

Evolution du métier de Commercial dans le secteur du Dispositif Médical

Synthèse de l'étude

Septembre 2021



Observatoire partaire, prospectif et analytique
des métiers et qualifications de la Métallurgie



LE DISPOSITIF MÉDICAL
snitem
Pour faire avancer la santé



L'étude réalisée identifie les évolutions du métier de Commercial au sein de l'industrie du Dispositif Médical face aux grandes tendances d'évolution de l'environnement

Les objectifs de l'étude :

Répondre aux défis des mutations du métier commercial

Anticiper les solutions favorisant leur employabilité

Mettre à disposition des référentiels d'activité, de compétences et des fiches de poste opérationnelles

Accompagner l'évolution du métier du Commercial à l'horizon 2023

*Elle a été pilotée par le **SNITEM**,
financée par l'**OPCO 2i** dans le cadre de l'**observatoire de la métallurgie**
en respectant la méthodologie des fiches métier de l'**OPCO 2i***

*Elle a été réalisée par **AEC Partners**,
Cabinet de conseil
en Stratégie et Organisation spécialisé en Santé*



Les entreprises du dispositif médical

QU'EST-CE QU'UN DISPOSITIF MÉDICAL ?

Les dispositifs médicaux sont des produits de santé : ils améliorent ou sauvent des vies. Ils se présentent sous diverses formes : matériel médical, équipement médical, implant, application mobile de santé, etc.



MATÉRIEL MÉDICAL



IMPLANT



ÉQUIPEMENT MÉDICAL



APPLICATION MOBILE DE SANTÉ

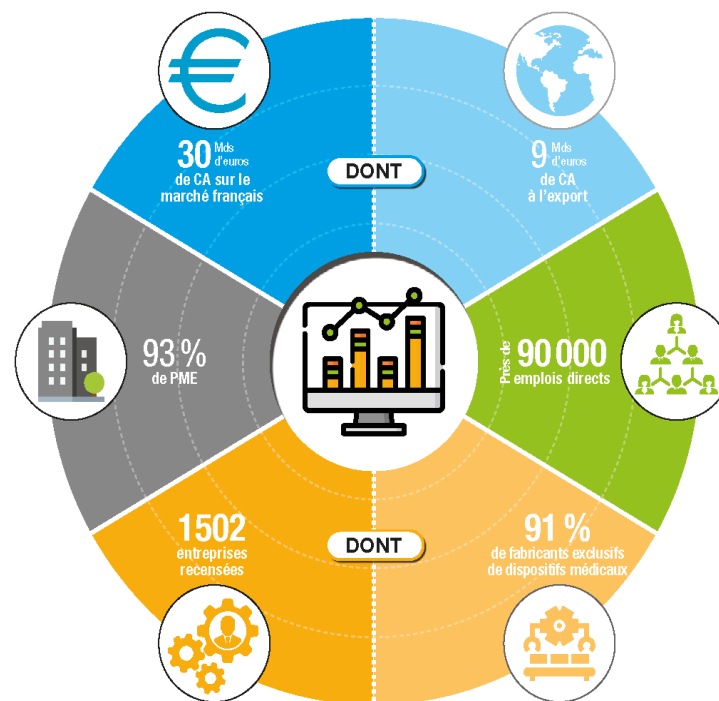


ETC.

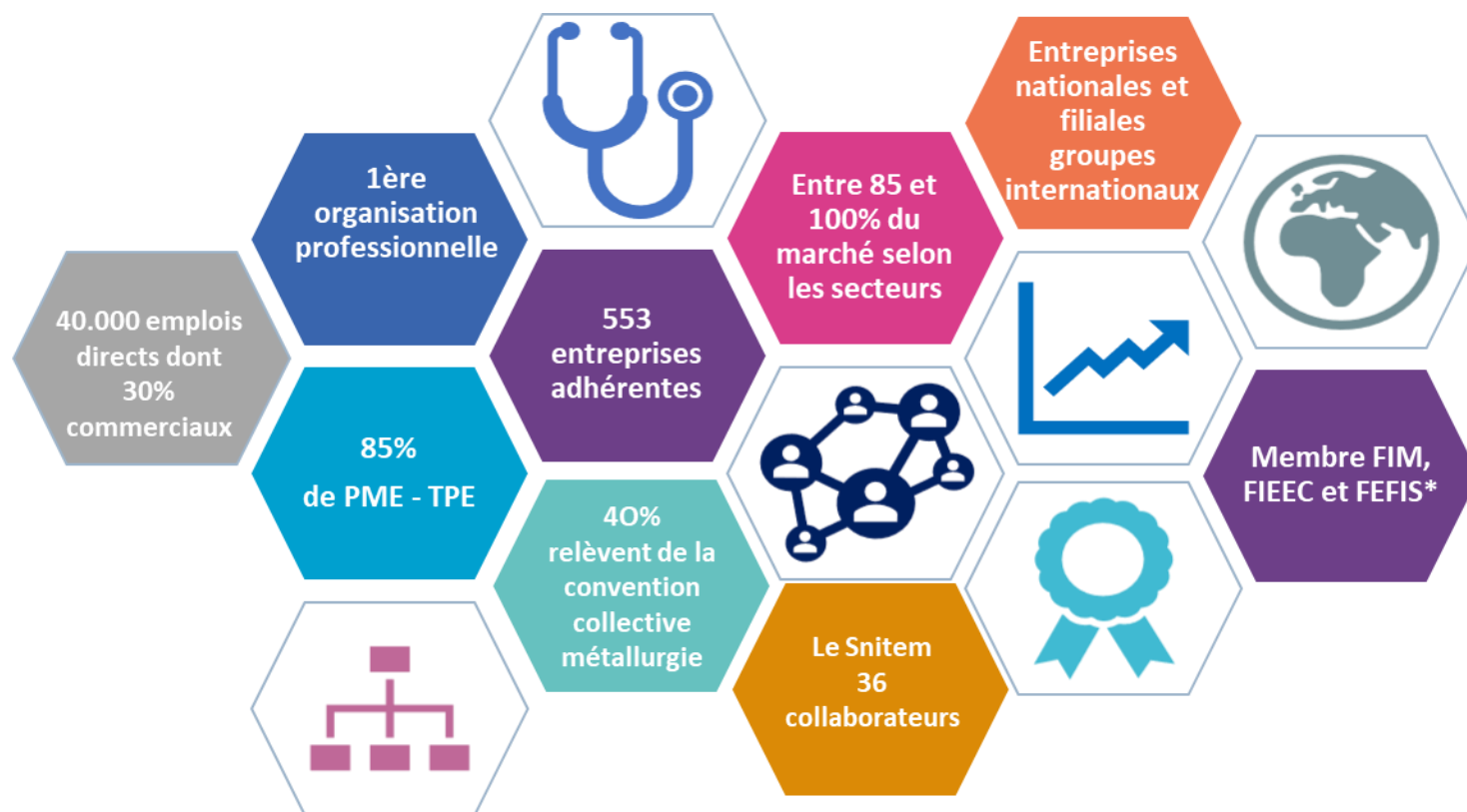
Le Code de la santé publique (art. L5211-1 et R5211-1) définit un dispositif médical comme :

“ Tout instrument, appareil, équipement, matière, produit, à l'exception des produits d'origine humaine, ou autre article utilisé seul ou en association, y compris les accessoires et logiciels nécessaires au bon fonctionnement de celui-ci, destiné par le fabricant à être utilisé chez l'homme à des fins médicales et dont l'action principale voulue n'est pas obtenue par des moyens pharmacologiques ou immunologiques ni par métabolisme, mais dont la fonction peut être assistée par de tels moyens. ”

LES CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR



Le SNITEM : Syndicat National de l'Industrie des TEchnologies Médicales



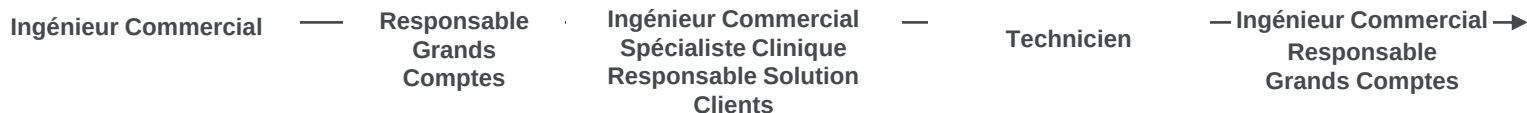
La chaîne de valeur du commercial dans le Dispositif Médical est couverte par différents groupes métiers articulés de l'avant à l'après-vente



Le choix du modèle organisationnel devient stratégique, variant selon les clients visés, la gamme de produits, son degré d'innovation et la stratégie d'offre de l'entreprise



Modèle #1
Offre customisée
Hôpital
« Multidisciplinaire »



Modèle #1bis
Offre customisée
Hôpital
« Ambassadeur »



Modèle #2
Produit/services
Hôpital
« Unique »



Modèle #3
Produit/services
Officine
« Unique »



La profondeur et le périmètre des changements en cours amènent vos clients à formuler des demandes fortes de partenariat avec vos Commerciaux



Système de santé



Structure et demandes du marché

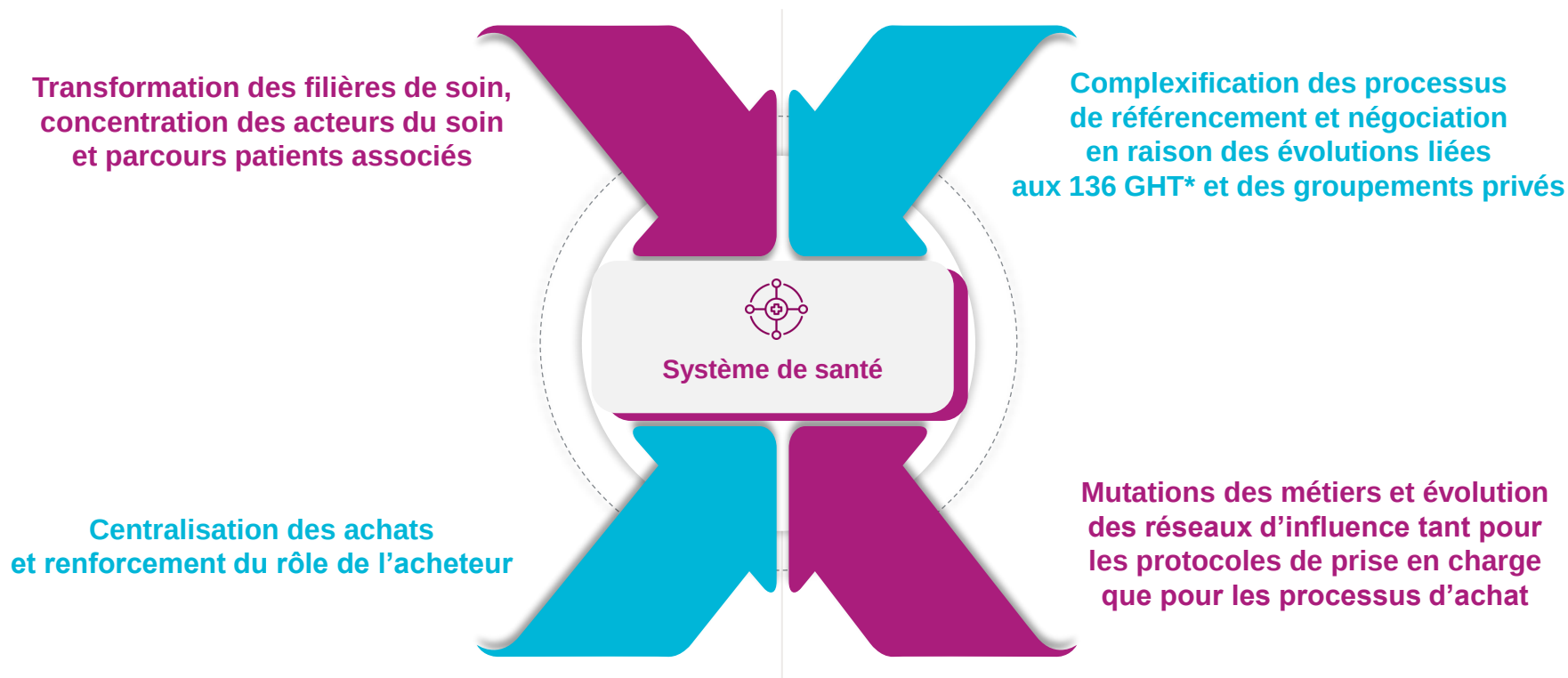


Accès à l'innovation



**Evolution des pratiques
et réglementation**

La recomposition du **Système de santé** sur l'offre de soin et la professionnalisation des achats exigent du Commercial une **compréhension approfondie de l'écosystème des pathologies adressées**



L'évolution de la **Structure et Demandes du marché** requièrent du Commercial une **forte expertise** sur les plans produit, pathologie, impact économique et besoins patients et un **accompagnement client en plus grande proximité**

Renforcement des exigences vis-à-vis du niveau de maîtrise de fond du Commercial :

produit/ prise en charge de la pathologie/ marché et concurrence



Attentes fortes vis-à-vis de **l'accompagnement au référencement des produits**, de **décomposition du prix**, de **démonstration médico économique** avec ses **implications** au niveau de **l'impact budgétaire** pour l'établissement et l'utilisateur

Nécessaire **proximité des Commerciaux en continu**

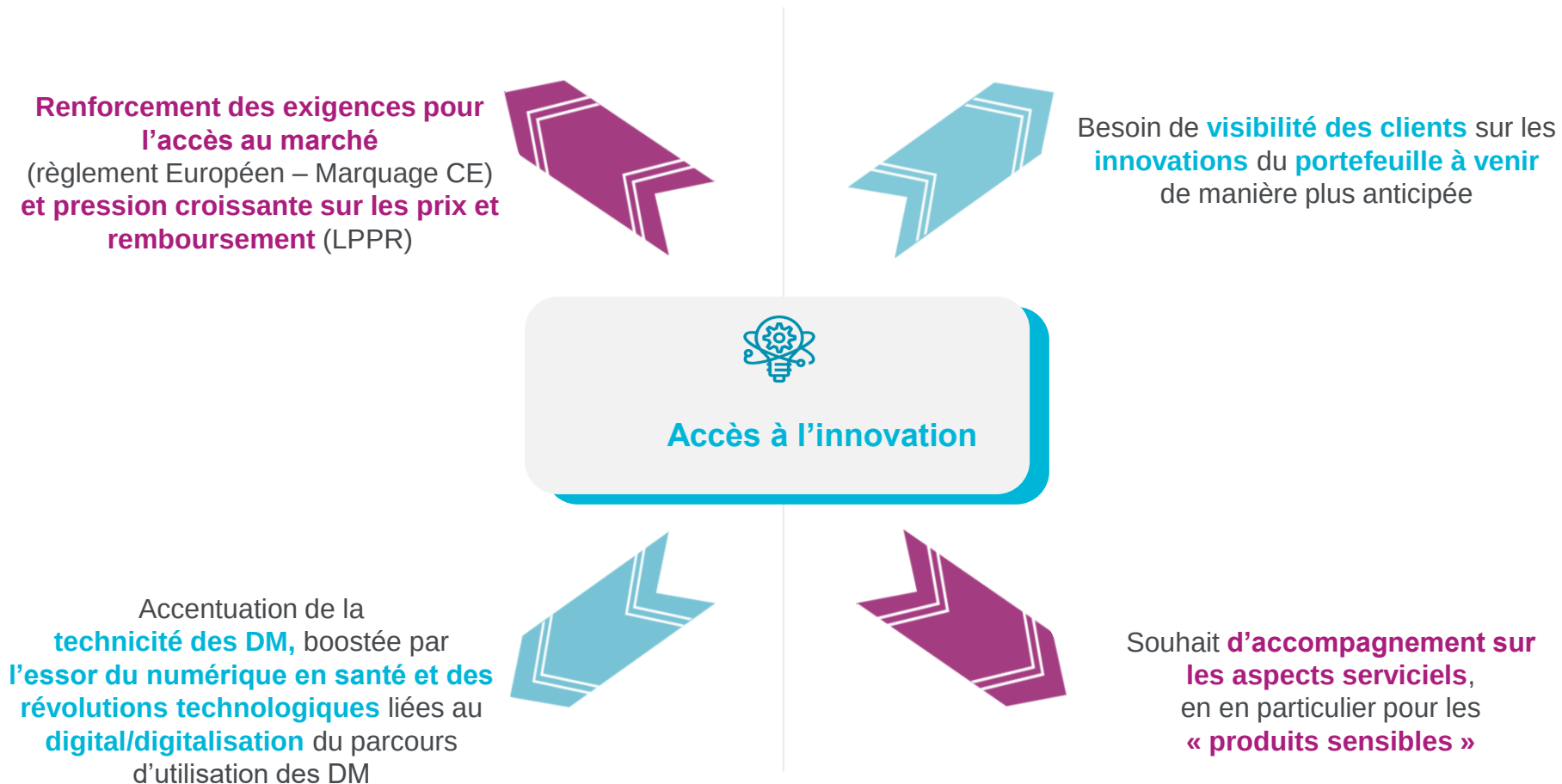
pendant l'année auprès de **l'ensemble des clients**

de la filière de soins pour pouvoir **identifier les besoins et préparer l'acte de vente**



Accroissement de **l'implication des patients** dans **le choix et le suivi de leur traitement** : prise en compte nécessaire de leur point de vue et besoins

Les évolutions liées à l'Accès à l'Innovation positionnent le Commercial sur un rôle partenarial et serviciel incluant les volets digitaux



L'Évolution des **Pratiques et Réglementations** exige la mise en œuvre d'une **déontologie sans faille** au sein de cette relation partenariale évoluant avec le **distanciel et le digital**

Renforcement de l'encadrement
des pratiques commerciales,
avec la négociation de la
**Charte des Pratiques
Professionnelles** et la loi anti-
cadeaux

Renforcement des politiques /
attentes des clients en matière
de **Responsabilité Sociétale
des Entreprises**

Attentes renforcées sur les
aspects de **matériorvigilance**, et
proactivité / anticipation pour les
problématiques de **gestion des
ruptures de stock / tensions
d'approvisionnement**

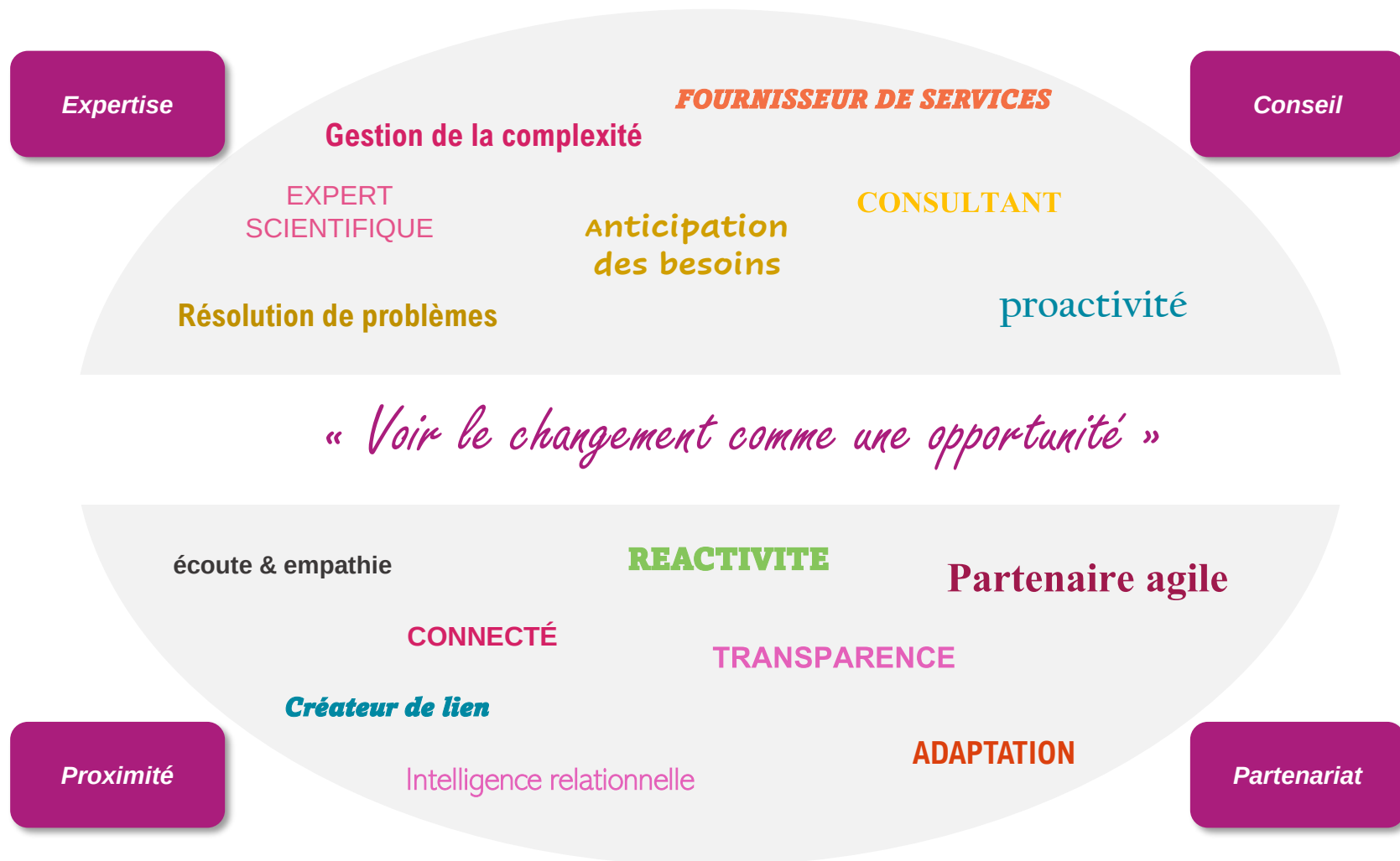


**Evolution des pratiques
et réglementation**

Maîtrise du risque déontologique
dans un cadre réglementaire qui se tend,
notamment vis-à-vis des aspects du
numérique en Santé et data privacy / RGPD

Évolution du modèle
d'interactions, avec l'apparition du
distanciel dans la relation
(à la suite du Plan Blanc) /
Engagement à distance acceptable
pour les aspects achats /
négociation - commandes

En résumé, vos clients ont de fortes attentes vis à vis de vos Commerciaux, tant sur l'expertise, le conseil, la proximité que l'engagement partenarial



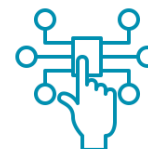
Le rôle du Commercial demain est d'être **Pourvoyeur de solutions** dans une organisation du soin en évolution, avec une relation qui se complexifie et une offre davantage customisée



Capacité à **appréhender de nouveaux acteurs** de plus en plus **spécialisés**, tout au long d'une **organisation du soin en transformation** (regroupement / centralisation, professionnalisation, moindre accès...)



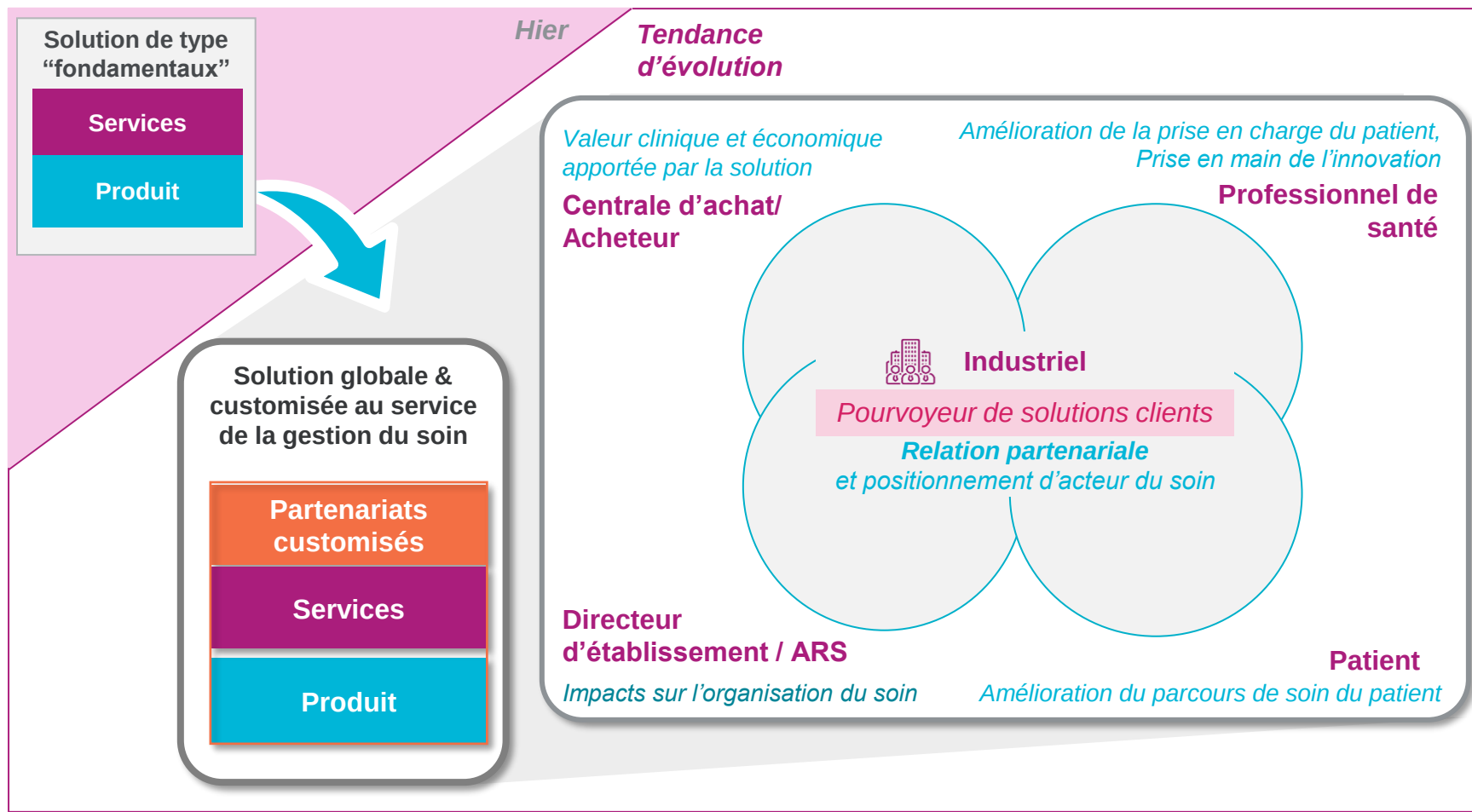
Capacité à **gérer la complexité de la relation**, et à **prioriser** les actions, pour **générer de la fluidité**, de la **proximité** et de la **confiance**



Capacité à intégrer une **offre de plus en plus customisée** et **génératrice de simplicité et d'efficience** d'un point de vue client, tout en **assurant la rentabilité** pour l'entreprise

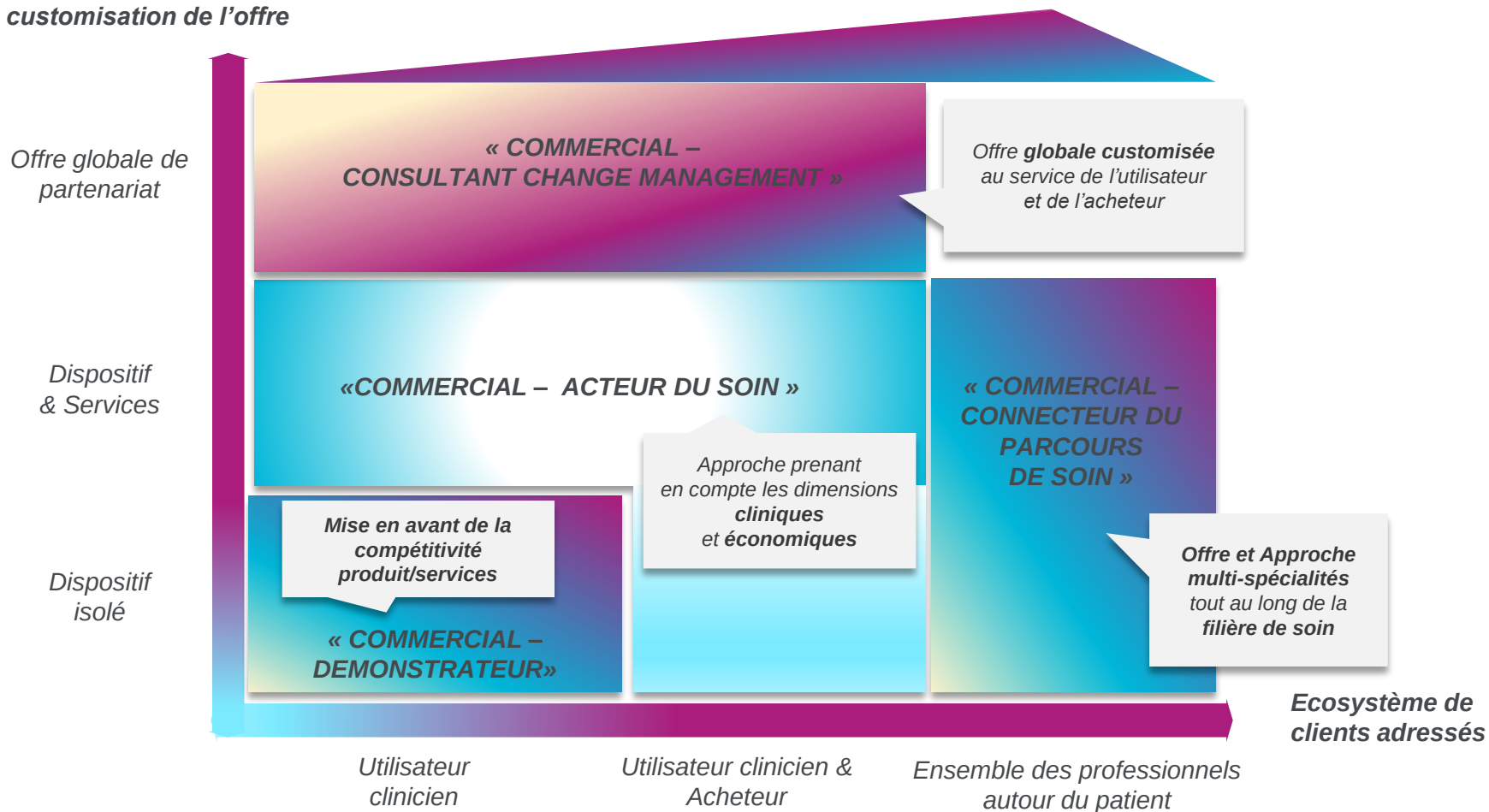
*Un Commercial
« Pourvoyeur de
Solutions »*

Si aujourd'hui la solution est souvent focalisée produit et services,
la tendance d'évolution est une solution customisée
en réponse aux besoins de l'organisation et du parcours du soin



Plusieurs stratégies se dessinent : Compétitivité, Approche Clinico-Economique, Customisation de l'offre ou Amélioration de la filière de soins, impactant le rôle du Commercial

Niveau d'innovation &
customisation de l'offre



Evolution du métier de Commercial dans le secteur du Dispositif Médical – Présentation du 29 septembre 2021

© Tous droits réservés. Utilisation des données en libre accès sous réserve de citer la source :

« OPCO2i / Observatoire de la Métallurgie » pour toute diffusion.



Articulés autour des **4 mêmes groupes d'activité**,
les axes d'évolution sont nombreux,
nécessitent priorisation et accompagnement managérial



Le Management Commercial est investi de la responsabilité de Gestion et de leader du changement

« Faire preuve d'une grande capacité d'adaptation, de soif d'apprendre »

Être capable de **tenir deux rôles à la fois** :

- **Dirigeant** (stratège, garant d'une vision à long terme), et
- **Manager / coach de proximité**

Démontrer une **capacité à intégrer très rapidement les évolutions**
de l'environnement, du système de santé (dont accès au marché et remboursement),
des clients, et l'état des lieux des innovations

> Afin de repérer les tendances et coacher son équipe

Savoir **mobiliser les compétences** à l'intérieur de l'entreprise **au service du client et en mode transversal**

> Être capable de travailler et de faire travailler les équipes en transversal autour de projets pour / avec le client

Être capable **d'insuffler une véritable réflexion stratégique** au sein des équipes :
force de l'analyse, construction de plans d'actions dans le respect de la stratégie commerciale...

*> Savoir apporter un savoir-faire méthodologique et challenger de manière constructive,
en s'appuyant sur un socle fort de compréhension du Terrain*

Savoir mettre en place des **méthodes pour faire levier sur les bonnes pratiques**
et les **diffuser auprès des équipes en transversal**

> Savoir induire de la cross-fertilisation en croisant la diversité des profils et compétences au sein des équipes