RIASEC : Ec

M1709
CHEF / CHEFFE DE GAMME EN INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

Emploi cadre

Définition

Le Chef de gamme définit et met en œuvre la stratégie marketing d'une gamme de produits pour répondre au mieux aux attentes des professionnels de santé.

- Définit et met en œuvre la stratégie de gamme de produits en accord avec la politique promotionnelle de l'entreprise
- Analyse les tendances du marché et les comportements des patients et des professionnels de santé pour adapter les produits
- Optimise le parcours de soin du patient dans le cadre de la réglementation et des régles applicales au sein de l'entreprise
- Assure la communication sur les produits auprès des équipes de promotion et des professionnels de santé

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un diplôme de niveau Bac + 5 en marketing, gestion de produits, master en sciences, doctorat en médecine ou pharmacie.

Certifications et diplômes :

- Mastère spécialisé direction marketing et digital
- Mastère spécialisé manager marketing et communication
- Mastère spécialisé marketing management et digital
- Manager marketing digital (MS)
- Mastère spécialisé études et décision marketing
- MSc marketing
- Manager produits et marketing

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Développement économique

- Analyser les tendances de marché
- Assurer le suivi post-lancement des produits
- Gérer un portefeuille de produits
- Elaborer un plan marketing, une stratégie de marque et de communication
- Analyser les retours clients pour améliorer les produits ou services
- Négocier avec des partenaires et sponsors

Management, Social, Soin

- Former les équipes aux nouveaux produits

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Rédiger une information de manière claire, concise et précise
- Représenter sa structure ou son service lors d'un événement ou auprès d'instances de décision

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Organiser son travail au sein d'une équipe pluriprofessionnelle

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Assurer la conformité des médicaments aux réglementations en vigueur

Savoir-faire secondaires

Développement économique

- Définir des stratégies de positionnement
- Elaborer des recommandations stratégiques
- Analyser les tendances du marché pour anticiper les besoins
- Développer des stratégies de marketing pour promouvoir les produits et les services
- Développer des stratégies de marketing digital — Transition numérique

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

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Mener des études de faisabilité
- Définir une ligne éditoriale

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Collaborer avec les équipes marketing

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Implémenter des outils de gestion financière

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Faire preuve de rigueur et de précision
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs

Savoirs

Domaines d'expertise

- Développement de nouveaux produits

Normes et procédés

- Droit de la concurrence
- Gestion de projet
- Règles d'intervention sur réseaux de distribution
- Techniques de pricing

Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- En milieu industriel
- Travail en mode projet

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

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Industries de santé
- Industrie pharmaceutique

Secteurs d'activité

- Recherche
- Industries
- Santé

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