



# CHEF·FE DE PRODUIT

Acteur·rice clé du développement produit

- Market Leader
- Chef·fe de gamme/marché
- Spécialiste produit



## SA MISSION

**Le·la chef·fe de produit élabore et déploie la stratégie marketing**

d'un dispositif médical afin d'en soutenir la performance commerciale.



## SON QUOTIDIEN

- **Participation à l'élaboration de la stratégie marketing des produits** et mise en œuvre des plans d'action marketing : presse, relations publiques, Internet, marketing direct, événements professionnels
- **Connaissance des professionnels de santé** : identification des besoins non-satisfaits, développement de partenariats, connaissance des réseaux et process d'achats
- **Proposition ou élaboration de documents et outils de promotion** dans le respect de la réglementation en vigueur et formation des équipes de vente
- **Contrôle des ventes réalisées** en regard des objectifs fixés et suivi des stocks de produits
- **Réalisation d'une veille du marché**, de la concurrence et analyse de marchés potentiels





## SES ATOUTS

- Identifier, comprendre et exploiter les grandes tendances de société, les attentes des patients et des professionnels de santé, pour les traduire au plan commercial et de manière innovante
- Définir un positionnement marketing et une offre de produits/services associés et en analyser l'impact
- Contribuer à la recherche d'idées et de solutions pour proposer des améliorations
- Travailler en mode projet avec des équipes pluridisciplinaires et éventuellement internationales
- Maîtriser les logiciels de bureautique ainsi que les outils web
- Définir des objectifs commerciaux et élaborer la stratégie à adopter pour les atteindre

- Être un bon communicant, utiliser des techniques d'expression écrites et orales adaptées en fonction du message à délivrer et du public cible
- Maîtriser l'anglais professionnel



## SA FORMATION

### Bac + 5

Master économie, gestion mention marketing, vente  
Diplôme d'École de commerce  
Diplôme d'ingénieur biomédical

### Bac + 6 et au-delà

Diplôme d'État de médecin  
ou de pharmacien ou PhD, complété par une spécialisation en marketing

## ZOOM SUR LE SECTEUR DU DM EN FRANCE

Les dispositifs médicaux (DM) sont de très nombreux produits à usage individuel ou collectif: aides techniques, implants actifs et non actifs, optique, matériel à usage unique, textiles techniques, imagerie médicale, dispositifs anesthésiques et respiratoires, mobilier, robotique chirurgicale, logiciels...



**+ de 1 500 entreprises**

**93% de PME**

françaises ou filiales  
de groupes internationaux



**90 000**

emplois avec une croissance  
régulière depuis 2013



**30 milliards**

de chiffres d'affaires  
dont 8 milliards à l'export

## PLUS D'INFORMATION SUR CE MÉTIER

Retrouvez l'intégralité de la fiche métier sur le site du Snitem [snitem.fr](http://snitem.fr) et sur le site de l'Institut des Métiers et Formations des Industries de Santé [imfis.fr](http://imfis.fr)