

CQP Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire

Référentiel d'activités

Description de la qualification

Le/ la Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire a en charge le développement du portefeuille de clients professionnels et du chiffre d'affaires d'une ou plusieurs gammes de médicaments vétérinaires de son entreprise, sur un territoire géographique défini.

Porteur de l'image de son entreprise, il/elle assure la promotion, la vente de médicaments vétérinaires, l'information auprès des professionnels et le bon usage des médicaments vétérinaires dans le respect des règles éthiques et de la réglementation pharmaceutique.

Il (elle) possède une connaissance technique, scientifique et réglementaire des médicaments vétérinaires doublée d'une compétence relationnelle et commerciale.

Il (elle) recueille et transmet à l'entreprise, selon la procédure définie, tous les cas de pharmacovigilance et défauts qualité portés à sa connaissance.

Il (elle) réalise le suivi de l'exécution des contrats, le suivi de ses clients, s'assure de leur satisfaction et met en œuvre des actions correctives, le cas échéant.

Il (elle) assure le reporting de son activité.

Il (elle) exerce son activité en autonomie, dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise, et de son champ de responsabilité fixé par l'entreprise et sous la direction d'un responsable hiérarchique (par exemple : le responsable commercial, responsable des ventes, responsable régional).

Il/ elle travaille en collaboration avec différents services de l'entreprise (par exemple : service commercial, service des ventes, service Marketing, service des affaires réglementaires ...).

Les **principales situations professionnelles rencontrées** sont les suivantes :

- Organisation de son activité commerciale : prospection, rendez-vous avec les clients
...
- Présentation des médicaments vétérinaires de sa gamme, information et conseil aux clients
- Négociation et vente de médicaments vétérinaires
- Représentation de l'entreprise dans des salons et manifestations
- Suivi et reporting de son activité commerciale
- Gestion et fidélisation d'un portefeuille client
- Remontée d'informations techniques, réglementaires et commerciales

Exemples d'appellations du métier

Délégué(e) vétérinaire, Délégué(e) vétérinaire Animaux de compagnie, Délégué(e) médical(e) produits vétérinaires, Visiteur(euse) médical(e) produits vétérinaires, Délégué(e) pharmaceutique produits vétérinaires, Délégué(e) commercial(e), Attaché(e) commercial(e), Responsable Compte Clients

Référentiel d'activités

Les professionnels en exercice mettent en œuvre tout ou partie de ces activités, en fonction de l'organisation et de la structure de l'entreprise.

1. Organisation de ses activités commerciales (prise de rendez-vous, préparation des rendez-vous, déplacement, gestion administrative ...)

- Formalisation de son plan d'action correspondant aux objectifs commerciaux de l'entreprise sur son secteur géographique et à sa gamme de médicaments vétérinaires
- Prospection
 - ✓ Recherche d'informations sur les cibles potentielles (vétérinaires, cliniques vétérinaires, officine) et qualification des prospects
 - ✓ Proposition et mise en œuvre opérationnelle des plans de prospection
 - ✓ Suivi du prospect

2. Recherche et remontée d'informations commerciales, techniques, réglementaires et de vigilance sanitaire en lien avec les médicaments vétérinaires

- Recherches et remontée d'informations sur le marché, les clients et prospects cibles, la concurrence
- Remontée d'informations concernant les réclamations clients, la vigilance sanitaire sur les médicaments vétérinaires (pharmacovigilance)

3. Information et conseil sur les médicaments vétérinaires

- Identification des besoins et des attentes du client après entretien
- Présentation de la gamme de médicaments vétérinaires (indications, contre-indications, effets indésirables)
- Informations sur le bon usage des médicaments vétérinaires
- Réponse aux questions et aux objections des clients

4. Négociation et vente de médicaments vétérinaires

- Présentation des propositions commerciales au client
- Argumentation et réponse aux objections
- Négociation selon la politique commerciale et financière de l'entreprise
- Conclusion des entretiens et de la vente

5. Gestion et accompagnement des clients

- Développement d'une relation personnalisée avec les clients
- Suivi des commandes et mesure de la satisfaction des clients
- Mise en œuvre et/ou suivi des actions correctives en cas d'insatisfaction du client en collaboration avec les services pertinents

6. Suivi et reporting de son activité commerciale

- Actualisation du fichier de clients et de prospects
- Renseignement de tableaux de suivi de son activité et de sa performance commerciale
- Evaluation des résultats avec sa hiérarchie
- Proposition d'actions correctives concernant son activité commerciale à sa hiérarchie
- Transmission des résultats de ses activités commerciales sous forme de bilan d'activités, de compte-rendu, d'alerte ...

CQP Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire

Référentiel de compétences

Bloc de compétences 1 – Conseil, information et formation scientifiques, techniques et réglementaires aux clients, sur les médicaments vétérinaires de sa gamme, dans le respect de la réglementation vétérinaire

- Expliquer les caractéristiques des médicaments vétérinaires de sa gamme (animaux concernés, pathologies traitées, classe thérapeutique, formes galéniques, posologies, pharmacologie, contre-indications, effets indésirables, bon usage du produit...)
- Expliquer et argumenter les avantages concurrentiels des produits de sa gamme
- Apporter les informations appropriées en fonction de l'interlocuteur et de ses préoccupations
- Répondre aux questions et aux objections du client
- Adopter, en toutes circonstances, une attitude professionnelle dans le respect des règles et consignes de l'entreprise
- Intégrer, dans son activité professionnelle, toutes les dispositions réglementaires du (de la) Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire

Bloc de compétences 2 – Recueil et transmission des informations indispensables à l'évaluation des cas de pharmacovigilance, d'antibiorésistance et des défauts qualité

- Détecter, en toute situation, l'ensemble des cas de pharmacovigilance et des défauts qualité
- Recueillir les informations (critères minimaux) indispensables à l'évaluation des cas en fonction des dispositions réglementaires
- Déclarer l'information auprès des services concernés dans les délais fixés par l'entreprise en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Recevoir et écouter la problématique rencontrée par le client, la classer et orienter vers la procédure de prise en charge adaptée avec rigueur et méthode

Bloc de compétences 3 – Mise en œuvre d'un plan d'action commerciale

- Recueillir et exploiter des informations pertinentes sur les cibles de son secteur, leur potentiel et les concurrents à partir de différentes sources et en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Identifier les enjeux et les problématiques de ses clients et prospects
- Transmettre des informations pertinentes sur les clients, les prospects et leurs besoins à sa hiérarchie et aux autres services de l'entreprise pour assurer la relation client selon les règles et procédures en vigueur
- Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales avec sa hiérarchie
- Organiser son activité sur son secteur en fonction des objectifs définis et identifier les priorités dans le respect des procédures de l'entreprise (prise de rendez-vous, participation à des manifestations professionnelles, gestion administrative...) en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant

médicament vétérinaire

- Prospecter et obtenir des rendez-vous afin de développer son portefeuille clients et prospects
- Réaliser la mise à jour du fichier des clients et des prospects en utilisant l'outil de gestion de la relation clients de l'entreprise et des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Renseigner les tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Suivre les résultats de ses actions commerciales et des activités de prospection en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant, identifier les écarts et alerter sa hiérarchie
- Communiquer efficacement avec différents interlocuteurs internes (service commercial, marketing, affaires réglementaires, service communication, service technique) et externes en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant

Bloc de compétences 4 – Relation commerciale et négociation avec les clients selon la réglementation en vigueur afin d'établir une relation de partenariat de qualité et durable entre l'entreprise et le client

- Intégrer, dans son activité professionnelle, les obligations du (de la) Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire
- Etablir un contact efficace et adapté avec le client
- Créer des conditions favorables à l'échange avec le client
- Identifier et analyser les besoins du client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente
- Rechercher des informations auprès du client sur l'état des stocks, les ventes réalisées et son potentiel
- Gérer et suivre les réclamations du client (recueil d'informations, analyse, transmission aux interlocuteurs appropriés)
- Assurer le suivi de la satisfaction du client dans une situation difficile
- Formaliser une offre commerciale (contrat, bon de commande) adaptée aux besoins du client dans le respect des procédures de l'entreprise en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre et répondre avec efficacité aux questions et aux objections du client
- Conclure la vente

CQP Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire

Référentiel de certification

Bloc de compétences 1 – Conseil, information et formation scientifiques, techniques et réglementaires aux clients, sur les médicaments vétérinaires de sa gamme, dans le respect de la réglementation vétérinaire

- Expliquer les caractéristiques des médicaments vétérinaires de sa gamme (animaux concernés, pathologies traitées, classe thérapeutique, formes galéniques, posologies, pharmacologie, contre-indications, effets indésirables, bon usage du produit...)
- Expliquer et argumenter les avantages concurrentiels des produits de sa gamme
- Apporter les informations appropriées en fonction de l'interlocuteur et de ses préoccupations
- Répondre aux questions et aux objections du client
- Adopter, en toutes circonstances, une attitude professionnelle dans le respect des règles et consignes de l'entreprise
- Intégrer, dans son activité professionnelle, toutes les dispositions réglementaires du (de la) Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire

Modalités d'évaluation :

Etude de cas concret ou une mise en situation simulée de conseil et argumentaire avec des médicaments vétérinaires de la gamme du candidat

OU

- Entretien associé à un recueil de preuves dont des compte-rendu des tournées en duo avec le hiérarchique : bilan de l'activité du candidat en lien avec le conseil des clients et les argumentaires du candidat concernant les informations scientifiques, techniques et réglementaires des médicaments vétérinaires de sa gamme

<i>Critères d'évaluation</i>	<i>Indicateurs</i>
L'ensemble des caractéristiques des médicaments vétérinaires de sa gamme sont expliquées au client	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Explication pertinente concernant l'ensemble des éléments suivants (définis dans le RCP : Résumé des Caractéristiques du Produit) :</i> <ul style="list-style-type: none"> - les animaux concernés, - les pathologies traitées (dans les domaines de la bactériologie, de l'immunologie, de la parasitologie, des pathologies cardiovasculaires, des pathologies digestives, de la reproduction et de l'endocrinologie, de la neurologie) - la classe thérapeutique - les formes galéniques - les posologies - les contre-indications - les effets indésirables - le bon usage du médicament

Référentiel CQP Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire

<p>L'argumentation présente les avantages de sa gamme par rapport à la concurrence et/ ou la pratique professionnelle du client</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Organisation pertinente et cohérence des explications</i> • <i>Argumentation selon des données factuelles et sans dénigrement de la concurrence</i> • <i>Utilisation des supports réalisés par l'entreprise</i> • <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant</i>
<p>Une réponse est apportée aux remarques et aux objections du client</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Prise en compte de l'ensemble des remarques et objections du client</i> • <i>Pertinence des réponses</i> • <i>Adaptation aux besoins du client</i>
<p>L'attitude et la présentation est adaptée</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Respect des règles et consignes de l'entreprise</i>
<p>L'ensemble des dispositions concernant la réglementation vétérinaire du délégué vétérinaire sont expliqués</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Aucune erreur concernant la réglementation vétérinaire : les règles concernant la publicité, RCP, les classes de médicaments, les ayant droit</i> • <i>Aucune omission</i>

Bloc de compétences 2 – Recueil et transmission des informations indispensables à l'évaluation des cas de pharmacovigilance, d'antibiorésistance et des défauts qualité

- Détecter, en toute situation, l'ensemble des cas de pharmacovigilance et des défauts qualité
- Recueillir les informations (critères minimaux) indispensables à l'évaluation des cas en fonction des dispositions réglementaires
- Déclarer l'information auprès des services concernés dans les délais fixés par l'entreprise en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Recevoir et écouter la problématique rencontrée par le client, la classer et orienter vers la procédure de prise en charge adaptée avec rigueur et méthode

Modalités d'évaluation :

- Entretien associé à un recueil de preuves concernant l'activité du candidat en lien avec les cas de pharmacovigilance, d'antibiorésistance et les défauts qualité

OU

- Etude de cas concret ou mise en situation simulée concernant le recueil de critères indispensables à l'évaluation des cas de pharmacovigilance, d'antibiorésistance et de défauts qualité

<i>Critères d'évaluation</i>	<i>Indicateurs</i>
La problématique du client est recueillie et prise en compte	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche appropriée d'informations complémentaires et d'éléments factuels indispensables à l'analyse de la situation (questionnement du client, recueil de documents ...)
Les cas de pharmacovigilance et les défauts qualité sont identifiés	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune erreur dans l'identification des cas
L'ensemble des critères indispensables à l'évaluation des cas est identifié	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune omission dans le recueil des critères permettant l'évaluation des cas
Les services pertinents pour traiter la problématique du client sont informés	<ul style="list-style-type: none"> • Application de la procédure de gestion et de transmission d'information de cas de pharmacovigilance et d'antibiorésistance • Respect des délais de transmission des informations • Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
Une réponse est apportée au client (explication des actions mises en œuvre, étapes à suivre ...)	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la réponse transmise au client au regard de la problématique rencontrée • Respect des procédures en vigueur dans l'entreprise concernant le traitement des problématiques rencontrées par le client • Présentation aux clients des actions mises en œuvre

Bloc de compétences 3 – Mise en œuvre d'un plan d'action commerciale

- Recueillir et exploiter des informations pertinentes sur les cibles de son secteur, leur potentiel et les concurrents à partir de différentes sources et en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Identifier les enjeux et les problématiques de ses clients et prospects
- Transmettre des informations pertinentes sur les clients, les prospects et leurs besoins à sa hiérarchie et aux autres services de l'entreprise pour assurer la relation client selon les règles et procédures en vigueur
- Identifier les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales avec sa hiérarchie
- Organiser son activité sur son secteur en fonction des objectifs définis et identifier les priorités dans le respect des procédures de l'entreprise (prise de rendez-vous, participation à des manifestations professionnelles, gestion administrative...) en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Prospecter et obtenir des rendez-vous afin de développer son portefeuille clients et prospects
- Réaliser la mise à jour du fichier des clients et des prospects en utilisant l'outil de gestion de la relation clients de l'entreprise et des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Renseigner les tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Suivre les résultats de ses actions commerciales et des activités de prospection en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant, identifier les écarts et alerter sa hiérarchie
- Communiquer efficacement avec différents interlocuteurs internes (service commercial, marketing, affaires réglementaires, service communication, service technique) et externes en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant

Modalités d'évaluation :

- Entretien associé à un recueil de preuves concernant l'activité du candidat en lien avec la mise en œuvre et le suivi du plan d'actions commerciales : la politique commerciale de son entreprise, les objectifs fixés, les rendez-vous pris et les manifestations auxquelles il participe, le système et les outils de gestion de la relation client mis en œuvre par le candidat (fichiers clients...) et le reporting qu'il réalise

<i>Critères d'évaluation</i>	<i>Indicateurs</i>
Les informations sur les cibles de son secteur, leur potentiel et les concurrents sont recherchées à partir de diverses sources d'informations (collecte sur le terrain, clients, internet, réseaux sociaux, bases de données, documents de l'entreprise, offres de la concurrence, ...) et sont actualisées régulièrement	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche et actualisation des informations sur les entreprises de son secteur, sur leur évolution, leur potentiel et les concurrents à partir de diverses sources d'informations • Pertinence des sources d'information (collecte sur le terrain, clients, internet, réseaux sociaux, bases de données, documents de l'entreprise, offres de la concurrence, ...) • Vérification de la fiabilité des informations recueillies • Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant
Les enjeux et les problématiques des clients et des prospects sont identifiés et expliqués	<ul style="list-style-type: none"> • Identification pertinente des enjeux et problématiques des clients et des prospects
L'ensemble des informations pertinentes, collectées à l'occasion du travail de terrain sur les clients, les prospects et leurs besoins est identifié et transmis à la hiérarchie et aux autres services concernés	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des informations clés sur les clients, les situations rencontrées • Identification des impacts potentiels de ces informations sur les autres membres de l'équipe, les autres services de l'entreprise • Respect des délais, des règles et procédures de transmission d'informations
Les moyens permettant la mise en œuvre des activités commerciales sont identifiés et justifiés	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence des explications concernant des moyens nécessaires à la mise en œuvre de ses activités commerciales (outils, documents, ressources matérielles...)
L'ensemble des activités à réaliser est identifié (prise de rendez-vous, rencontre avec des clients ou des prospects, suivi des clients, gestion administrative des dossiers des clients, organisation de réunion de professionnels, participation à des salons, gestion de son temps...) et organisé	<ul style="list-style-type: none"> • Estimation du temps imparti à chaque activité ou à chaque entretien conforme aux règles de l'entreprise • Ordre de réalisation des activités adapté à l'objectif (prise de rendez-vous, rencontre avec des clients ou des prospects, suivi des clients, gestion administrative des dossiers des clients, organisation de réunion de professionnels, participation à des salons, gestion de son temps...) • Priorisation des activités adaptée aux objectifs définis, à l'optimisation du temps, aux moyens et au respect des procédures de l'entreprise • Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant

médicament vétérinaire

<p>Les données concernant les clients et les prospects sont renseignées et mis à jour selon les procédures en vigueur dans l'entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Qualification des nouveaux clients selon leur potentiel</i> • <i>Renseignement et mise à jour régulière des données</i> • <i>Exactitude et exhaustivité des données</i> • <i>Formalisation régulière des rapports de visite</i> • <i>Utilisation à bon escient du système de gestion de la relation client/prospect</i> • <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>
<p>Les tableaux de suivi de l'activité et de la performance commerciale sont renseignés avec régularité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Renseignement régulier des tableaux de bord de suivi de son activité et de la performance commerciale en conformité avec les consignes de l'entreprise</i> • <i>Explication adaptée des indicateurs utilisés et de leur signification</i> • <i>Utilisation des outils informatiques mis à disposition par l'entreprise</i> • <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>
<p>Les résultats des actions commerciales et des activités de prospection, sont suivis et tout écart est identifié et présenté à sa hiérarchie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Suivi régulier des résultats, en conformité avec les procédures de l'entreprise</i> • <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i> • <i>Explication adaptée des résultats des actions commerciales</i> • <i>Identification de tout écart et information à sa hiérarchie</i>
<p>Des échanges réguliers sont établis avec les interlocuteurs internes et externes y compris dans le cadre d'un travail en réseau et à distance</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Prise en compte des besoins, des demandes et des informations apportés par différents interlocuteurs</i> • <i>Présentation claire et exploitable des informations</i> • <i>Clarté, précision et pertinence de l'expression écrite et/ou orale et du vocabulaire</i> • <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>

Bloc de compétences 4 – Relation commerciale et négociation avec les clients selon la réglementation en vigueur afin d'établir une relation de partenariat de qualité et durable entre l'entreprise et le client

- Intégrer, dans son activité professionnelle, les obligations du (de la) Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire
- Etablir un contact efficace et adapté avec le client
- Créer des conditions favorables à l'échange avec le client
- Identifier et analyser les besoins du client par un questionnement adapté, une écoute active et une reformulation pertinente
- Rechercher des informations auprès du client sur l'état des stocks, les ventes réalisées et son potentiel
- Gérer et suivre les réclamations du client (recueil d'informations, analyse, transmission aux interlocuteurs appropriés)
- Assurer le suivi de la satisfaction du client dans une situation difficile
- Formaliser une offre commerciale (contrat, bon de commande) adaptée aux besoins du client dans le respect des procédures de l'entreprise en utilisant des aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées, le cas échéant
- Argumenter et négocier de façon pertinente l'ensemble des composantes de l'offre et répondre avec efficacité aux questions et aux objections du client
- Conclure la vente

Modalités d'évaluation :

- Mise en situation professionnelle simulée de négociation commerciale avec les clients et de gestion des réclamations qu'il a rencontrés
OU
- Entretien associé à un recueil de preuves dont des compte-rendu des tournées en duo avec le hiérarchique concernant l'activité du candidat en lien avec la négociation commerciale et les actes de vente qu'il a réalisés

<i>Critères d'évaluation</i>	<i>Indicateurs</i>
L'ensemble des dispositions concernant les obligations du délégué vétérinaire sont expliqués	<ul style="list-style-type: none"> • Aucune erreur concernant les obligations du délégué vétérinaire • Aucune omission
Les techniques de prise de contact sont mises en œuvre afin de répondre aux objectifs fixés	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Entrée en contact courtoise et efficace</i> • <i>Respect de la distance professionnelle nécessaire</i> • <i>Instauration rapide d'une relation de qualité et personnalisée avec le client</i> •
L'entretien est préparé	<ul style="list-style-type: none"> • Recueil d'information préalable sur les caractéristiques et l'historique du client

médicament vétérinaire

<p>Des conditions favorables sont créées avec le client tout au long de l'échange</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ecoute et concentration tout au long de l'échange</i> • <i>Intérêt, curiosité et disponibilité à l'égard du client, tout au long de l'échange</i> • <i>Marques visibles d'attention</i> • <i>Expression claire pour le client (vocabulaire adapté, pas de termes techniques incompréhensibles, phrases courtes, construites, clarté et rythme de l'élocution)</i>
<p>L'ensemble des besoins du client est identifié et analysé</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Pertinence des questions posées et des techniques de reformulation : questions claires, courtes, précises, complètes</i> • <i>Recherche et prise en compte des attentes non exprimées par le client (analyse de la nature des informations communiquées en priorité et des questions posées, ...)</i> • <i>Prise en compte de toutes les informations, observations et remarques apportées par le client</i> • <i>Identification et analyse pertinentes des besoins explicites et implicites du client</i>
<p>Les informations concernant l'état des stocks, des ventes sont recherchées auprès du client</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Pertinence des questions posées au client pour obtenir les informations sur le stock et les ventes</i> • <i>Vérification des informations</i> • <i>Pertinence des conseils formulés (conseils concernant l'exposition des médicaments vétérinaires ...)</i>
<p>La réclamation du client est recueillie et prise en compte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Recherche appropriée d'informations complémentaires et d'éléments factuels indispensables à l'analyse de la situation (questionnement du client, recueil de documents ...)</i>
<p>Les services pertinents pour traiter la réclamation du client sont informés</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Application de la procédure de gestion des réclamations</i> • <i>Respect des délais de transmission des informations</i>
<p>La satisfaction et la mise en confiance du client sont vérifiées par des moyens adaptés</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Adaptation des outils ou moyens de suivi au client : contact téléphonique, questionnaire de satisfaction</i> • <i>Transmission des résultats des actions au client</i> • <i>Recherche de l'adhésion du client sur les propositions effectuées pour régler la situation</i> • <i>Remise en confiance du client vis-à-vis de l'entreprise (vérification de la satisfaction client quant à la solution apportée, proposition d'une action de suivi, ...)</i>
<p>Les actions correctives et les actions d'amélioration continue sont présentées au client et suivies</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Suivi des actions correctives ou des points d'amélioration dans le respect des règles en vigueur</i> • <i>Transmission des résultats des actions au client</i> • <i>Recherche de l'adhésion du client sur les propositions effectuées pour régler la</i>

Référentiel CQP Délégué(e) à l'information et à la promotion du médicament vétérinaire

	<p><i>situation</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Remise en confiance du client vis-à-vis de l'entreprise (vérification de la satisfaction client quant à la solution apportée, proposition d'une action de suivi, ...)</i>
Une offre commerciale (contrat, bon de commande) est proposée au client	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Format approprié de l'offre commerciale</i> • <i>Présentation adaptée aux besoins du client</i> • <i>Pertinence et conformité de l'offre aux objectifs commerciaux et aux procédures de l'entreprise</i> • <i>Conformité de l'offre à la réglementation en vigueur</i> • <i>Utilisation d'aides (techniques, humaines, organisationnelles) adaptées à la situation de handicap, le cas échéant</i>
L'ensemble des composantes de l'offre est présenté au client, argumenté et négocié	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Présentation et valorisation de la solution proposée</i> • <i>Explication argumentée et cohérente des choix et options proposés</i> • <i>Prise en compte des signes d'attention verbaux et non verbaux émis par le client</i> • <i>Pertinence des réponses aux objections ou questions du client</i> • <i>Négociation adaptée des ajustements possibles dans le respect des marges de manœuvres préalablement définies</i>
La vente est conclue selon les procédures en vigueur dans l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Récapitulatif des décisions prises au cours de l'entretien</i> • <i>Valorisation de la décision prise par le client</i> • <i>Formule personnalisée de prise de congé</i>