslapharma.org/>



Autres appellations :

- Medical representative
- Chargé(e) information et promotion médicament
- Visiteur/euse médical(e)
- Délégué(e) médical(e)
- Attaché(e) promotion médicament

Chargé(e) de l'information promotionnelle du médicament



Activité administrative - reporting

- Élaboration du reporting quantitatif et qualitatif de son activité
- Traçabilité quotidienne des visites et actions en portant une vigilance accrue sur la nature et les informations contenues dans ses rapports écrits

Respect de la réglementation en vigueur

- Respect de la réglementation, les dispositions déontologiques professionnelles, la Charte de l'Information promotionnelle et les règles internes à l'entreprise (loi informatique et liberté, transparence des liens pour les données collectées concernant les professionnels de santé visités, DMOS...)

COMPÉTENCES CLÉS

←|→ Transverses

- Renforcer son écoute active : ne pas avoir peur des silences, laisser plus de place à son interlocuteur/trice, améliorer la qualité de son questionnement et la dynamique des échanges
- Adapter sa communication et son argumentaire aux caractéristiques de son interlocuteur/trice et l'utiliser avec conviction
- Planifier ses activités en gérant ses priorités
- Utiliser de manière pertinente et efficace les outils de communication 2.0
- Maîtriser les fondamentaux de la gestion de projet
- Partager ses expériences et bonnes pratiques en interne
- Savoir mener un entretien à partir de son travail de préparation (savoir aussi s'en détacher) : argumentation ciblée et personnalisée en s'adaptant aux échanges/réponses de son interlocuteur/trice
- Animer des réunions : organiser des manifestations professionnelles au sein de son secteur et assurer des réunions d'information auprès de l'ensemble des interlocuteurs/trices clefs des parcours de soins
- Travailler en équipe et en transversalité avec les autres directions en interne
- Disposer d'une culture de travail orientée service client
- Savoir travailler et évoluer au sein d'un réseau



Métier

- Remonter des informations liées à l'usage des médicaments
- Connaître l'environnement des produits de santé dans toutes ses dimensions : acteurs, aspects réglementaires, économiques et scientifiques
- Maîtriser les connaissances médicales ou biologiques liées au domaine d'application du ou des produits
- Faire preuve d'une grande autonomie et responsabilisation sur son secteur géographique
- Maîtriser la traçabilité, la qualité, la sécurisation des données de l'information et réglementation
- Maîtriser les logiciels relatifs au reporting
- Maîtriser le pack office (Word/Excel/Powerpoint) et les technologies digitales liées à la transmission de l'information
- Se former aux modules obligatoires réglementaires et produits*

Anglais au sein des laboratoires internationaux : Comprendre des textes simples relatifs à son environnement de travail ; Prendre part à une conversation sur des sujets professionnels simples ; Écrire un texte simple et cohérent sur des sujets connus ; Rédiger une présentation courte ; Comprendre des documents techniques, scientifiques simples

* A NOTER

Pour les entreprises mettant en œuvre une activité d'information promotionnelle sur un médicament faisant l'objet d'une convention avec le CEPS, les activités d'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments sont réglementées par le code de la santé publique (cf article L5122-1 *) et par la charte signée entre le CEPS et le Leem**.

Le/la chargé(e) de l'information et de la promotion de médicament/ délégué Hospitalier doit être évalué annuellement sur ses connaissances réglementaires et scientifiques et sur le maintien et développement de ses compétences professionnelles (cf paragraphe 2.b de la charte de l'information promotionnelle).

* <https://www.legifrance.gouv.fr/>

** <https://www.leem.org/charte>

Les métiers de l'information promotionnelle restent fortement encadrés sur le plan législatif et réglementaire, et doivent respecter la Charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments. Cela implique une vigilance permanente à la qualité de l'information délivrée et à son actualisation ainsi qu'à la déontologie vis-à-vis des professionnels de santé et des patients.

Ces métiers nécessitent des équipes moins importantes en termes d'effectifs et traversent de surcroît des évolutions marquées. L'information promotionnelle se recentre sur l'accompagnement thérapeutique et l'orientation patient, ce qui a des incidences en termes de compétences. Il est ainsi demandé sur le métier de chargé(e) de l'information promotionnelle du médicament de détenir des compétences scientifiques renforcées et d'être capable d'assurer une posture et un rôle de conseil. Ces fonctions se voient également chargées d'une grande autonomie et responsabilisation dans le cadre de leurs missions sur leur territoire.

Le métier se transforme enfin du fait de la digitalisation des outils et du développement des supports multimédia, faisant évoluer les relations et la communication avec les différents acteurs.

