



Certificateurs
• LES ENTREPRISES DU MEDICAMENT

Date d'échéance de l'enregistrement
• 10/09/2024

Publics
• Salarié(e)s
• Demandeurs d'emploi
• Jeunes

Accès
• Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant
• En contrat d'apprentissage
• Après un parcours de formation continue
• En contrat de professionnalisation
• Par expérience

OBJECTIFS ET CONTEXTE DE LA CERTIFICATION

Le titre à finalité professionnelle de visiteur médical est l'une des 3 voies qui permettent d'obtenir la carte professionnelle de ce métier. Ce métier réglementé par plusieurs accords de branches depuis 1988, et par la Charte de l'information par démarchage ou prospection visa la promotion des médicaments (signée en 2014 par le Leem et le CEPS).

Il a vocation à répondre aux besoins en compétences des entreprises en matière d'information promotionnelle des médicaments auprès des professionnels de santé, et de permettre aux candidats d'accéder à la carte professionnelle qui conditionne l'exercice du métier. Cette certification permet de valider des compétences liées à la promotion des produits de santé, à l'organisation d'actions de communications auprès des professionnels de santé et à l'élaboration et la mise en place d'un plan d'action sectoriel de promotion des produits de santé.

ACTIVITÉS VISÉES

- Analyse de l'organisation du système de santé
- Réalisation d'entretiens d'information et de promotion auprès des professionnels de santé
- Développement de relations avec les différents professionnels de santé
- Présentation du laboratoire et de son portefeuille de produits de santé
- Définition du plan d'action sectoriel en fonction de la stratégie de l'entreprise
- Organisation de son activité en lien avec les autres collaborateurs de l'entreprise

N° de fiche
RNCP37994

Nomenclature du niveau de qualification
Niveau 6

Code(s) NSF
331w : Commercialisation des produits médicaux

Formacodes
34580 : Visiteur médical

Code(s) ROME
D1405 - Conseil en information médicale

État
Active

COMPÉTENCES ATTESTÉES :

- Caractériser l'écosystème de santé en identifiant les différents acteurs, leurs missions et leurs besoins afin de recueillir les informations nécessaires à la préparation et à l'organisation des entretiens d'information et de promotion.
- 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 un objectif adapté à son interlocuteur.
- 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.
- 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.
- Organiser des actions de communication professionnelle en définissant les objectifs à atteindre, le contenu de l'action tout en prenant en compte les participants afin de développer son réseau professionnel.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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 proposer des éventuelles actions correctrices.

BLOCS DE COMPÉTENCES

Bloc de compétence 1 : Informer et promouvoir des produits de santé auprès des professionnels de santé

- Caractériser l'écosystème de santé en identifiant les différents acteurs, leurs missions et leurs besoins afin de recueillir les informations nécessaires à la préparation et à l'organisation des entretiens d'information et de promotion.
- 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 un objectif adapté à son interlocuteur.
- 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.
- 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.

Bloc de compétence 2 : Organiser des actions de communication et des relations professionnelles auprès des professionnels de santé

- Organiser des actions de communication professionnelle en définissant les objectifs à atteindre, le contenu de l'action tout en prenant en compte les participants afin de développer son réseau professionnel.
- 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.
- 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.
- 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.

Bloc de compétence 3 : Elaborer et mettre en œuvre un plan d'action sectoriel de promotion des produits de santé

- 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.
- 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.

- 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 proposer des éventuelles actions correctrices.

MODALITÉS D'ACQUISITION

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.

Modalité 2 : mode synchrone, le candidat est face au jury de certification pour une mise en situation professionnelle en mode présentiel (présentation puis séance de questions/réponses).

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteur d'activité

Industrie pharmaceutique : entreprises du médicament et prestataires de la visite médicale

Type d'emplois accessibles :

Visiteur médical, Attaché à la promotion du médicament, Délégué hospitalier, Délégué pharmaceutique, Délégué médical, Délégué à l'information médicale, Chargé de l'information promotionnelle, ...

ORGANISME DE FORMATION HABILITÉ