

CERTIFICAT DE QUALIFICATION PROFESSIONNELLE

**Vente et promotion de produits  
pharmaceutiques en officine**

**REFERENTIEL DE FORMATION**

# Introduction

Le référentiel de formation du CQP Vente et formation de produits pharmaceutiques en officine décrit les **objectifs de formation et les contenus** correspondant à l'ensemble des compétences du métier de délégué pharmaceutique.

Ces objectifs et ces contenus de formation ont été élaborés à partir de l'analyse des savoir-faire et des connaissances associés aux compétences décrites dans le référentiel de qualification.

**Le référentiel de formation est constitué de huit modules :**

- Module 1 : Techniques de communication et entretien de vente**
- Module 2 : Les produits présentés spécifiques à chaque entreprise**
- Module 3 : Connaissances produit et connaissances médicales associées**
- Module 4 : Environnement réglementaire**
- Module 5 : Techniques de vente, de conseil et de merchandising**
- Module 6 : Connaissance du marché et politique commerciale de l'entreprise**
- Module 7 : Informatique et traitement des informations**
- Module 8 : Connaissance de l'entreprise / Politique qualité de l'entreprise**

Le certificat de qualification professionnelle peut s'adresser aussi bien aux **salariés en activité**, dans le cadre de la formation continue, qu'aux **jeunes en formation initiale**, notamment par la formation en alternance.

Pour les salariés en activité, **la démarche de validation des acquis professionnels permet l'obtention du CQP sans formation.**

En fonction du repérage des compétences du salarié, le CQP peut également être obtenu en partie par la validation des acquis professionnels et en partie par la formation, celle-ci pouvant porter sur un seul module par exemple. La formation doit être dispensée par un organisme habilité par la CPNEIS.

Pour les jeunes en formation par alternance, la formation doit permettre l'acquisition de l'ensemble des connaissances et des savoir-faire associés au métier. C'est pourquoi le contenu des modules porte parfois sur des informations plus générales, permettant d'appréhender le contexte du métier. Cependant, l'évaluation sera limitée aux objectifs de formation.

Il sera également possible, pour des jeunes en formation par alternance, de faire valider les acquis d'une expérience antérieure, par exemple dans le domaine commercial et de suivre uniquement les modules de formation non validés.

Pour des jeunes en formation par alternance, le parcours de formation peut se décliner tant en centre de formation qu'en entreprise.

De même l'atteinte des différents objectifs de formation peut être évaluée soit à travers des « évaluations classiques » ou des projets en centre de formation soit en situation professionnelle réelle en entreprise.

Ce référentiel de formation pourra être utilisé :

- ➔ par les responsables de formation et les formateurs pour déterminer les objectifs et le contenu de la formation en centre
- ➔ par les tuteurs en entreprise pour définir l'évolution des activités à confier à la personne formée
- ➔ par la personne formée pour identifier ses objectifs et suivre son propre parcours

*Le contenu des modules de formation respecteront la réglementation pharmaceutique.*

## **Module 1**

### **Techniques de communication et entretien de vente**

#### **Objectifs de formation**

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↪ Utiliser les techniques de communication orale
- ↪ Argumenter, négocier

#### **Contenus**

- ❖ Les techniques de base de la communication orale
  - Les éléments constants d'une situation de communication
  - La pratique de l'écoute active, du dialogue, l'établissement d'une relation positive
  - La transmission d'un message, d'une explication précise, le questionnement, la reformulation
  - L'adaptation du registre de langage à son interlocuteur
  - Les différents moyens de l'expression orale : vocaux, verbaux, gestuels
  - Les freins à la communication
- ❖ Les techniques d'argumentation
- ❖ Les techniques de communication au téléphone
- ❖ Les techniques de communication face à un groupe

## **Module 2**

### **Les produits présentés spécifiques à chaque entreprise**

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↪ Présenter la gamme de produits de l'entreprise
- ↪ Expliquer les caractéristiques et avantages des produits
- ↪ Répondre aux questions sur les produits
- ↪ Collecter et traiter des informations sur les produits

#### **Contenus**

- ❖ Gamme produits de l'entreprise / les différentes posologies / les avantages des produits / les argumentaires produits
- ❖ Les mécanismes d'action des produits, les effets induits, la composition des produits, les effets indésirables, les précautions d'emploi
- ❖ Indications et contre-indications, bénéfices-risques
- ❖ Recueil des informations terrain sur les produits (pharmacovigilance, données terrain, ...)
- ❖ Conduite à tenir face au client, règles de conseil / solutions apportées par le produit

## **Module 3**

### **Connaissances produits et connaissances médicales associées**

#### **Les grands domaines de pathologie**

- Douleur / Fièvre
- Gastrologie / Entérologie
- Pneumologie / ORL
- Dermatologie / Antisepsie

#### **Objectifs de formation**

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↻ Définir la notion d'effet indésirable ou iatrogène
- ↻ Identifier les sujets à risques
- ↻ Indiquer les règles d'utilisation des produits en auto-médication
- ↻ Identifier les principales formes galéniques

#### **Par grands domaines de pathologie :**

- ↻ Décrire les notions de base associées aux domaines de pathologies (définitions, symptômes)
- ↻ Expliquer la démarche de conseil que peut adopter le pharmacien face à une pathologie, les principales solutions thérapeutiques dans ce cadre (sur la base d'un schéma) / Identifier les limites du conseil pharmacien
- ↻ Citer les principales molécules et les classes thérapeutiques du marché conseil (et non de la prescription médicale)

#### **Contenus**

- ❖ Définitions : contre-indication, mises en garde et précautions d'emploi, interactions, effet indésirable, surdosage, notions de tolérance générale et de tolérance locale
- ❖ Sujets à risques : grossesse et allaitement, nourrisson, sujet âgé, insuffisant hépatique, insuffisant rénal
- ❖ Règles d'utilisation des produits en auto-médication (posologie, précautions d'emploi, ...) / le bon usage du médicament
- ❖ Les principales formes galéniques : notions simples sur les formes sèches, formes liquides et pâteuses, aérosols, formes à libération modifiée

### ❑ Douleur / Fièvre

- Notions sur la douleur (mécanismes en automédication)
- Définition et mécanismes de la fièvre
- Les différentes origines de la fièvre
  
- Définition et distinction antalgique - antibiotique – anti-inflammatoire - antipyrétique
- Les 2 premiers paliers d'antalgiques et les molécules associées :
  - Palier 1 (non opioïdes) : salicylés, paracétamol, AINS faiblement dosés
  - Palier 2 (opioïdes faibles) : codéine, dextropropoxyphène, tramadol
- Associations à éviter

### ❑ Gastrologie / Entérologie

- Notions simples sur l'appareil digestif : fonctionnement sur la base de schémas
- Définition et distinction : RGO, oesophagite / Ulcère, gastrite / Gastro-entérite, troubles dyspeptiques, colopathies fonctionnelles, hémorroïdes
- Définition : anti-acides / pansements gastro-intestinaux, anti-diarrhéiques, antispasmodiques, antinauséeux, antisécrétoires, solutés de réhydratation orale, ralentisseurs de transit, antiseptiques intestinaux, antihémorroïdaires
- Associations à éviter

### ❑ Pneumologie / ORL

- Notions simples sur l'anatomie de la sphère ORL et des bronches
- La sinusite, définition, principaux traitements du marché conseil (antalgiques, antipyrétiques, inhalations et aérosols, mucomodificateurs, vasoconstricteurs locaux, anti-inflammatoires<sup>1</sup>)
- L'angine, définition, principaux traitements du marché conseil (antiseptiques, antalgiques, antipyrétiques, anesthésiques locaux, anti-inflammatoires<sup>1</sup>)
- La laryngite, définition, principaux traitements du marché conseil (antiseptiques)
- La rhinite et la rhinopharyngite, définition, principaux traitements du marché conseil (vasoconstricteurs locaux et généraux, antihistaminiques H1, anti-inflammatoires<sup>1</sup>)
- L'otite, définition, principaux traitements du marché conseil (antalgiques, antipyrétiques, antifongiques, anti-inflammatoires<sup>1</sup>)
- La trachéo-bronchite aiguë et la distinction avec la bronchite chronique
- Les différents types de toux, définition, principaux traitements du marché de l'automédication (antitussifs, mucomodificateurs)
- Associations à éviter

---

<sup>1</sup> en automédication, AINS faiblement dosés.

❑ **Dermatologie / Antisepsie**

- Notions simples sur la peau et les muqueuses
- Les différentes familles de micro-organismes
- Les lésions élémentaires : réaction inflammatoire cutanée, ...
- Les petites pathologies cutanées localisées : plaies, brûlures, mycoses, acné, pathologies infectieuses, ...
- La pédiculose
- L'allergie
- Définition et distinction antibiotique – antiseptique – antifongique –Anti-inflammatoire – antihistaminiques – antiviraux - ....
- Distinction antiseptique et désinfectant
- Les principales classes d'antiseptiques et les molécules (carbanilides, biguanides, ammoniums, organo-mercuriels, dérivés iodés, dérivés chlorés, alcool, diamidine)
- Les associations dangereuses

## Module 4

### Environnement réglementaire

#### Objectifs de formation

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↵ Donner la définition d'une spécialité pharmaceutique
- ↵ Distinguer les médicaments des autres produits de santé
- ↵ Donner la définition des différents statuts du médicament
- ↵ Expliquer les principales règles de publicité, de promotion, de distribution et de délivrance du médicament
- ↵ Expliquer les règles de fixation du prix des médicaments
- ↵ Expliquer les obligations de délégué pharmaceutique en matière de pharmacovigilance et de relations professionnelles

#### Contenus

##### **1 – Présentation du système de santé et de l'industrie pharmaceutique** *(formation initiale)*

- ❖ *Notions sur le système de santé en France*
- ❖ *L'AFSSAPS : principales missions*
- ❖ *L'EMA : principales missions*
- ❖ *Notions sur les différents systèmes de protection sociale*
- ❖ *La commission de transparence et ses missions*
- ❖ *Le CEPS et ses missions, la DGCCRF*
- ❖ *La place des spécialités d'automédication dans un contexte de maîtrise des dépenses de santé*
- ❖ *L'industrie pharmaceutique*
- ❖ *Les grandes caractéristiques du marché pharmaceutique*

##### **2 – Le médicament et la réglementation du médicament**

- ❖ Définition du médicament selon le CSP
- ❖ Les différentes catégories de médicaments (médicament, spécialité pharmaceutique, autres ...)
- ❖ La galénique
  - Définition
  - Les différentes formes pharmaceutiques et les différentes voies d'administration
  - Notions sur les méthodes thérapeutiques (allopathie / homéopathie) et sur les classes thérapeutiques
  - Conservation, stabilité, durée de péremption
  - Présentation, conditionnement primaire, extérieur, boîte, notice, étiquette

- ❖ Le cycle de vie du médicament (notions élémentaires)
  - Développement pré-clinique (toxicologie, définition de la pharmacodynamie, définition de la pharmacocinétique)
  - Développement clinique (les différentes phases, et leur objectif)
  - L'autorisation de mise sur le marché
    - L'intérêt de l'AMM
    - Les principes de constitution du dossier
  - Les grands principes de l'enregistrement en France et en Europe
  - Le remboursement/le non remboursement/la fixation du prix des médicaments
    - Les critères du dossier technique
    - Les différents taux et vignettes
    - Le ticket modérateur
    - Le dossier économique et les critères de fixation du prix des médicaments remboursés
    - La fixation du prix d'un médicament non remboursable (prix libre, positionnement par décision des pouvoirs publics, classes non remboursables, déremboursement, positionnement par décision du laboratoire)
  - Le suivi des médicaments après la commercialisation
    - Poursuite du développement
  
- ❖ Les règles de prescription et de délivrance du médicament, et les mentions légales du conditionnement
  - Les règles de prescription
    - Les principes de classement
    - Le classement des médicaments
      - Hors prescription obligatoire
      - Avec prescription obligatoire (liste 1, 2, stupéfiants ou prescription spéciale)
    - Les génériques
    - Les médicaments d'automédication : les produits conseil, les produits grand public...
  - Les règles de délivrance : les obligations du pharmacien
  - Les mentions légales du conditionnement
  
- ❖ Les règles de distribution du médicament
  - Les règles de bonne pratique de distribution, la traçabilité
  - Les différents distributeurs (grossiste, répartiteur, groupements, dépositaire, holding de pharmacies,...)
  - La rétrocession
  
- ❖ Information et publicité sur le médicament
  - Définition et caractéristiques de la publicité (produits remboursés, produits grand public, échantillons/règles, loi « anti cadeaux », sanctions, obligations des personnes qui font de l'information et du démarchage sur le médicament)
  - Raisons et procédures des contrôles
  - Conséquences pour un délégué pharmaceutique, et pour les laboratoires
  - Les différents supports d'information et de publicité

### **3 – La pharmacovigilance**

- ❖ Définition de la pharmacovigilance
- ❖ Définition des effets indésirables, des effets indésirables graves, des effets indésirables inattendus, du mésusage
- ❖ Organisation et missions de la pharmacovigilance publique et industrielle (schéma), rattachement à l'AFSSAPS et au Ministère chargé de la santé
- ❖ Obligations des professionnels de santé, notification, rôle de chaque instance en fonction du niveau géographique
- ❖ Types de décisions (enquêtes, modifications du RCP, suspension ou retrait d'AMM, exemples)
- ❖ Liaison avec la pharmacovigilance européenne
- ❖ Obligations des industriels : personne responsable désignée, rapports réguliers (PSUR), imputabilité, obligation d'informer dans les 15 jours pour les cas graves
- ❖ Rôle délégué pharmaceutique

### **4 – La pharmacie d'officine**

- ❖ Les conditions générales d'exercice de la profession de pharmacien
- ❖ Les activités et responsabilités du pharmacien d'officine titulaire
- ❖ Le personnel de l'officine
- ❖ L'Ordre National des Pharmaciens

### **5 – Le métier de délégué pharmaceutique**

- ❖ Les activités et compétences du délégué pharmaceutique
- ❖ Conséquences des différentes notions développées pour l'exercice du métier de délégué pharmaceutique
- ❖ *Le cadre conventionnel de l'activité (formation initiale)*

## Module 5

### Techniques de vente, de conseil et de merchandising

#### 5.1. Techniques de vente et de conseil

##### Objectifs de formation

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↻ Utiliser les techniques de vente (entretien face à face)
- ↻ Analyser les points forts et les points faibles d'un entretien et en déduire les actions correctives
- ↻ Expliquer les techniques de la vente conseil et de la vente associée
- ↻ Expliquer leur intérêt commercial
- ↻ Utiliser les techniques pour motiver l'équipe officinale dans le domaine de la vente

##### Contenus

- ❖ Les techniques de prise de rendez-vous
- ❖ L'entretien de face-à-face
  - Etablir la relation
  - Identifier les besoins,
  - Répondre aux besoins de façon appropriée
  - Adapter son discours à l'interlocuteur
  - Faciliter l'expression de son interlocuteur, reformuler, expliciter
  - Orienter, recentrer l'entretien
  - Développer un argumentaire, négocier
  - Traiter les objections
  - Conclure la vente
- ❖ Analyse critique d'entretiens
  - Analyse des points forts et des points faibles de chaque étape de l'entretien et recherche des actions correctives
- ❖ Les principes de la vente conseil
  - Le conseil officinal : l'accueil, les questions à poser, les limites
  - L'information du public
  - Etude de cas comptoirs
  - Les techniques de vente associée
- ❖ Les principes du partenariat / la relation de confiance

## 5.2. Techniques de merchandising

### Objectifs de formation

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↳ Expliquer les avantages et l'intérêt commercial de l'exposition des produits
- ↳ Expliquer l'intérêt et les principes du merchandising

### Contenus

- ❖ Les principes et la méthode du merchandising
- ❖ Les offres commerciales de l'entreprise dans le domaine du merchandising

## **Module 6**

### **Connaissance du marché et politique commerciale de l'entreprise**

#### **6.1 Le marché**

##### **Objectifs de formation**

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↻ Identifier les différents marchés des médicaments
- ↻ Identifier l'environnement économique de la pharmacie
- ↻ Identifier le marché potentiel en fonction de la typologie des pharmacies
- ↻ Expliquer l'avantage commercial et financier du choix d'un produit ou d'un service pour une pharmacie à partir de la typologie et du mode de fonctionnement de cette pharmacie
- ↻ Expliquer les avantages différentiels des produits de l'entreprise
- ↻ Traiter les objections

##### **Contenus**

#### **1 – Les différents marchés des médicaments et les marchés des produits de l'entreprise :**

- ❖ Les marchés éthique, semi-éthique, OTC, ...
- ❖ Les grands segments du marché OTC
- ❖ Positionnement de l'entreprise
- ❖ Les marchés des produits :
  - positionnement des produits de l'entreprise sur ces marchés
  - positionnement de la concurrence (largeur de gamme, composition des produits, politique de prix, politique commerciale...)
  - positionnement des concurrents (clients, parts de marché...)
- ❖ Compositions, indications et contre-indications des produits concurrents
- ❖ Les avantages différentiels des produits de l'entreprise

#### **2 – La pharmacie et son environnement économique :**

- ❖ La pharmacie : chiffres et population / les différentes catégories / les groupements de pharmacie / Les évolutions économiques
- ❖ Les partenaires économiques d'une officine (circuits économiques de distribution)
- ❖ La typologie des pharmacies (rural, urbain...)

- ❖ Les règles de fonctionnement d'une officine (gestion informatisée, télétransmission, carte sésame vitale...)
- ❖ Les caractéristiques du personnel d'une pharmacie
- ❖ Les grandes caractéristiques de la gestion d'une pharmacie / les conditions de vente
- ❖ Les différents produits d'une officine / les différents types de spécialités
- ❖ La typologie des clients d'une officine et les évolutions de leurs habitudes de consommation

## 6.2 La politique commerciale et les outils associés

### Objectifs de formation

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↺ Expliquer les règles commerciales et leurs évolutions
- ↺ Identifier la politique commerciale de l'entreprise et l'ensemble des outils associés
- ↺ Choisir les outils de politique commerciale (moyens de promotion, conditions commerciales) adaptés à la typologie de l'officine dans le respect de la politique générale de l'entreprise
- ↺ Utiliser les indicateurs de suivi des ventes pour analyser des résultats de vente sur une zone donnée
- ↺ Expliquer les principes et l'utilisation des outils statistiques (GERS, Pharmatrend, Pharmastat, Xponet...)
- ↺ Négocier des conditions commerciales
- ↺ Elaborer un projet de commande, expliquer la facturation

### Contenus

#### 1 – La stratégie commerciale :

- ❖ Stratégie commerciale de l'entreprise
- ❖ Les règles commerciales et leurs évolutions
- ❖ Calcul de marge, calculs de conditions de prix, calcul de conditions commerciales
- ❖ Les différents types de services et de contrats proposés par l'entreprise
- ❖ Les plans d'action produits, les outils de promotion associés

#### 2 – L'analyse des résultats des ventes

- ❖ Calcul d'indicateurs (rapport visite/commandes, taux d'implantation du produit, distribution numérique...)
- ❖ Analyse des résultats de vente sur une zone donnée

## **Module 7**

### **Informatique et traitement des informations**

#### **Objectifs de formation**

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↪ Utiliser un fichier clientèle
- ↪ Utiliser les outils de transmission électronique de l'entreprise
- ↪ Renseigner et mettre à jour les différents fichiers

#### **Contenus**

- ❖ La gestion des fichiers
- ❖ Les fonctionnalités des logiciels de base de données
  - Principes et techniques de base
  - Fonctions avancées usuelles, liaisons
  - Consultation d'une base de données
- ❖ La transmission électronique
- ❖ Rédaction d'un rapport d'activité
- ❖ Transmission des commandes

## **Module 8**

### **Connaissance de l'entreprise / Politique qualité de l'entreprise**

#### **Objectifs de formation**

*A la fin du module de formation, le stagiaire doit être capable de ....*

- ↔ Intégrer dans son activité quotidienne les principes de fonctionnement et de gestion de l'entreprise
- ↔ Intégrer dans son activité quotidienne la notion de qualité du service client
- ↔ Expliquer le rôle et le fonctionnement des différents services d'une entreprise de l'Industrie Pharmaceutique
- ↔ Identifier les relations clients-fournisseurs internes (diriger le client vers le service approprié)
- ↔ Citer les principales règles de sécurité
- ↔ Orienter le client vers tous les services proposés sur les différents moyens de communication (Internet)

#### **Contenus**

- ❖ Le fonctionnement d'une entreprise
  - L'organigramme
  - Les différents services
  - Les relations fonctionnelles et hiérarchiques
  - Notions de base de gestion d'une entreprise
- ❖ Relations clients – fournisseurs (interface internes/externes)
  - Suivi des demandes des clients/fournisseurs
- ❖ La qualité du service client
  - les objectifs,
  - les indicateurs,
  - le service après-vente,
  - le traitement des réclamations/litiges
- ❖ Hygiène et sécurité : utilisation d'un véhicule de fonction, règles de sécurité de conduite...

*Un certain nombre de modules de formation pourront être abordés sous forme de jeux de rôle, mises en situation, études de cas pratiques*