

Répertoire national des certifications professionnelles

Délégué pharmaceutique

Active

N° de fiche

RNCP34931

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 5

Code(s) NSF :

- 331w : Commercialisation des produits médicaux

Formacode(s) :

- 34581 : technico-commercial

- 34580 : visiteur médical

Taux d'insertion global moyen à 6 mois : 80%

Date d'échéance de l'enregistrement : 14-09-2023

CERTIFICATEUR(S)

Nom légal	SIRET	Nom commercial	Site internet
FONDATION EFOM BORIS DOLTO	52885548900019	IFDMS FONDATION EFOM BORIS DOLTO	http://www.efom.fr (http://www.efom.fr)

RÉSUMÉ DE LA CERTIFICATION**Objectifs et contexte de la certification :**

La certification « délégué pharmaceutique » a pour objectif de valider les compétences techniques, scientifiques, commerciales, et organisationnelles nécessaires aux métiers de délégué pharmaceutique.

Le délégué pharmaceutique exerce son activité pour le compte d'une entreprise (laboratoire ou autre) ou d'un prestataire pharmaceutique, santé, ou parapharmaceutique (force de vente, grossiste répartiteur, dépositaire).

Son objectif est de promouvoir et vendre des produits/services en lien avec la santé à des professionnels de santé et assimilés (pharmacien et son équipe, médecin, chirurgien-dentiste, sage-femme, ou autres paramédicaux...) en pharmacie, parapharmacie, au cabinet, à l'hôpital, en clinique, en EHPAD ou autres établissements de santé, en respectant la stratégie définie par la direction et la réglementation pharmaceutique. Les produits qu'il commercialise sont :

- les médicaments génériques,
- les médicaments hors prescriptions (OTC et de conseil) à usage humain ou animal,
- les produits d'hygiène-beauté,
- les dispositifs médicaux,
- le matériel médical,

les produits vétérinaires,
 les compléments alimentaires,
 les plantes, les huiles,
 les accessoires, soins de confort, maintien à domicile, hospitalisation à domicile.

Activités visées :

1. Il organise son activité commerciale, notamment son plan de tournée et son agenda en respectant la stratégie de l'entreprise. Il prospecte un secteur géographique en créant ou développant un fichier prospects/clients de professionnels.
2. Il assure la fonction de "sell in", à savoir qu'il favorise le référencement des produits chez le client professionnel en les promouvant, en négociant (les prix, les volumes, les conditions commerciales...) en vue de conclure des ventes. Il peut réaliser ses ventes en face-à-face ou à distance.
3. Il assure la fonction de "sell out", à savoir qu'il met en place les différentes actions commerciales proposées par son entreprise à destination des clients du point de vente et susceptibles de favoriser la vente de ses produits au client final. Pour cela, il assure la formation des personnels, met en œuvre des animations et des actions de merchandising. Il conseille scientifiquement et techniquement le professionnel et son équipe.
4. Enfin, il assure le suivi administratif de son activité commerciale, rend compte de son activité via le reporting auprès de sa direction des ventes, et analyse ses résultats afin d'améliorer ses performances. Il est force de proposition.

Compétences attestées :

Élaborer un ciblage et une segmentation de prospect/client en évaluant le potentiel, la rentabilité et les risques, et en tenant compte de la concurrence existante et des priorités stratégiques (typologie client, taille, ciblage, objectifs...).

Vérifier le volume potentiel de prospects au regard des objectifs qualitatifs et quantitatifs, pour procéder à des réajustements, le cas échéant.

Planifier un plan de tournée en tenant compte des objectifs et des contraintes géographiques, à l'aide d'outils en vue d'optimiser les déplacements et les coûts.

Gérer son agenda en respectant le plan de tournée en vue d'optimiser la gestion du temps.

Mettre en œuvre les techniques de prise de rendez-vous téléphonique dans le cadre de la prospection et du suivi de clientèle pour maximiser les taux de rendez-vous.

Collecter et analyser des informations en amont de la négociation par la collecte ou l'observation de terrain, en vue de préparer son entretien de vente.

Découvrir les besoins d'un professionnel de santé en questionnant sur les dimensions de besoins de clientèle finale, d'objectifs de rentabilité, de volume en vue de sélectionner les arguments adaptés.

Sélectionner des arguments qualitatifs (arguments médicaux et techniques) adaptés aux besoins et traiter les objections pour inciter l'acte d'achat.

Intégrer la réglementation pharmaceutique dans les situations de vente et de conseil auprès des équipes officinales notamment en termes de réglementation commerciale (promotion, publicité), de déontologie.

Négocier les aspects quantitatifs (prix, volume, conditions de règlement, délais de livraison, stock...) en vue d'établir le bon de commande.

Réaliser des démonstrations d'utilisation de produits en respectant les procédures du fabricant afin de promouvoir le produit.

Promulguer des conseils sur la gestion des stocks, la fréquence des réassorts pour optimiser la rotation chez le client.

Renseigner un bon de commande en respectant le process de l'entreprise pour finaliser la vente.

Assurer la fidélisation de la clientèle par des moyens adaptés en vue de préparer une relation durable.

Dispenser une information scientifique en utilisant le vocabulaire idoine, en mobilisant ses connaissances scientifiques sur les notions de pathologies, symptômes, classes thérapeutiques, formes galéniques, contre-indication et les traduire en avantages pour le client final en vue de former le client.

Mettre en œuvre les techniques de merchandising propres aux produits pharmaceutiques/de santé, à l'aide d'outils promotionnels pour optimiser les ventes au consommateur final.

Organiser et animer un point de vente "santé" (officine ou parapharmacie) en vue d'optimiser les ventes au client final.

Assurer le suivi de l'administration des ventes en lien avec les services concernés en contrôlant la réalisation des étapes afin de fluidifier la chaîne d'information.

Analyser qualitativement une situation et identifier les éléments importants dans une optique commerciale en vue de mettre en place un plan d'actions correctives. Analyser quantitativement son activité sur le terrain en vue d'évaluer sa performance et de faire un reporting à sa hiérarchie.

Modalités d'évaluation :

Mise en situation réelle à écrite portant sur la planification d'une tournée (4 demi-journées).

Mise en situation simulée orale portant sur la prise de rendez-vous par téléphone (15 minutes).

Mise en situation réelle portant sur l'observation physique d'une officine (1 journée + oral 15 minutes).

Mise en situation simulée orale portant sur l'entretien de vente (15 minutes).

Évaluation écrite sur le contrôle de connaissances (3 heures).

Mise en situation simulée orale portant sur la mise en avant des produits (formation, animation) (20 minutes).

Mise en situation réelle écrite portant sur l'administration des ventes et le reporting.

Soutenance orale visant l'activité et la performance commerciale (30 minutes).

BLOCS DE COMPÉTENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
RNCP34931BC01 Organisation et gestion de l'activité commerciale itinérante d'un délégué pharmaceutique	Élaborer un ciblage et une segmentation de prospects/clients en évaluant le potentiel, la rentabilité et les risques, et en tenant compte de la concurrence existante et des priorités stratégiques (typologie client, taille, ciblage, objectifs...). Vérifier le volume potentiel de prospects au regard des objectifs qualitatifs et quantitatifs et le réajuster le cas échéant. Planifier un plan de tournée en tenant compte des objectifs et des contraintes géographiques, à l'aide d'outils, en vue d'optimiser les déplacements et les coûts. Gérer son agenda en respectant le plan de tournée. Mettre en œuvre les techniques de prise de rendez-vous téléphonique dans le cadre de la prospection et du suivi de clientèle.	Mise en situation professionnelle simulée à l'écrit, sous forme d'étude de cas, portant sur l'organisation de la prospection, la planification d'une tournée, et le reporting de l'administration des ventes. Mise en situation professionnelle simulée à l'oral, portant sur la prise de rendez-vous par téléphone.
RNCP34931BC02 Promotion, négociation et vente de produits / prestations de santé auprès des professionnels de santé (sell in)	Collecter et analyser des informations en amont de la négociation par la collecte ou l'observation terrain. Découvrir les besoins d'un professionnel de santé en questionnant sur les dimensions de besoins de clientèle finale, d'objectifs de rentabilité, et de volume. Sélectionner des arguments qualitatifs (arguments médicaux et techniques) adaptés aux besoins, et traiter les objections. Intégrer la réglementation pharmaceutique dans les situations de vente et de conseil après des équipes officinales, notamment en	Mise en situation professionnelle simulée orale portant sur l'entretien de vente et le conseil. Évaluation écrite portant sur le contrôle de connaissances sur des aspects scientifiques de chaque domaine de pathologie et sur la réglementation. Mise en situation professionnelle réelle portant sur l'observation physique d'une officine,

	<p>termes de réglementation commerciale (promotion, publicité), et de déontologie.</p> <p>Négocier les aspects quantitatifs (prix, volume, conditions de règlement, délais de livraison, stock...).</p> <p>Réaliser des démonstrations d'utilisation de produits en respectant les procédures du fabricant.</p> <p>Promulguer des conseils sur la gestion des stocks et la fréquence des réassorts pour optimiser la rotation.</p> <p>Renseigner un bon de commande en respectant le process de l'entreprise.</p> <p>Assurer la fidélisation de la clientèle par des moyens adaptés.</p>	<p>suivie par une évaluation orale.</p>
<p>RNCP34931BC03</p> <p>Formation de l'équipe officinale, mise en avant des produits, animation (sell out)</p>	<p>Dispenser une information scientifique en utilisant le vocabulaire idoine, en mobilisant ses connaissances scientifiques sur les notions de pathologies, symptômes, classes thérapeutiques, formes galéniques, contre-indications, et les traduire en avantages pour le client final.</p> <p>Mettre en œuvre les techniques de merchandising propres aux produits pharmaceutiques/de santé à l'aide d'outils promotionnels pour optimiser les ventes au consommateur final.</p> <p>Planifier et animer un point de vente "santé" (officine ou parapharmacie).</p>	<p>Mise en situation professionnelle simulée orale portant sur la mise en avant des produits, sur le merchandising, la formation, et l'animation.</p>
<p>RNCP34931BC04</p> <p>Suivi administratif et commercial de l'activité</p>	<p>Assurer le suivi de l'administration des ventes en lien avec les services concernés en contrôlant la réalisation des étapes.</p> <p>Analyser qualitativement une situation et identifier les éléments importants dans une optique commerciale.</p>	<p>Étude de cas portant sur les outils du reporting, le rapport d'activité, et l'analyse de la performance.</p>

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

La certification est validée par la cumulation des blocs de compétences.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Industriel fabricant ou revendeur de :

- médicaments (automédication et prescription)
- dispositifs médicaux (matériel)
- produits de parapharmacie (dermocosmétiques/diététique...)
- services apportés aux pharmacies d'officines.

Type d'emplois accessibles :

Délégué pharmaceutique, pouvant prendre les appellations suivantes :

- Délégué commercial en officine ;

- Délégué commercial hospitalier ;
- Délégué commercial pharmaceutique ;
- Délégué commercial pharmacie ;
- Délégué technico-commercial pharmacie ;
- Attaché commercial pharmacie ;
- Attaché hospitalier ;
- Attaché médico-pharmaceutique ;
- Business développeur comptes clés hospitaliers ;
- Commercial en matériel médical ;
- Commercial santé ;
- Responsable commercial biomédical ;
- Responsable commercial dispositifs médicaux ;
- Technicien biomédical ;
- Technico-commercial santé ;
- VRP en pharmacie ;
- Représentant en pharmacie ;
- Attaché technico-commercial pharmaceutique ;
- Délégué commercial hospitalier pharmacie ;
- Promoteur des ventes dispositifs médicaux ;
- Conseiller en optimisation officine ;
- Consultant en développement officinal ;
- Conseiller développement pharmaceutique ;
- Formateur merchandiseur animateur en pharmacie ;
- Formateur officinal.

Code(s) ROME :

- D1405 - Conseil en information médicale

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCÈS

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

Justifier d'une certification professionnelle de niveau 4, avec au moins un an d'expérience professionnelle dans la fonction commerciale, administrative, de gestion ou dans le domaine de la santé **OU** Justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans le domaine de la santé (préparateur en pharmacie, aide soignant...) ou d'une expérience commerciale, administrative ou de gestion.

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant		X	-
Après un parcours de formation continue	X		<p>Le jury de certification est composé de 4 personnes :</p> <p>Deux personnes en interne : la directrice de l'école (présidente du jury), le responsable pédagogique ou un formateur.</p> <p>Deux personnes externes, soit 2 professionnels exerçant soit au sein d'un laboratoire ou d'une entreprise du secteur de la santé, ou d'un cabinet de recrutement, ayant des fonctions</p>

Durée de l'enregistrement en années	
Date d'échéance de l'enregistrement	14-09-2023

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Statistiques :

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours vae	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2018	29	0	88	50	50
2017	29	0	93	82	-

Lien internet vers le descriptif de la certification :

www.efom.fr

Organisme(s) préparant à la certification :

Nom légal	Rôle
GROUP ECOLES METIERS DE LA SANTE	Habilitation pour former et organiser l'évaluation

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation

(<https://certifpro.francecompetences.fr/webapp/services/enregistrementDroit/documentDownload/20366/147346>)

Répertoire national des certifications professionnelles

Délégué pharmaceutique

Active

N° de fiche

RNCP34931

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 5

Code(s) NSF :

- 331w : Commercialisation des produits médicaux

Formacode(s) :

- 34581 : technico-commercial

- 34580 : visiteur médical

Taux d'insertion global moyen à 6 mois : 80%

Date d'échéance de l'enregistrement : 14-09-2023

CERTIFICATEUR(S)

Nom légal	SIRET	Nom commercial	Site internet
FONDATION EFOM BORIS DOLTO	52885548900019	IFDMS FONDATION EFOM BORIS DOLTO	http://www.efom.fr (http://www.efom.fr)

RÉSUMÉ DE LA CERTIFICATION**Objectifs et contexte de la certification :**

La certification « délégué pharmaceutique » a pour objectif de valider les compétences techniques, scientifiques, commerciales, et organisationnelles nécessaires aux métiers de délégué pharmaceutique.

Le délégué pharmaceutique exerce son activité pour le compte d'une entreprise (laboratoire ou autre) ou d'un prestataire pharmaceutique, santé, ou parapharmaceutique (force de vente, grossiste répartiteur, dépositaire).

Son objectif est de promouvoir et vendre des produits/services en lien avec la santé à des professionnels de santé et assimilés (pharmacien et son équipe, médecin, chirurgien-dentiste, sage-femme, ou autres paramédicaux...) en pharmacie, parapharmacie, au cabinet, à l'hôpital, en clinique, en EHPAD ou autres établissements de santé, en respectant la stratégie définie par la direction et la réglementation pharmaceutique. Les produits qu'il commercialise sont :

- les médicaments génériques,
- les médicaments hors prescriptions (OTC et de conseil) à usage humain ou animal,
- les produits d'hygiène-beauté,
- les dispositifs médicaux,
- le matériel médical,

les produits vétérinaires,
 les compléments alimentaires,
 les plantes, les huiles,
 les accessoires, soins de confort, maintien à domicile, hospitalisation à domicile.

Activités visées :

1. Il organise son activité commerciale, notamment son plan de tournée et son agenda en respectant la stratégie de l'entreprise. Il prospecte un secteur géographique en créant ou développant un fichier prospects/clients de professionnels.
2. Il assure la fonction de "sell in", à savoir qu'il favorise le référencement des produits chez le client professionnel en les promouvant, en négociant (les prix, les volumes, les conditions commerciales...) en vue de conclure des ventes. Il peut réaliser ses ventes en face-à-face ou à distance.
3. Il assure la fonction de "sell out", à savoir qu'il met en place les différentes actions commerciales proposées par son entreprise à destination des clients du point de vente et susceptibles de favoriser la vente de ses produits au client final. Pour cela, il assure la formation des personnels, met en œuvre des animations et des actions de merchandising. Il conseille scientifiquement et techniquement le professionnel et son équipe.
4. Enfin, il assure le suivi administratif de son activité commerciale, rend compte de son activité via le reporting auprès de sa direction des ventes, et analyse ses résultats afin d'améliorer ses performances. Il est force de proposition.

Compétences attestées :

Élaborer un ciblage et une segmentation de prospect/client en évaluant le potentiel, la rentabilité et les risques, et en tenant compte de la concurrence existante et des priorités stratégiques (typologie client, taille, ciblage, objectifs...).

Vérifier le volume potentiel de prospects au regard des objectifs qualitatifs et quantitatifs, pour procéder à des réajustements, le cas échéant.

Planifier un plan de tournée en tenant compte des objectifs et des contraintes géographiques, à l'aide d'outils en vue d'optimiser les déplacements et les coûts.

Gérer son agenda en respectant le plan de tournée en vue d'optimiser la gestion du temps.

Mettre en œuvre les techniques de prise de rendez-vous téléphonique dans le cadre de la prospection et du suivi de clientèle pour maximiser les taux de rendez-vous.

Collecter et analyser des informations en amont de la négociation par la collecte ou l'observation de terrain, en vue de préparer son entretien de vente.

Découvrir les besoins d'un professionnel de santé en questionnant sur les dimensions de besoins de clientèle finale, d'objectifs de rentabilité, de volume en vue de sélectionner les arguments adaptés.

Sélectionner des arguments qualitatifs (arguments médicaux et techniques) adaptés aux besoins et traiter les objections pour inciter l'acte d'achat.

Intégrer la réglementation pharmaceutique dans les situations de vente et de conseil auprès des équipes officinales notamment en termes de réglementation commerciale (promotion, publicité), de déontologie.

Négocier les aspects quantitatifs (prix, volume, conditions de règlement, délais de livraison, stock...) en vue d'établir le bon de commande.

Réaliser des démonstrations d'utilisation de produits en respectant les procédures du fabricant afin de promouvoir le produit.

Promulguer des conseils sur la gestion des stocks, la fréquence des réassorts pour optimiser la rotation chez le client.

Renseigner un bon de commande en respectant le process de l'entreprise pour finaliser la vente.

Assurer la fidélisation de la clientèle par des moyens adaptés en vue de préparer une relation durable.

Dispenser une information scientifique en utilisant le vocabulaire idoine, en mobilisant ses connaissances scientifiques sur les notions de pathologies, symptômes, classes thérapeutiques, formes galéniques, contre-indication et les traduire en avantages pour le client final en vue de former le client.

Mettre en œuvre les techniques de merchandising propres aux produits pharmaceutiques/de santé, à l'aide d'outils promotionnels pour optimiser les ventes au consommateur final.

Organiser et animer un point de vente "santé" (officine ou parapharmacie) en vue d'optimiser les ventes au client final.

Assurer le suivi de l'administration des ventes en lien avec les services concernés en contrôlant la réalisation des étapes afin de fluidifier la chaîne d'information.

Analyser qualitativement une situation et identifier les éléments importants dans une optique commerciale en vue de mettre en place un plan d'actions correctives. Analyser quantitativement son activité sur le terrain en vue d'évaluer sa performance et de faire un reporting à sa hiérarchie.

Modalités d'évaluation :

Mise en situation réelle à écrite portant sur la planification d'une tournée (4 demi-journées).

Mise en situation simulée orale portant sur la prise de rendez-vous par téléphone (15 minutes).

Mise en situation réelle portant sur l'observation physique d'une officine (1 journée + oral 15 minutes).

Mise en situation simulée orale portant sur l'entretien de vente (15 minutes).

Évaluation écrite sur le contrôle de connaissances (3 heures).

Mise en situation simulée orale portant sur la mise en avant des produits (formation, animation) (20 minutes).

Mise en situation réelle écrite portant sur l'administration des ventes et le reporting.

Soutenance orale visant l'activité et la performance commerciale (30 minutes).

BLOCS DE COMPÉTENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
RNCP34931BC01 Organisation et gestion de l'activité commerciale itinérante d'un délégué pharmaceutique	Élaborer un ciblage et une segmentation de prospects/clients en évaluant le potentiel, la rentabilité et les risques, et en tenant compte de la concurrence existante et des priorités stratégiques (typologie client, taille, ciblage, objectifs...). Vérifier le volume potentiel de prospects au regard des objectifs qualitatifs et quantitatifs et le réajuster le cas échéant. Planifier un plan de tournée en tenant compte des objectifs et des contraintes géographiques, à l'aide d'outils, en vue d'optimiser les déplacements et les coûts. Gérer son agenda en respectant le plan de tournée. Mettre en œuvre les techniques de prise de rendez-vous téléphonique dans le cadre de la prospection et du suivi de clientèle.	Mise en situation professionnelle simulée à l'écrit, sous forme d'étude de cas, portant sur l'organisation de la prospection, la planification d'une tournée, et le reporting de l'administration des ventes. Mise en situation professionnelle simulée à l'oral, portant sur la prise de rendez-vous par téléphone.
RNCP34931BC02 Promotion, négociation et vente de produits / prestations de santé auprès des professionnels de santé (sell in)	Collecter et analyser des informations en amont de la négociation par la collecte ou l'observation terrain. Découvrir les besoins d'un professionnel de santé en questionnant sur les dimensions de besoins de clientèle finale, d'objectifs de rentabilité, et de volume. Sélectionner des arguments qualitatifs (arguments médicaux et techniques) adaptés aux besoins, et traiter les objections. Intégrer la réglementation pharmaceutique dans les situations de vente et de conseil après des équipes officielles, notamment en	Mise en situation professionnelle simulée orale portant sur l'entretien de vente et le conseil. Évaluation écrite portant sur le contrôle de connaissances sur des aspects scientifiques de chaque domaine de pathologie et sur la réglementation. Mise en situation professionnelle réelle portant sur l'observation physique d'une officine,

	<p>termes de réglementation commerciale (promotion, publicité), et de déontologie.</p> <p>Négocier les aspects quantitatifs (prix, volume, conditions de règlement, délais de livraison, stock...).</p> <p>Réaliser des démonstrations d'utilisation de produits en respectant les procédures du fabricant.</p> <p>Promulguer des conseils sur la gestion des stocks et la fréquence des réassorts pour optimiser la rotation.</p> <p>Renseigner un bon de commande en respectant le process de l'entreprise.</p> <p>Assurer la fidélisation de la clientèle par des moyens adaptés.</p>	<p>suivie par une évaluation orale.</p>
<p>RNCP34931BC03</p> <p>Formation de l'équipe officinale, mise en avant des produits, animation (sell out)</p>	<p>Dispenser une information scientifique en utilisant le vocabulaire idoine, en mobilisant ses connaissances scientifiques sur les notions de pathologies, symptômes, classes thérapeutiques, formes galéniques, contre-indications, et les traduire en avantages pour le client final.</p> <p>Mettre en œuvre les techniques de merchandising propres aux produits pharmaceutiques/de santé à l'aide d'outils promotionnels pour optimiser les ventes au consommateur final.</p> <p>Planifier et animer un point de vente "santé" (officine ou parapharmacie).</p>	<p>Mise en situation professionnelle simulée orale portant sur la mise en avant des produits, sur le merchandising, la formation, et l'animation.</p>
<p>RNCP34931BC04</p> <p>Suivi administratif et commercial de l'activité</p>	<p>Assurer le suivi de l'administration des ventes en lien avec les services concernés en contrôlant la réalisation des étapes.</p> <p>Analyser qualitativement une situation et identifier les éléments importants dans une optique commerciale.</p>	<p>Étude de cas portant sur les outils du reporting, le rapport d'activité, et l'analyse de la performance.</p>

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

La certification est validée par la cumulation des blocs de compétences.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Industriel fabricant ou revendeur de :

- médicaments (automédication et prescription)
- dispositifs médicaux (matériel)
- produits de parapharmacie (dermocosmétiques/diététique...)
- services apportés aux pharmacies d'officines.

Type d'emplois accessibles :

Délégué pharmaceutique, pouvant prendre les appellations suivantes :

- Délégué commercial en officine ;

- Délégué commercial hospitalier ;
- Délégué commercial pharmaceutique ;
- Délégué commercial pharmacie ;
- Délégué technico-commercial pharmacie ;
- Attaché commercial pharmacie ;
- Attaché hospitalier ;
- Attaché médico-pharmaceutique ;
- Business développeur comptes clés hospitaliers ;
- Commercial en matériel médical ;
- Commercial santé ;
- Responsable commercial biomédical ;
- Responsable commercial dispositifs médicaux ;
- Technicien biomédical ;
- Technico-commercial santé ;
- VRP en pharmacie ;
- Représentant en pharmacie ;
- Attaché technico-commercial pharmaceutique ;
- Délégué commercial hospitalier pharmacie ;
- Promoteur des ventes dispositifs médicaux ;
- Conseiller en optimisation officine ;
- Consultant en développement officinal ;
- Conseiller développement pharmaceutique ;
- Formateur merchandiseur animateur en pharmacie ;
- Formateur officinal.

Code(s) ROME :

- D1405 - Conseil en information médicale

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCÈS

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

Justifier d'une certification professionnelle de niveau 4, avec au moins un an d'expérience professionnelle dans la fonction commerciale, administrative, de gestion ou dans le domaine de la santé OU Justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans le domaine de la santé (préparateur en pharmacie, aide soignant...) ou d'une expérience commerciale, administrative ou de gestion.

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant		X	-
Après un parcours de formation continue	X		Le jury de certification est composé de 4 personnes : Deux personnes en interne : la directrice de l'école (présidente du jury), le responsable pédagogique ou un formateur. Deux personnes externes, soit 2 professionnels exerçant soit au sein d'un laboratoire ou d'une entreprise du secteur de la santé, ou d'un cabinet de recrutement, ayant des fonctions

Durée de l'enregistrement en années	
Date d'échéance de l'enregistrement	14-09-2023

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Statistiques :

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours vae	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2018	29	0	88	50	50
2017	29	0	93	82	*

Lien internet vers le descriptif de la certification :

www.efom.fr

Organisme(s) préparant à la certification :

Nom légal	Rôle
GROUP ECOLES METIERS DE LA SANTE	Habilitation pour former et organiser l'évaluation

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation

(<https://certifpro.francecompetences.fr/webapp/services/enregistrementDroit/documentDownload/20366/147346>)

