

## VISITEUR MEDICAL

**SESSION JUIN 2011**

### PROGRAMME

#### **A°/. LE METIER :**

Le VISITEUR MEDICAL ou DELEGUE MEDICAL assure l'information médicale des médicaments auprès des professionnels de santé.

Il est également chargé de promouvoir l'image du laboratoire et le bon usage du médicament dans le respect de l'éthique.

Il entretient des relations suivies avec les professionnels de santé.

#### **B°/. CIBLE :**

La formation est ouverte aux :

- Médecins
- Pharmaciens
- Chirurgiens-Dentistes
- Biologistes

Pour les niveaux diplômés qui souhaitent un métier de contact et d'échanges.

Pour ceux ayant déjà une expérience professionnelle et qui souhaitent changer leur orientation de carrière.

Pour ceux qui souhaitent parfaire un sens de la communication déjà présent.

#### **C°/. OBJECTIFS :**

- Informer les médecins et promouvoir les spécialités pharmaceutiques d'un laboratoire
- Préparer, organiser et suivre les visites
- Développer le secteur, analyser les résultats par rapport aux objectifs et mettre en place des actions correctives
- Organiser et animer des actions de relations publiques et professionnelles
- Recueillir et transmettre des informations de pharmacovigilance
- Argumenter sur les produits dans le cadre des directives du laboratoire

**D°/. EVOLUTIONS DE CARRIERES POSSIBLES :**

- Visiteur Médical Segnor
- Visiteur Hospitalier
- Directeur Régionale
- Chef de Produit
- Chef de Gamme
- Directeur Marketing

**E°/. PROGRAMME :**

**1. INTRODUCTION :**

**a) Mot de bienvenue :**

- Plan de formation
- Objectifs
- Présentation des participants

**b) Evolution du Monde du Médicament et position de l'Algérie**

**2. MODULE 1 : NOTIONS SUR LE METIER**

**a) INTRODUCTION AU METIER DE VISITEUR MEDICAL**

**b) LA VENTE**

**c) COMMENT REUSSIR SON ENTRETIEN**

**3. MODULE 2 : NOTIONS DE BASES EN MARKETING**

**a) RAPPEL GENERAL SUR LE MARKETING :**

- Définition
- Concepts clés du Marketing : Besoin, Désir, Demande
- Pyramide de Maslow

**b) OPTIQUE MARKETING :**

**c) LE MARCHE :**

- Définition
- La notion de marché
- La part de marché
- Le positionnement
- La segmentation du marché

**4. MODULE 3 : TECHNIQUES DE COMMUNICATION**

**a) PRINCIPES DE COMMUNICATION**

**b) LA SYNCHRONISATION**

**c) CRITERES D'IDENTIFICATION DE LA PERSONNALITE**

**d) EXERCICES**

**5. MODULE 3 : TECHNIQUES DE VENTE**

- a) INTRODUCTION
- b) PREPARATION DE LA VISITE
- c) INTRODUCTION A LA VISITE
- d) ARGUMENTATION
- e) QUELQUES CONSEILS
- f) POSER DES QUESTIONS
- g) REFORMULATION
- h) LES OBJECTIONS
- i) LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS
- j) CONCLUSION ET ENGAGEMENT
- k) LE REPORTING

**6. MODULE 4 : TRAINING & TEST FINAL**

**7. CEREMONIE DE REMISE DES ATTESTATIONS DE FORMATION DE VISITEUR MEDICAL**

**F°/. METHODE PEDAGOGIQUE :**

- Méthode pédagogique interactive faisant intervenir apprenants et enseignants
- Apport de modèles et mise en situation

**G°/. DUREE DE LA FORMATION :**

- 04 Semaines à raison de 04 jours par semaine
- Lundi, Mardi, Mercredi et Jeudi de 18H00 à 21H00

**H°/. LIEU DE LA FORMATION :**

**HOTEL RESIDENCE POMARIA - TLEMCEN**

**I°/. TARIFS:**

- 50 000,00 DA HT  
Ce tarif par apprenant comprend documentations et collations.

**J°/. CONDITIONS GENERALES :**

- La formation ne peut être lancée que s'il y'a atteinte d'un quorum d'apprenants
- Le paiement de la totalité du tarif s'effectue avant le début de la formation
- En raison d'un nombre de place limité et pour éviter de sanctionner des candidats potentiels, chaque apprenant est en droit de changer d'avis après la première séance, il se verra alors rembourser la totalité de la somme. Passée cette première séance, aucun remboursement ne sera effectué.