



# PHARMACIEN CHEF DE PROJET

## AUTRES APPELLATIONS

Product manager, Gestionnaire de produit, Responsable/spécialiste produit

## DESCRIPTION

Le pharmacien chef de projet élabore, définit et met en œuvre la stratégie marketing de son produit (en concevant et réalisant des études qualitatives et/ou quantitatives relative au marchés) dans le but de développer sa rentabilité et son chiffre d'affaire et d'ainsi optimiser sa mise sur le marché). Cela repose sur la mise en place et l'optimisation d'un plan opérationnel.

## DOMAINES/ LIEUX D'EXERCICE

- Industrie pharmaceutique
- Entreprise du dispositif médical
- Sous-traitant
- Autorités administratives (ANSM, ARS...)

## POSSIBILITÉS D'ÉVOLUTIONS

- Responsable de la promotion des ventes, chef de gamme, directeur régional, responsable des études pharmaco économiques, responsable de zone internationale.
- A plus long terme : Directeur de la visite médicale, responsable des études et de la prospective, responsable/directeur marketing

## AUTRES SITES POUR EN SAVOIR PLUS

LEEM :  
<https://www.leem.org/referentiels-metiers/chef-de-projets-sante>

## MISSIONS

- Définir et mettre en œuvre la **stratégie marketing** des produits (planification, budgétisation, plan de développement des produits) **selon les données du marché et les besoins clients.**
- Proposer des **objectifs**, des **prévisions** de ventes, des budgets relatifs au produit.
- Proposer ou adapter des **plans d'action marketing** (presse, relations publiques...) afin d'atteindre les objectifs de chiffre d'affaires.
- **Présentation** des campagnes de promotion sur les produits aux équipes de promotion et de vente des produits.
- Concevoir des documents ou outils promotionnels dans le respect des contraintes réglementaire et juridique et **analyser les résultats** de ces actions.
- **Gérer les stocks** de produits, contrôler les ventes.
- **Evaluer et analyser le marché et la concurrence** (appels d'offres, négociation, rédaction du cahier des charges...)
- Proposition de **nouveaux développements** produits et éventuellement de conditionnements.
- **Formation et information** des **équipes** de promotion ou de vente pour le maintien des compétences des collaborateurs.

## COMPÉTENCES

- Elaborer un plan d'action marketing, des business plans et définir la stratégie de communication appropriée.
- Solide connaissance des marchés.
- Maîtriser les connaissances médicales ou biologiques liées au domaine d'application du produit
- Communiquer et être force de conviction.
- Capacité de management, de négociation et d'animation.
- Travailler en équipes et éventuellement internationales : importance de l'anglais (indispensable).
- Aptitude à la conduite de projets et au travail de groupe.
- Autonomie, esprit créatif, dynamisme et sens du challenge

## EXEMPLES DE MASTERS

Pharmacien ayant complété son cursus par un Master 2 en en gestion, marketing pharmaceutique /santé ou avec une école de commerce. Après un début comme chef de produit junior, il est généralement accessible après 1 à 3 ans d'expérience.

- Versailles : Marketing de la santé
- Sorbonne : Entrepreneuriat et Projets innovants en santé
- Paris Saclay : Marketing Pharmaceutique et Technologies de Santé (MMP&TS)