

Annexe à la directive relative au règlement de l'examen professionnel de « Spécialiste pharmaceutique avec brevet fédéral »

Objectifs d'apprentissage pour l'examen écrit	Ponderation total	Niveaux des objectifs d'apprentissage			Nombre
		Savoir	Compréhension	Application	
Total questions d'examen					90
1. Fondements juridiques et éthiques	15 %	73%	21 %	6 %	13
1. 1. LPTTh et OPuM	25 %	66 %	21 %	13 %	3
1. 2. LAMal et OAMal	30 %	78 %	14 %	8 %	4
1. 3. CP & CCP	25 %	68 %	32 %	0 %	3
1. 4. Autorités	20 %	78 %	20 %	2 %	3
2. Informer et conseiller correctement	65 %	71 %	24 %	5 %	59
2. 1. Pharmacodynamique	11 %	70 %	29 %	1 %	7
2. 2. Pharmacocinétique	21 %	58 %	24 %	18 %	12
2. 3. Anatomie, Physiologie, Pathophysiologie	53 %	80 %	20 %	0 %	31
2.3.01. Système nerveux	10 %	97 %	3 %	0 %	3
2.3.02. Système endocrinien	5 %	85 %	15 %	0 %	1
2.3.03. Système cardio-vasculaire	25 %	77 %	23 %	0 %	8
2.3.04. Voies respiratoires	10 %	76 %	24 %	0 %	3
2.3.05. Voies gastro-intestinales	15 %	70 %	30 %	0 %	5
2.3.06. Système urogénital	10 %	73 %	27 %	0 %	3
2.3.07. Système musculo-squelettal	2 %	79 %	21 %	0 %	1
2.3.08. Dermatologie	3 %	79 %	21 %	0 %	1
2.3.09. Ophtalmologie	2 %	80 %	20 %	0 %	1
2.3.10. Oncologie	6 %	100 %	0 %	0 %	2
2.3.11. Maladies infectieuses	5 %	80 %	20 %	0 %	1
2.3.12. Système immunitaire	5 %	88 %	12 %	0 %	1
2.3.13. Douleur	2 %	80 %	20 %	0 %	1
2.4. Etudes cliniques	10 %	69 %	22 %	9 %	6
2.5. Termes spécialisés du domaine médical	5 %	28 %	67 %	5 %	3
3. Marché pharmaceutique	10 %	67 %	21 %	12 %	9
3.1. Système de santé	10 %	80 %	20 %	0 %	1
3.2. Unions professionnelles, associations professionnelles, associations	40 %	90 %	8 %	2 %	4
3.3. Distribution de produits pharmaceutiques	50 %	45 %	32 %	23 %	4
4. Economie d'entreprise	10 %	53 %	40 %	7 %	9
4.1. Terminologie de base de l'économie d'entreprise	50 %	60 %	40 %	0 %	4
4.2. Prix	20 %	50 %	50 %	0 %	2
4.3. Mercatique	30 %	44 %	32 %	24 %	3

Tableau des compétences opérationnelles

Domaines de compétences opérationnelles	Compétences opérationnelles						
	1	2	3	4	5	6	7
A Conduite d'entretiens avec des experts du secteur de la santé	Planifier et effectuer des visites selon les consignes puis réaliser les travaux ultérieurs nécessaires, assurer un suivi clientèle compétent, à l'appui de connaissances fondées. Établir des contacts durables, devenir le premier interlocuteur	Préparer l'entretien en fonction des objectifs; réunir ou actualiser pour cela les documents nécessaires	Identifier rapidement les besoins des professionnels et informer ceux-ci avec objectivité, présenter au client des solutions utiles	Montrer aux professionnels la contribution que représente un médicament dans le succès thérapeutique, réceptionner les demandes et les traiter dans les règles	Évaluer et estimer les nouveaux clients potentiels puis les gagner; présenter et introduire les nouveaux produits et les extensions d'indications sur le marché	Suivre de près le développement du marché et en tirer des conclusions utiles pour le secteur de travail et l'entreprise avec savoir-faire, et réagir aux changements à un stade précoce	Organiser des séminaires de formation continue locaux, assister à des congrès et acquérir des connaissances par soi-même à des fins de perfectionnement
B Informations et conseils de groupe dans le secteur de la santé	Identifier les différents types et formes de réseaux et de groupements (d'achat), ainsi que leurs besoins, et en tenir compte pour leur prise en charge	Nouer et entretenir des contacts avec des groupements, maintenir ou accroître les chiffres d'affaires	Développer, présenter et mettre en œuvre des mesures pour le suivi de réseaux et de groupements (d'achat)	Prendre l'initiative de négociations avec des réseaux et des groupements et y participer	Collaborer avec des experts internes et externes	Suivre de près le développement du marché et en tirer des conclusions utiles pour le secteur de travail et l'entreprise avec savoir-faire, et réagir aux changements à un stade précoce	Organiser des séminaires de formation continue locaux, acquérir des connaissances par soi-même à des fins de perfectionnement
C Planification de mesures dans le secteur de travail	Se procurer des informations, des données et des nouveautés pertinentes, les mettre à jour régulièrement et les interpréter	Définir et mettre en œuvre des activités et un plan d'action en fonction des objectifs, des contacts à établir, des consignes de secteur et des besoins des clients	Planifier ses déplacements de manière rationnelle et dans un souci écologique	Suivre de près le développement du marché et en tirer des conclusions utiles pour le secteur de travail et l'entreprise avec savoir-faire, et réagir aux changements à un stade précoce			

A Conduite d'entretiens de conseil avec des experts du secteur de la santé

Description du domaine de compétences opérationnelles

Les spécialistes pharmaceutiques (SPha) ont pour tâche essentielle d'informer et de conseiller les *Healthcare Professionals* (HCP), en particulier les médecins et les pharmaciens, ainsi que d'autres professionnels des secteurs ambulatoire et hospitalier stationnaire. Les formes d'interaction les plus fréquentes sont les entretiens individuels sur place ou à l'occasion de congrès ou de séminaires. Les SPha préparent leurs visites chez le client au cas par cas en se fixant des objectifs et en définissant une ligne de conduite globale. Les visites ont généralement lieu sur rendez-vous.

Les SPha étudient les besoins des clients et s'y réfèrent sur un mode argumentatif. Ils s'appuient pour cela, au gré des situations, sur la documentation de l'entreprise.

Les SPha sont confrontés aux questions d'ordre médical de leurs clients. Lorsqu'ils ne peuvent y répondre ou ne sont pas autorisés à le faire, ils les transmettent pour traitement au service compétent de leur entreprise et s'assurent que le client reçoive une réponse. Forts de leur savoir professionnel et de leurs connaissances approfondies des clients, les SPha savent mettre en balance les besoins du client et les intérêts de l'entreprise pour prendre les bonnes décisions. Ils sont le trait d'union entre l'entreprise et le client.

Les SPha prennent acte des demandes d'appui et les transmettent à l'instance compétente de leur entreprise. Ils veillent à ce que les personnes responsables soient associées au traitement des demandes et à ce que le client reçoive une réponse dans les délais convenus.

Contexte

La clientèle des SPha est formée de professionnels de la santé et de l'économie des secteurs ambulatoire et hospitalier stationnaire (notamment des médecins, pharmaciens et acheteurs de prestations). Ils s'occupent aussi de réseaux de médecins et de réseaux hospitaliers intégrés horizontalement ou verticalement ainsi que de combinaisons de tels groupes. Dans leur domaine d'activité, les SPha sont responsables de clients ou de groupes de clients et/ou de secteurs géographiques définis. Ils font la promotion des produits et des services de l'entreprise, s'identifient à celle-ci et à ses objectifs. Ils planifient de manière autonome ou selon les consignes leurs visites et autres activités, se servent pour cela avec pertinence de la documentation mise à leur disposition par l'entreprise et utilisent les ressources dans un souci de la durabilité.

Les SPha font en sorte d'aborder les clients dans une présentation soignée et avenante. Ils observent à ce titre les règles adéquates et travaillent avec professionnalisme pour s'assurer d'un bon accueil. Les entretiens ont souvent lieu chez le client dans son cabinet ou à l'hôpital, ce qui suppose de multiples déplacements professionnels, par les transports publics et/ou privés.

Pour pouvoir effectuer leur travail, les SPha possèdent des connaissances professionnelles très étendues dans les domaines suivants: médecine, sécurité des médicaments, pharmacologie, loi sur l'assurance-maladie, législation relative aux médicaments, éthique (y compris Code pharmaceutique et Code de coopération pharmaceutique ainsi que les codes en vigueur dans le corps médical: directives de l'ASSM, H+ Code of Conduct, réglementation pour la formation postgrade (RFP), économie d'entreprise et système de santé suisse. Ils sont parfaitement informés des grands changements affectant le secteur de la santé et le marché pharmaceutique. Les SPha communiquent avec aisance avec divers spécialistes, ont une bonne expression orale et écrite, et emploient un langage compréhensible. Ils établissent de nouvelles relations. Ils ont pour tâche de maintenir les relations commerciales existantes et d'introduire de nouveaux médicaments ou extensions de leurs indications. Dans leurs activités, les SPha se servent de la documentation, des matériels et des moyens techniques TIC (technologie de l'information et de la communication) fournis par l'entreprise et appliquent une technique de travail adéquate.

L'évolution constante du système de santé et les avancées thérapeutiques contraignent les SPha à se tenir informés des derniers développements en matière de réglementation et de concurrence afin de les intégrer dans la préparation et le déroulement de leurs activités de prospection et leurs entretiens avec les clients.

Dans le traitement de questions d'ordre médical ou de demandes d'appui, les SPha doivent prendre la mesure de leur compétence décisionnelle. Selon la situation, ils s'attachent le concours d'autres spécialistes ou de leurs supérieurs hiérarchiques. Dans leur travail, les SPha observent les dispositions légales, les règles d'éthique et les règlements internes.

Les SPha peuvent mettre leurs vastes connaissances au service de leur domaine de compétences opérationnelles (domaine CO) «Planification de mesures dans le secteur de travail» et «Information et conseils de groupe dans le secteur de la santé». La connaissance des développements les plus récents touchant le secteur de la santé et le marché pharmaceutique suisse est une autre interface entre ces divers domaines de compétences.

Compétences opérationnelles	Précisions/objectifs/contenus	Critères
A1 – Connaître et comprendre les clients	Les SPha possèdent une grande connaissance de leurs clients (dans leur secteur)	<p>Les spécialistes pharmaceutiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - planifient les visites conformément aux consignes et aux critères fournis par l'entreprise (segmentation/ciblage) d'utilisation durable des ressources; - acquièrent une compréhension étendue des attentes et des besoins de leurs clients afin de devenir un interlocuteur estimé; - formulent les objectifs de la visite au client; - décident du mode de préparation de la visite en fonction de son objectif; - choisissent la documentation et le matériel adéquats fournis par l'entreprise, conformément à la réglementation; - se préparent soigneusement pour chaque visite/entretien avec un client; - actualisent leurs connaissances du médicament à l'appui des informations professionnelles les plus récentes publiées par Swissmedic (p.ex. indications, action, effets secondaires, interactions avec d'autres médicaments), délimitation par rapport à d'autres médications; - informent et conseillent les clients conformément aux consignes de l'entreprise; - utilisent, selon le client et l'objectif de l'entretien, une technique d'entretien, de questions et d'argumentation appropriée; - répondent aux demandes du client sur un mode argumentatif; - expliquent au client les indications du médicament, son action, ses effets secondaires, ses interactions avec d'autres médicaments et sa délimitation par rapport à d'autres médications; - expliquent l'action et le rôle du médicament dans la réussite thérapeutique et dans le processus de traitement clinique; - sont en mesure de fournir aux clients qui le demandent des explications fondées au sujet du processus d'autorisation selon la loi sur les médicaments ainsi que du processus et du statut de remboursement selon la loi sur l'assurance-maladie LAMal; - possèdent des connaissances étendues et approfondies des personnes d'influence et des décideurs dans le secteur géographique sous leur responsabilité, y compris des liens existant entre le secteur ambulatoire et le secteur hospitalier stationnaire dans un domaine thérapeutique;
A2 – Planifier et effectuer des visites selon les consignes puis réaliser les travaux ultérieurs nécessaires	Les SPha organisent les visites chez le client.	
A3 – Définir les objectifs de l'entretien	Les SPha définissent les buts de l'entretien pour la visite chez le client.	
A4 – Préparer les entretiens: actualiser les informations et les documents pertinents en vue de l'entretien	Les SPha actualisent leurs connaissances du client en vue de l'entretien.	
A5 – Identifier rapidement les besoins des clients	Les SPha identifient rapidement les demandes du client et s'y réfèrent sur un mode argumentatif.	
A6 – Fournir aux professionnels des informations correctes et objectives sur les médicaments	Les SPha informent les professionnels du secteur de la santé sur divers aspects du médicament.	
A7 – Expliquer aux professionnels la contribution du médicament au succès thérapeutique et dans le processus de traitement clinique	Les SPha discutent avec les professionnels de la santé pour les convaincre de l'utilité et des avantages du médicament.	
A8 – Prendre acte des demandes (d'ordre médical) et les traiter conformément aux prescriptions	Les SPha traitent les demandes du client et y répondent en temps voulu, dans le respect des normes juridiques et des règlements internes.	

Voir page suivante

Suite de la page précédente

<p>A9 – Évaluer, estimer et gagner de nouveaux clients, présenter et introduire les nouveaux produits et les extensions d’indications sur le marché</p>	<p>Les SPHa évaluent les clients, en assurent le suivi/les gagnent et introduisent de nouveaux produits et extensions d’indications.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - mettent en balance les besoins des clients et les intérêts de l’entreprise; - veillent à avoir une présentation soignée; - selon le degré de difficulté, les SPHa traitent, seuls ou avec l’aide de spécialistes, les demandes d’ordre médical émanant des clients; - observent l’ensemble des procédures obligatoires SOP (Standard Operating Procedures, autrement dit les règles de conduite et de procédure); - enregistrent les demandes de soutien avec professionnalisme; - transmettent ces demandes au service interne compétent de l’entreprise; - rendent rapidement une réponse au client (approbation, proposition, solution de rechange, refus); - respectent les normes qualitatives, les prescriptions légales ainsi que les codes de conduite de l’industrie (Code pharmaceutique, Code de coopération pharmaceutique) et du monde médical (comme les directives de l’ASSM, H+ Code of Conduct); - transmettent les réclamations, les annonces de pharmacovigilance (Adverse Events) et suggestions d’amélioration de produits ou questions relevant de la sécurité, de la qualité et de la gestion des ressources (p.ex.: <i>clean production</i>, substitution de substances fossiles par des matières premières non fossiles et autres); - observent le marché et informent l’entreprise des changements importants, en tirent des conclusions précoces pour leur activité de prospection; - introduisent de nouveaux médicaments et/ou extensions d’indication selon les consignes de l’entreprise sur le marché et accroissent leurs parts de marché; - organisent eux-mêmes ou selon les consignes des événements à caractère de formation; - accroissent en permanence leurs connaissances de façon autonome, entre autres par l’étude de la littérature professionnelle ou en assistant à des conférences lors de congrès et de symposiums, et possèdent toujours les informations les plus actuelles concernant les codes des différents secteurs comme le Code pharmaceutique, le Code de coopération pharmaceutique ou les consignes d’entreprise de type SOP (Standard Operating Procedures).
<p>A10 - Suivre de près le développement du marché et en tirer des conclusions utiles pour le secteur de travail avec savoir-faire</p>	<p>Les SPHa observent le marché et adaptent leur prospection en conséquence.</p>	
<p>A11 - Organiser des événements, assister à des congrès et acquérir des connaissances par soi-même à des fins de perfectionnement</p>	<p>Les SPHa organisent des événements et étendent leurs connaissances en permanence.</p>	
<p>Compétences personnelles/sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiabilité • Persévérance • Autonomie • Bonnes manières et présentation soignée • Sens de l’organisation • Aptitude à la communication • Capacité de travail et faculté d’adaptation • Vision tournée vers l’avenir • Flexibilité • Empathie (sensibilité et identification) • Sens éthique • Orientation client • Orientation solution • Meticulosité 		

B Informations et conseils de groupe dans le secteur de la santé

Description du domaine de compétences opérationnelles

En plus des entretiens individuels, les spécialistes pharmaceutiques (SPha) sont de plus en plus souvent amenés à informer, à conseiller et à assurer le suivi de groupements, réseaux de prestataires de soins de base et de spécialistes, HMO, réseaux hospitaliers (et combinaisons), groupements d'achat et réseaux de soins intégrés.

Les SPha établissent des contacts avec divers interlocuteurs, notamment avec le personnel spécialisé ou administratif de ces groupements ou réseaux. Ils évaluent et identifient leurs besoins et proposent, le cas échéant en accord avec le service compétent de leur entreprise, des ensembles de produits ou de services. Ils étendent et entretiennent leurs contacts avec ces groupements et réseaux, créant ainsi le cadre nécessaire à des relations solides et durables avec la clientèle et au développement du chiffre d'affaires.

Les SPha étendent leurs connaissances en permanence dans leur spécialité. Ils actualisent leur savoir par l'étude personnelle et en assistant à des séminaires de formation continue internes ou externes à l'entreprise.

Contexte

Le suivi des groupements et des réseaux cités ci-dessus joue un rôle toujours plus important dans les secteurs ambulatoire et hospitalier stationnaire. Les SPha observent attentivement l'évolution de ce marché ainsi que les modifications de la structure de la clientèle et tiennent compte de ces données pour planifier leurs activités d'entretien de leurs portefeuilles de produits (produits existants, nouvelles substances actives et extensions d'indications).

Lorsque des changements se dessinent concernant les réseaux et groupements, les SPha en informent l'entreprise à un stade précoce et adaptent leurs activités et l'utilisation de leurs ressources en conséquence et en temps voulu. Ils proposent à leurs supérieurs hiérarchique des mesures adéquates pour ces groupes de clients et établissent au besoin des plans d'action spécifiques, en se référant systématiquement aux besoins et aux potentiels du groupe cible. Les SPha préparent la présentation de leurs produits et services devant des groupes en fonction de cela, recourent au besoin au soutien de spécialistes et utilisent des techniques de présentation adaptées à la situation.

Par leur professionnalisme et leurs activités orientées clients, les SPha contribuent à la renommée de leur entreprise. Ils s'emploient à nouer de nouvelles relations avec des groupements et réseaux, et à entretenir celles qu'ils ont déjà tissées. Les SPha concourent aussi à la planification et à la matérialisation de l'offre de formation continue.

Les SPha s'assurent si nécessaire le concours d'autres collaborateurs de l'entreprise ou proposent de s'associer les services d'experts extérieurs à l'entreprise. Dans toutes leurs activités, ils respectent les codes de conduite, les dispositions légales et les règlements internes.

Les SPha utilisent leur vaste savoir spécialisé et leur connaissance du marché dans les domaines de compétences opérationnelles (DO-CO) «Conduite d'entretiens avec des experts du secteur de la santé» et «Planification de mesures dans le secteur de travail». Ces domaines de compétence sont aussi corrélés à la connaissances des changements survenant dans le secteur de la santé et sur le marché pharmaceutique suisse.

Compétences opérationnelles	Précisions/objectifs/contenus	Critères
B1 – Identifier les différents types et formes de réseaux et de groupements et adapter la prospection en conséquence	Les SPha connaissent bien les groupements et réseaux et adaptent leur prospection de façon adéquate en fonction de cela.	<p>Les spécialistes pharmaceutiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - expliquent le mode de fonctionnement des groupements et réseaux, classent différents acteurs dans leur portefeuille clientèle et adaptent leur prospection en conséquence; - prennent l'initiative d'établir des contacts avec des groupements et réseaux et s'emploient à en gagner de nouveaux en tant que clients; - préparent les mesures adéquates pour le suivi des clients existants (p.ex. visites et présentations, mesures pour maintenir ou accroître le chiffre d'affaires); - tiennent compte des éléments déterminants dans la planification des visites aux groupements et aux réseaux, y compris du souci de durabilité dans l'utilisation des ressources; - organisent des négociations avec les professionnels du secteur médical, pharmaceutique et administratif dans les secteurs ambulatoire et hospitalier stationnaire et y prennent part le cas échéant; - se préparent soigneusement aux tâches de représentation qu'ils sont appelés à réaliser à l'occasion de congrès ou de formations continues et interagissent avec les professionnels à cette occasion; - apportent leur soutien aux responsables des clients et de l'entreprise en matière de planification et de réalisation de formations continues; - présentent leurs produits et services devant des groupes et recourent pour cela à des techniques de présentation et de négociation adéquates; - collaborent le cas échéant avec des spécialistes ou des collègues externes ou internes; - observent le marché et informent l'entreprise des changements importants, en tirent des conclusions précoces pour leur activité de prospection; - entretiennent le portefeuille de produits (produits existants, nouvelles substances actives, nouvelles indications) et accroissent leurs parts de marché;
B2 – Définir des mesures appropriées pour entretenir les relations avec les groupements et réseaux	Les SPha décident des mesures qui leur permettent d'assurer un suivi optimal des réseaux.	
B3 – Nouer des contacts avec les groupements et les entretenir	Les SPha cherchent activement à contacter des groupements du secteur de la santé et entretiennent avec eux des relations durables.	
B4 – Prendre l'initiative de négociations avec des réseaux et des groupements et y participer	Les SPha identifient les demandes de négociations ou en prennent l'initiative.	
B5 – Présenter des médicaments et des services à des groupements ou réseaux.	Les SPha présentent, devant des groupes, leurs médicaments (indications, action, effets secondaires, interactions avec d'autres médicaments, délimitations face à d'autres médications et avantages) et leurs prestations de services.	
B6 – Collaborer avec des experts internes et externes	Les SPha collaborent avec divers experts côté client.	
B7 – Assurer le suivi des groupements et réseaux et en gagner de nouveaux en tant que clients	Les SPha assurent le suivi des réseaux et groupements et s'emploient à en gagner de nouveaux en tant que clients.	
B8 – Réceptionner les demandes et les informations et les traiter dans les règles	Les SPha traitent les demandes et y répondent en temps voulu, dans le cadre des prescriptions légales et des consignes de l'entreprise.	

Voir page suivante

Suite de la page précédente		
B9 – Évaluer, estimer et gagner de nouveaux clients, présenter et introduire les nouveaux produits et les extensions d'indications sur le marché	Les SPha déterminent et évaluent les besoins des groupements/réseaux dont ils assurent en outre le suivi, s'emploient à en gagner de nouveaux en tant que clients et entretiennent le portefeuille de produits.	<ul style="list-style-type: none"> - organisent des formations continues avec des clients; - accroissent en permanence leurs connaissances de façon autonome, entre autres par l'étude de la littérature professionnelle et le suivi des informations médiatiques dans leur secteur ou en assistant à des conférences lors de congrès et de symposiums.
B10 - Suivre de près le développement du marché et en tirer des conclusions utiles pour le secteur de travail avec savoir-faire	Les SPha observent le marché et adaptent leur prospection en conséquence	
B11 - Organiser des événements, assister à des congrès et acquérir des connaissances par soi-même à des fins de perfectionnement	Les SPha organisent des événements et étendent leurs connaissances en permanence	
<p>Compétences personnelles/sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiabilité • Autonomie • Persévérance • Bonnes manières et présentation soignée • Sens de l'organisation • Aptitude à la communication • Vision tournée vers l'avenir • Flexibilité • Empathie • Code de conduite (éthique) • Orientation client • Aptitude au travail en équipe 		

C Planification de mesures dans le secteur de travail

Description du domaine de compétences opérationnelles

La réussite du suivi des professionnels de la santé dans les secteurs ambulatoire et hospitalier stationnaire, y compris des groupements et réseaux (selon DO-CO), exige une analyse précise du marché, des besoins et des données de ces clients, ainsi qu'une planification exhaustive du secteur de travail (*territory business plan*). Les spécialistes pharmaceutiques (SPha) analysent les différentes données du marché concernant leur domaine spécifique. Sur la base de cette analyse, ils établissent régulièrement un plan de visites ou d'action dont ils discutent avec leur supérieur hiérarchique et qu'ils mettent ensuite en œuvre de manière autonome. Les rendez-vous sont pris à moyen terme - selon la disponibilité des clients - et la tournée est planifiée à court terme.

Les SPha étendent leurs connaissances en permanence dans leur spécialité. Ils actualisent leur savoir par l'étude personnelle et en assistant à des séminaires de formation continue internes ou externes à l'entreprise.

Contexte

Les SPha préparent leurs activités de prospection chez eux (home office) ou au bureau. Ils actualisent et consultent leurs activités et les données de la clientèle dans le système (électronique) de rapports ou le Customer-Relationship-Management-System (CRM). Ils disposent des connaissances nécessaires pour analyser un secteur géographique de façon exhaustive (analyse de secteur) et élaborer des mesures de prospection du secteur et de clients adéquates en conséquence (plan de secteur).

La connaissance précise de la structure de la clientèle, des besoins du client, de l'attitude du client et de l'évolution du chiffre d'affaires et du marché des propres produits et de ceux de la concurrence est une condition essentielle à la réussite de toute activité. Ces éléments permettent aux SPha de programmer et de mettre en œuvre avec succès des mesures axées sur la pratique.

Pour actualiser et élargir leurs propres connaissances professionnelles et du marché, les SPha participent à des activités de formation continue internes ou externes à l'entreprise et s'informent en permanence d'eux-mêmes des nouveaux développements de la législation concernant leurs médicaments, ainsi que d'autres thérapies et le domaine de la santé en général. Les SPha étendent leurs connaissances professionnelles par la lecture d'études cliniques et de la littérature spécialisée. Leur vaste savoir spécialisé en fait des interlocuteurs appréciés des spécialistes et des professionnels du secteur de la santé.

Les SPha utilisent leurs connaissances médicales et pharmaceutiques étendues dans les domaines de compétences opérationnelles (DO-CO) «Conduite d'entretiens avec des experts du secteur de la santé» et «Information et conseil de groupe dans le secteur de la santé». Ces DO-CO sont aussi corrélés à la connaissance des développements survenant dans le secteur de la santé et sur le marché pharmaceutique suisse.

Compétences opérationnelles	Précisions/objectifs/contenus	Critères
C1 – Analyser, mettre à jour et interpréter régulièrement les informations, données et derniers développements pertinents	Les SPha élaborent d’eux-mêmes une analyse de secteur exhaustive et observent en permanence les modifications de la structure du marché et de la clientèle.	<p>Les spécialistes pharmaceutiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - analysent les besoins des clients; - traitent de façon continue les données et informations relevant de leur analyse de secteur et les actualisent régulièrement; - établissent, sur la base de ces données, un plan d’action pour leur domaine spécifique, en accord avec les objectifs définis par l’entreprise pour chaque groupe-cible et les contacts à établir; - planifient les activités relevant de leur domaine spécifique (plan de secteur) et les actualisent régulièrement; - assurent, selon les directives, un marketing et des activités de vente efficaces orientés client et s’assurent que les objectifs de ces mesures sont atteints; - maîtrisent le système de rapport (électronique) ou le système CRM; - fixent des rendez-vous avec les clients; - organisent leur tournée et leurs déplacements de manière rationnelle dans le souci d’une utilisation durable des ressources («mobilité combinée»); - choisissent les moyens de transport les plus rationnels; - s’informent régulièrement des derniers développements (concernant p.ex. le système de santé, les médicaments, les traitements et le marché pharmaceutique); - étudient de façon approfondie les études cliniques et la littérature spécialisée; - étendent et actualisent leurs connaissances professionnelles en participant à des congrès ou par la formation continue et le travail personnel.
C2 – Définir et mettre en œuvre des activités et un plan d’action en fonction des objectifs, des contacts à établir et des besoins du client	Les SPha élaborent d’eux-mêmes un plan d’action assorti d’un budget (plan de secteur), se mettent d’accord avec leur entreprise, puis mettent les activités prévues en œuvre.	
C3 – Planifier ses déplacements professionnels de manière rationnelle et dans un souci écologique	Les SPha préparent leurs visites aux clients et planifient leur tournée.	
C4 – Actualiser ses connaissances professionnelles et du marché par l’étude de travaux, de la littérature spécialisée et de la presse, et en participant à des congrès, colloques, séminaires, etc.	Les SPha étendent en permanence leurs connaissances professionnelles et du marché et se tiennent au courant des derniers développements.	
<p>Compétences personnelles/sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiabilité • Approches et actions interdisciplinaires axées sur les processus • Autonomie • Bonnes manières et présentation soignée • Esprit de synthèse • Sens de l’organisation • Action et réflexion dans la perspective de l’entreprise • Aptitude à la communication • Vision tournée vers l’avenir • Capacité d’apprentissage 		