

1. Missions

- Le/la chef(fe) de gamme définit et met en œuvre la stratégie marketing d'une gamme de produits, d'un portefeuille produit ou d'un produit à forte valeur ajoutée et assure son développement auprès des pro de santé.
- Il/elle coordonne et décline en équipe la stratégie promotionnelle et environnementale du ou des produits, tout en optimisant le parcours de soins du patient dans le cadre de la réglementation au sein de l'entreprise.
- Il/elle coordonne et anime une équipe de chef(fe)s de projets pharmaceutiques.


2. Champs d'action

- **Définition de la stratégie marketing** : pilotage de la stratégie marketing d'un produit pharmaceutique ou d'une gamme à forte valeur ajoutée.
- **Déclinaison opérationnelle et suivi** : coordination marketing et communication.
- **Pilotage et analyse de la performance marketing** : réalisation d'une veille concurrentielle et suivi de la performance et du budget.
- **Management des équipes** : animation et coordination des équipes de chef(fe)s de projet.

3. Formations

- Pour devenir chef·fe de gamme, il est recommandé de suivre une formation de niveau Bac +5, avec une double compétence scientifique et marketing (ex : master en sciences, pharmacie ou médecine complété par une spécialisation en marketing, gestion, école de commerce ou d'ingénieur).

4. Débouchés

- Le métier permet d'évoluer vers des postes tels que responsable des études marketing, directeur·rice régional·e, responsable de l'accès au marché ou encore directeur·rice marketing .

5. Les + à avoir

- Être force de proposition sur le développement de l'activité et de l'organisme.
- Maîtriser la prise de parole en public.
- Avoir une bonne maîtrise de l'anglais.
- Savoir analyser des données et activer les bons leviers.
- Savoir animer et fédérer des équipes.



leem Chargé(e) de l'information promotionnelle du médicament

les entreprises
du médicament
Promotion &
Commercialisation



Les fiches métiers


1. Missions

- Le ou la chargé(e) de l'information promotionnelle du médicament informe les professionnels de santé sur les médicaments, dans le respect de la réglementation, des règles de la HAS et du bon usage du médicament.


2. Champs d'action

- **Mise en place d'un plan d'actions sectoriel** : élaborer un plan d'actions promotionnels et gérer le budget associé.
- **Information promotionnelle** : présenter les produits, identifier les besoins et animer des réunions d'information.
- **Veille sur l'environnement, les acteurs clés et les connaissances médicales et scientifiques** : améliorer les parcours de soins, analyser le terrain et suivre les besoins et la concurrence.
- **Remontées terrain** : recueillir les infos terrain et relayer les besoins des professionnels de santé.

3. Formations

- Pour devenir chargé-e de l'information promotionnelle du médicament, **plusieurs parcours sont possibles** : BTS, BUT ou licence scientifique (biologie, biochimie, biotechnologie), licence professionnelle dans les métiers de la promotion des produits de santé ou de la santé, ou encore un DU visiteur médical (Bac +2). 

4. Débouchés

- Le métier permet d'évoluer vers des postes comme délégué-e hospitalier-ère, chargé-e de pharmacovigilance, attaché-e de recherche clinique ou chargé-e de congrès médicaux. 

5. Les + à avoir

- Être à l'écoute, pour comprendre les besoins des pro de santé.
- S'adapter facilement aux interlocuteurs et aux situations.
- Être rigoureux-se et respectueux de la réglementation.
- Disposer d'une culture client.



Les fiches métiers

1. Missions

- Organiser les formations des pôles commercial et scientifique et déterminer la stratégie des exports mondiaux tout en s'occupant de tâches administratives comme la gestion de planning (Formation / Administration / Export).
- Gérer et diffuser des informations utiles à la vente du médicament (Informations promotionnelles).
- Déterminer la stratégie marketing et la développer en lien avec d'autres acteurs (Marketing).

2. Formations

- Plusieurs postes sont de niveau Bac+2 (BTS ou DUT) mais la majorité des métiers sont accessibles à partir d'un master 2.

3. Débouchés

- Après quelques années, il est possible, tout en restant dans sa branche, de changer de métier :
 - Chargé(e) de formation réseau, Directeur(trice) export... (Formation / Administration / Export).
 - Délégué(e) hospitalier(ère), Délégué(e) pharmaceutique, Directeur(trice) de zone, Directeur(trice régional)... (Information promotionnelle).
 - Chef(fe) de gamme, Chef(fe) de projets santé, Responsable marketing, Responsable médical(e)... (Marketing).

4. Salaire

- Le salaire varie beaucoup en fonction du poste occupé et de l'entreprise.

5. Les + à avoir

- Savoir travailler en mode projet.
- Être capable de travailler en transversalité.
- Maîtriser la prise de parole en public.
- Faire preuve d'aisance relationnelle.
- Pouvoir animer des réunions.

