D1411
RESPONSABLE EFFICACITÉ COMMERCIALE (SFE) EN INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

Emploi cadre

Définition

Un responsable efficacité commerciale en industrie pharmaceutique est un expert chargé d'optimiser la performance des équipes commerciales (visiteurs médicaux, délégués pharmaceutiques).

- Développe et met en œuvre des stratégies pour augmenter l'efficacité des forces de vente
- Collabore avec les équipes marketing et produit pour aligner les efforts de vente avec les objectifs globaux de l'entreprise
- Définit et développe des outils de reporting et d'analyse des résultats
- Participe à la définition de la stratégie client et les méthodes de vente associées
- Analyse des études de marché et des résultats

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un diplôme d'école d'ingénieurs ou un diplôme d'école de commerce.

Certifications et diplômes :

- Master mention management et commerce international
- Diplôme supérieur en marketing, commerce et gestion
- Diplôme d'école de commerce spécialisée en vente, marketing, distribution ...
- Responsable du marketing et du développement commercial
- Responsable en marketing, commercialisation et gestion
- Bachelor en sciences du management - diplôme responsable du développement commercial et marketing
- Bachelor en sciences du management - diplôme d'études supérieures en commerce et management opérationnel
- Programme supérieur de gestion et de commerce
- Manager du marketing et de la stratégie de marque
- Bachelor en sciences du management - diplôme supérieur en développement digital et commercial
- Diplôme d'études supérieures en marketing, gestion commerciale et management international (programme grande école)
- Master mention sciences du médicament et des produits de santé
- Diplôme d'études supérieures en commerce et gestion
- Manager de la stratégie commerciale

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Concevoir des stratégies de fidélisation de la clientèle
- Analyser les tendances de consommation pour orienter les stratégies
- Elaborer des plans d'action pour atteindre les objectifs de vente
- Analyser les retours clients pour améliorer les produits ou services
- Analyser les performances commerciales pour optimiser les stratégies

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Développer et animer un réseau de partenaires commerciaux susceptibles de favoriser la mise en relation avec des prospects
- Convaincre en argumentant avec un ou plusieurs interlocuteurs
- Travailler en transverse (marketing, ventes, efficacité commerciale, market access)

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Améliorer les processus de feedback client

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Contrôler des opérations commerciales
- Optimiser l'utilisation des ressources commerciales
- Analyser une clientèle
- Elaborer une stratégie de marketing digital — Transition numérique
- Proposer des solutions innovantes pour augmenter les ventes
- Mettre en place des indicateurs de performance technique
- Evaluer l'efficacité des campagnes
- Participer, conduire un projet en veillant à la qualité, au respect du budget et des échéances
- Piloter un projet (phases et équipe)
- Avoir une vision et appréhension systémiques des enjeux de la santé et des médicaments
- Mettre en place des partenariats stratégiques

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Convaincre, négocier
- Conduire des réunions d'équipe pour motiver et informer
- Préparer et animer une réunion, un groupe de travail, un atelier

Management, Social, Soin

- Evaluer régulièrement les compétences des équipes commerciales
- Former les équipes aux nouvelles méthodes de vente
- Encourager l'innovation et la créativité au sein de l'équipe

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Utiliser des outils CRM pour gérer les interactions clients
- Comprendre, interpréter des données et documents techniques
- Interpréter les résultats et les traduire sous une forme statistique
- Surveiller les tendances du marché digital — Transition numérique
- Analyser, résoudre un problème courant ou complexe
- Conduire une campagne de communication
- Fiabiliser les informations reçues, les rendre utilisables et les communiquer de manière pertinente aux interlocuteurs

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Surveiller régulièrement les performances de vente et ajuster les stratégies
- Rédiger une note de synthèse
- Négocier les termes des contrats avec les clients
- Gérer les budgets alloués aux activités et projets commerciaux
- Maîtriser le système de fixation des prix du médicament

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Gérer les crises en maintenant la continuité des affaires
- Piloter une démarche qualité, un processus d'amélioration continue
- Assurer la conformité des pratiques marketing

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Faire preuve de réactivité
- Etre force de proposition
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoirs

Domaines d'expertise

- Analyse des marchés
- Evaluation de la performance commerciale
- Gestion de la relation client (CRM) — Transition numérique
- Gestion d'équipe commerciale
- Gestion du temps
- Optimisation des processus de vente
- Planification stratégique
- Stratégies de vente
- Prospection commerciale
- Gestion de bases de données — Transition numérique
- Microsoft Excel — Transition numérique

Techniques professionnelles

- Communication interpersonnelle
- Formation des équipes de vente
- Techniques commerciales
- Techniques de closing de vente
- Techniques de communication et de négociation

Normes et procédés

- Analyse de la demande du marché
- Gestion de projet
- Indicateurs de performance (ICP / KPI)

Produits, outils et matières

- Utilisation d'outils d'analyse commerciale — Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels

Horaires et durée du travail

- Travail en horaires décalés
- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Lieux et déplacements

- Zone internationale
- Zone nationale

Publics spécifiques

- Clientèle d'affaires
- Clientèle de professionnels

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Industries de santé
- Industrie pharmaceutique

Secteurs d'activité

- Communication et marketing
- Industries
- Recherche
- Santé

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail