

## Pharmacien chef de produit







#### Métier



Dans le secteur de l'industrie pharmaceutique, il a pour mission de concevoir et mettre en œuvre la **stratégie marketing** pour le(s) produit(s) dont il a la responsabilité. Avec l'objectif de gagner en rentabilité et en parts de marché, il doit rendre visible ses produits dans une **démarche innovante** et en apportant une **information** de qualité sur les médicaments.

- Définit, élabore et met en oeuvre la stratégie marketing des produits (planification, budgétisation, plan de développement des produits, presse, relations publiques, marketing direct; organisation de congrès, manifestations produits, internet);
- Présente des **campagnes de promotion** sur les produits aux équipes d'information médicale et de vente ;
- Propose, gère et contrôle le **budget** du produit ;
- Élabore des documents, outils, matériels de promotion dans le respect des contraintes réglementaires et juridiques ;
- Analyse les marchés potentiels ;
- Propose de nouveaux développements produits et éventuellement de conditionnements ;
- Forme et informe des équipes d'information médicale et de vente ;
- Sélectionne, valide et contrôle des fournisseurs ou des sous-traitants (appels d'offres, négociation, rédaction du cahier des charges...);
- Suit des stocks de produits ;
- Contrôle des ventes de produits par rapport aux objectifs ;
- Analyse des résultats des actions de communication ;
- Effectue une veille concurrentielle du marché et de la concurrence ;
- Collabore avec les autorités de santé en cas d'enquête de pharmacovigilance.

## Pharmacien chef de produit



#### Domaine Lieu d'exercice

Industrie pharmaceutique



## Relations professionnelles



Collaboration avec les autres départements du laboratoire (ventes, médical, affaires réglementaires, affaires économiques...), relation avec les pharmaciens hospitaliers ou d'officine (selon le type de produit concerné) et les prescripteurs.



### Compétences à développer

- Connaissance des produits, du marché et des acteurs de santé, de la stratégie marketing pour ses produits et de la réglementation pharmaceutique, notamment en matière de publicité.
- Identifier, comprendre et exploiter les grandes tendances de société, les attentes des patients et des professionnels de santé, pour les traduire au plan commercial et de manière innovante.



#### **Formations**

#### Formations complémentaires

Ecole de marketing ou de commerce



Anglais indispensable



## Qualités requises



- Maîtrise des outils numériques et logiciels de bureautique ;
- Être un bon communicant, utiliser des techniques d'expression écrites et orales adaptées en fonction du message à délivrer et du public cible ;
- Dynamisme, adaptabilité, force de proposition, rigueur et sens de l'organisation ;
- Sens du relationnel, capacité à travailler en mode projet avec des équipes pluridisciplinaires et éventuellement internationales ;
- Sens de l'organisation ;

**Obligatoire** 

Diplôme d'État de

docteur en pharmacie.

• Ouverture intellectuelle, capacité d'anticipation..

# Mobilité professionnelle et géographique

 Autres départements (médical, affaires réglementaires) du groupe pharmaceutique, autorités de santé, organismes publics de recherche (universités, CNRS, INSERM), autres filiales dans un groupe (expatrié).

#### Rémunération

• Salaire variable selon expérience et responsabilités confiées.