

# Evolution du métier de Commercial dans le secteur du Dispositif Médical

## Synthèse de l'étude

Septembre 2021



Observatoire portaire, 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

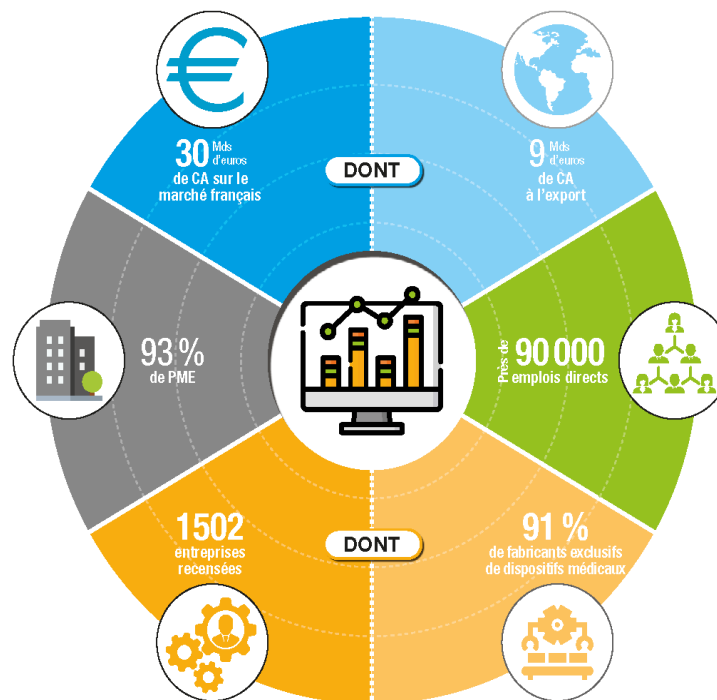


ETC.

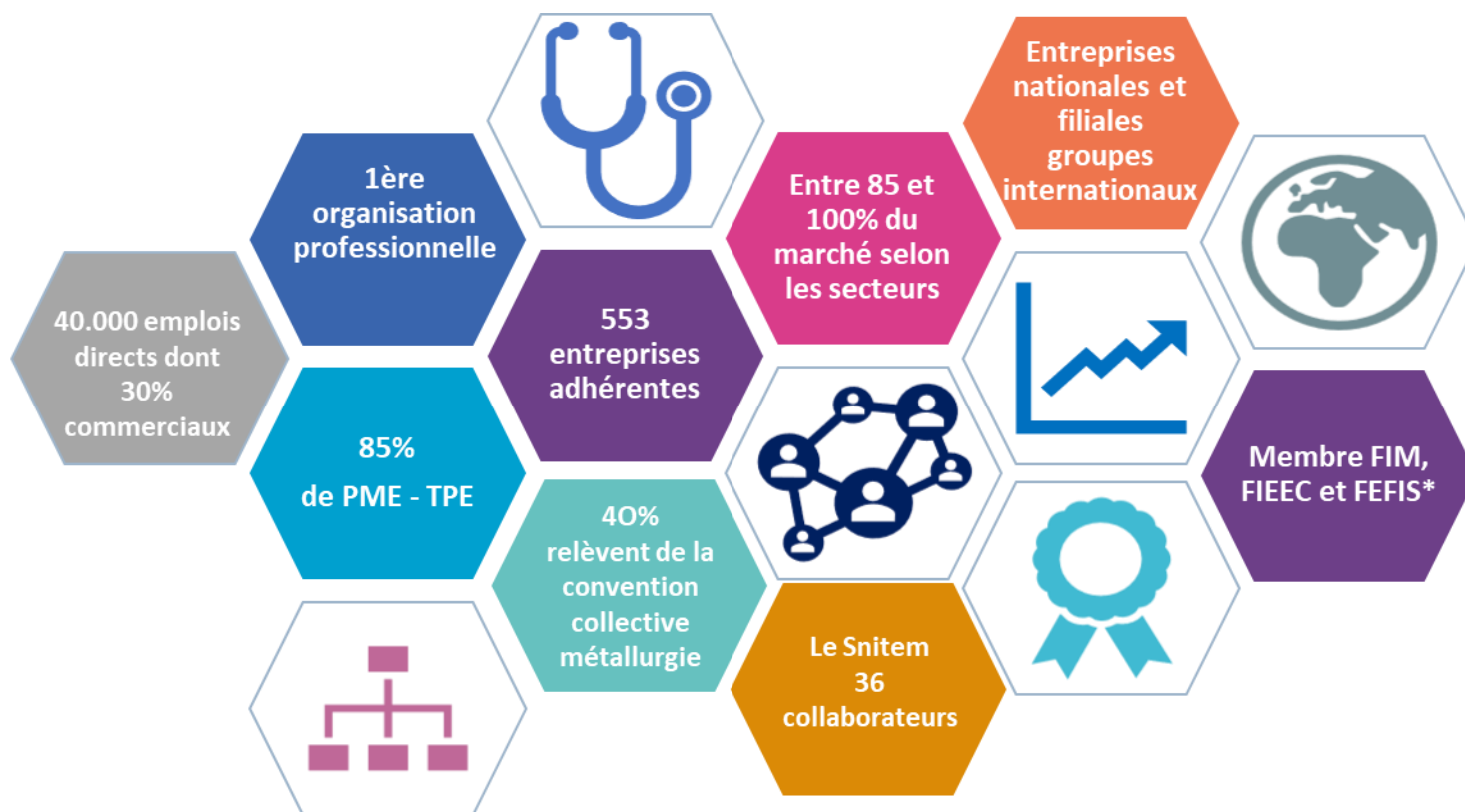
Le Code de la santé publique (art. L5211-1 et R5211-1) définit un dispositif médical comme :

“ 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



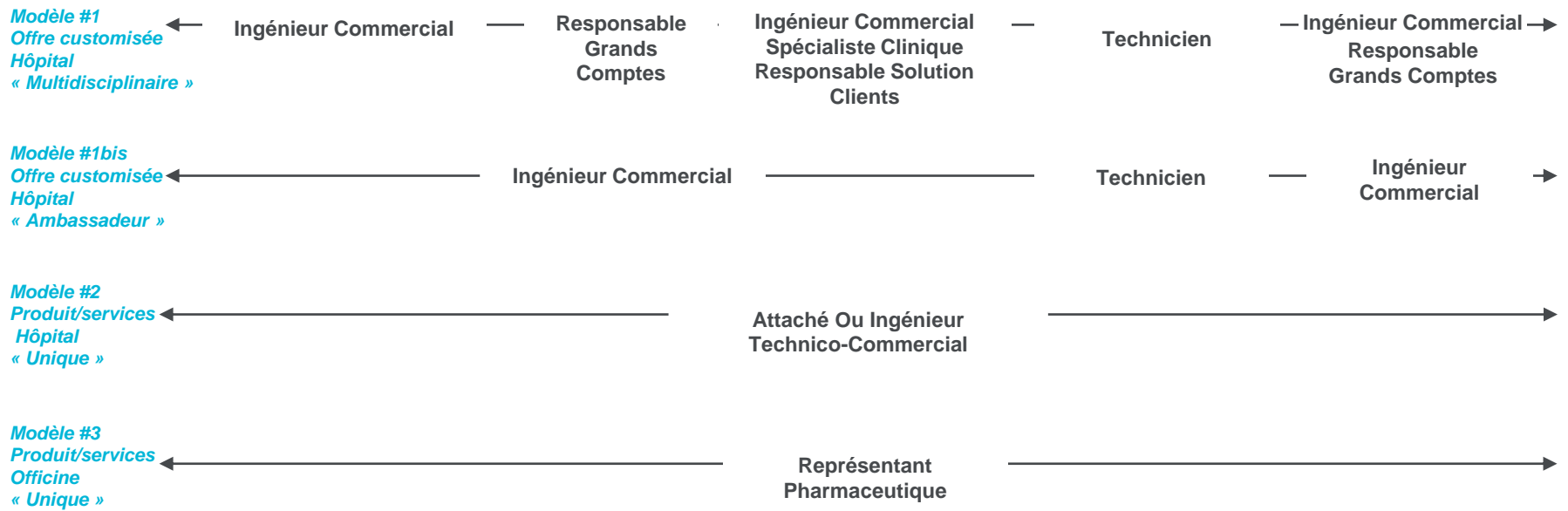
# Le SNITEM : Syndicat National de l'Industrie des Technologies Médicales



# 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



# 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**

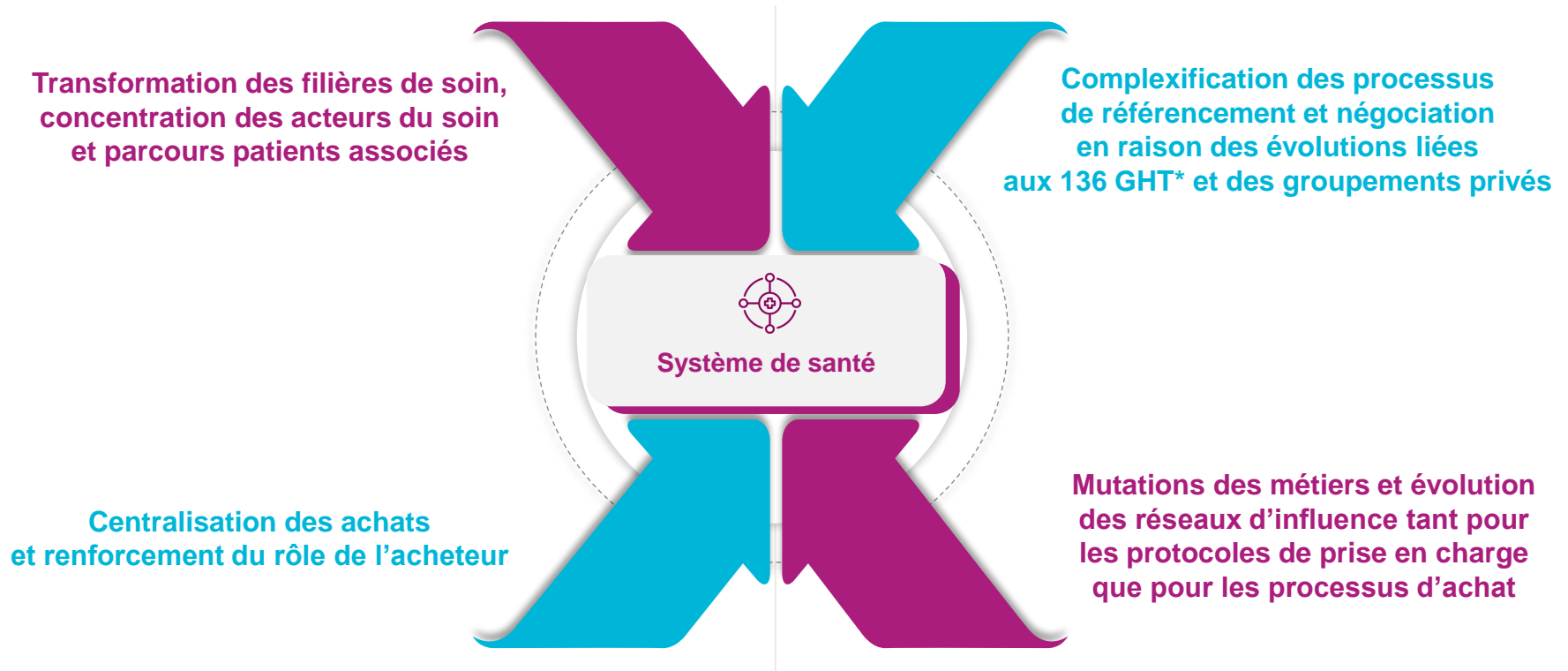


**Accès à l'innovation**



**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

Renforcement des exigences pour l'accès au marché (règlement Européen – Marquage CE) et pression croissante sur les prix et remboursement (LPPR)



Besoin de visibilité des clients sur les innovations du portefeuille à venir de manière plus anticipée



Accès à l'innovation

Accentuation de la technicité des DM, boostée par l'essor du numérique en santé et des révolutions technologiques liées au digital/digitalisation du parcours d'utilisation des DM



Souhait d'accompagnement sur les aspects serviciels, en particulier pour les « produits sensibles »



# 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**

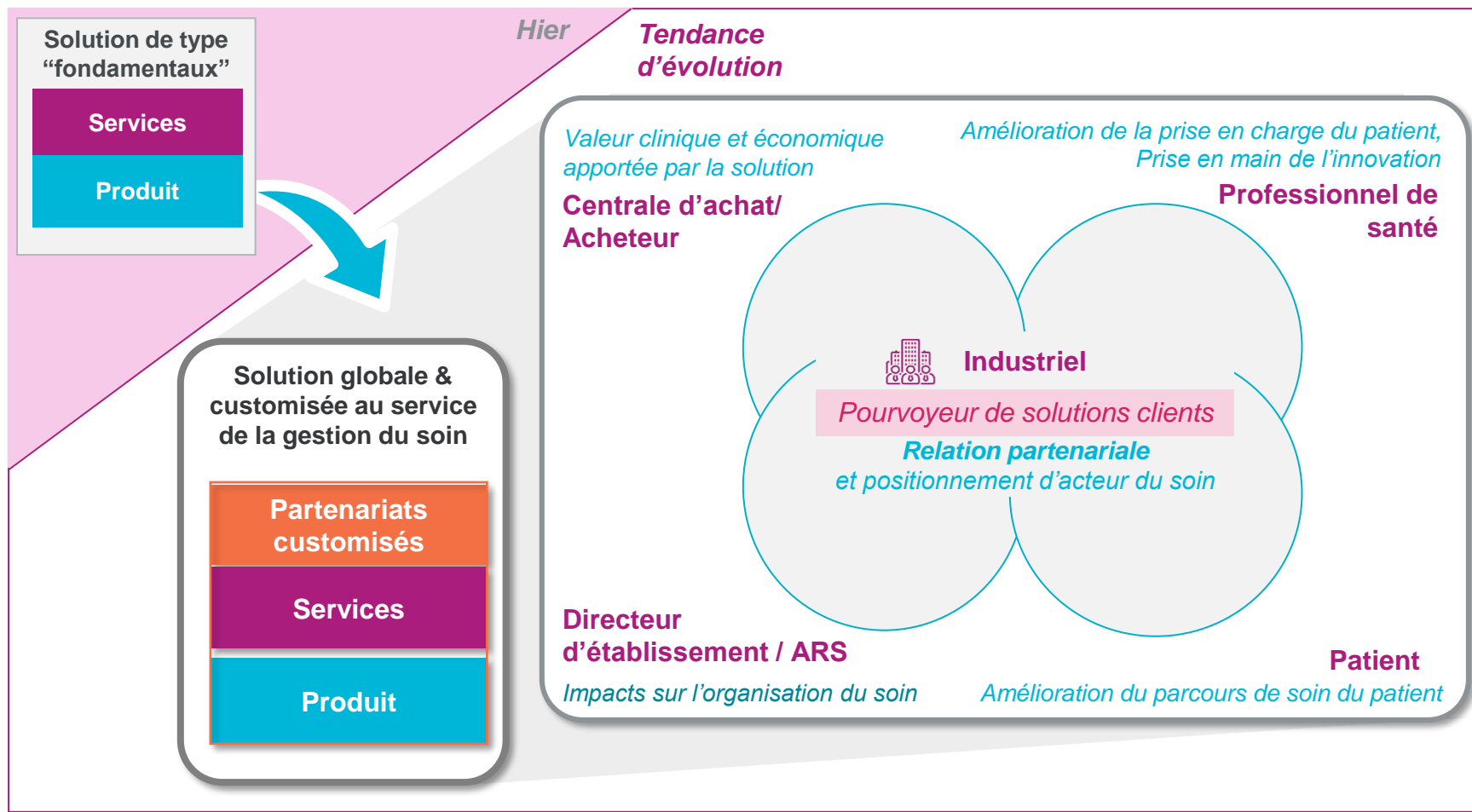


Capacité à intégrer une **offre de plus en plus customisée** et **génératrice de simplicité et d'efficience** d'un point de vue client, tout en **assurant la rentabilité** pour l'entreprise

*Un Commercial  
« Pourvoyeur de  
Solutions »*

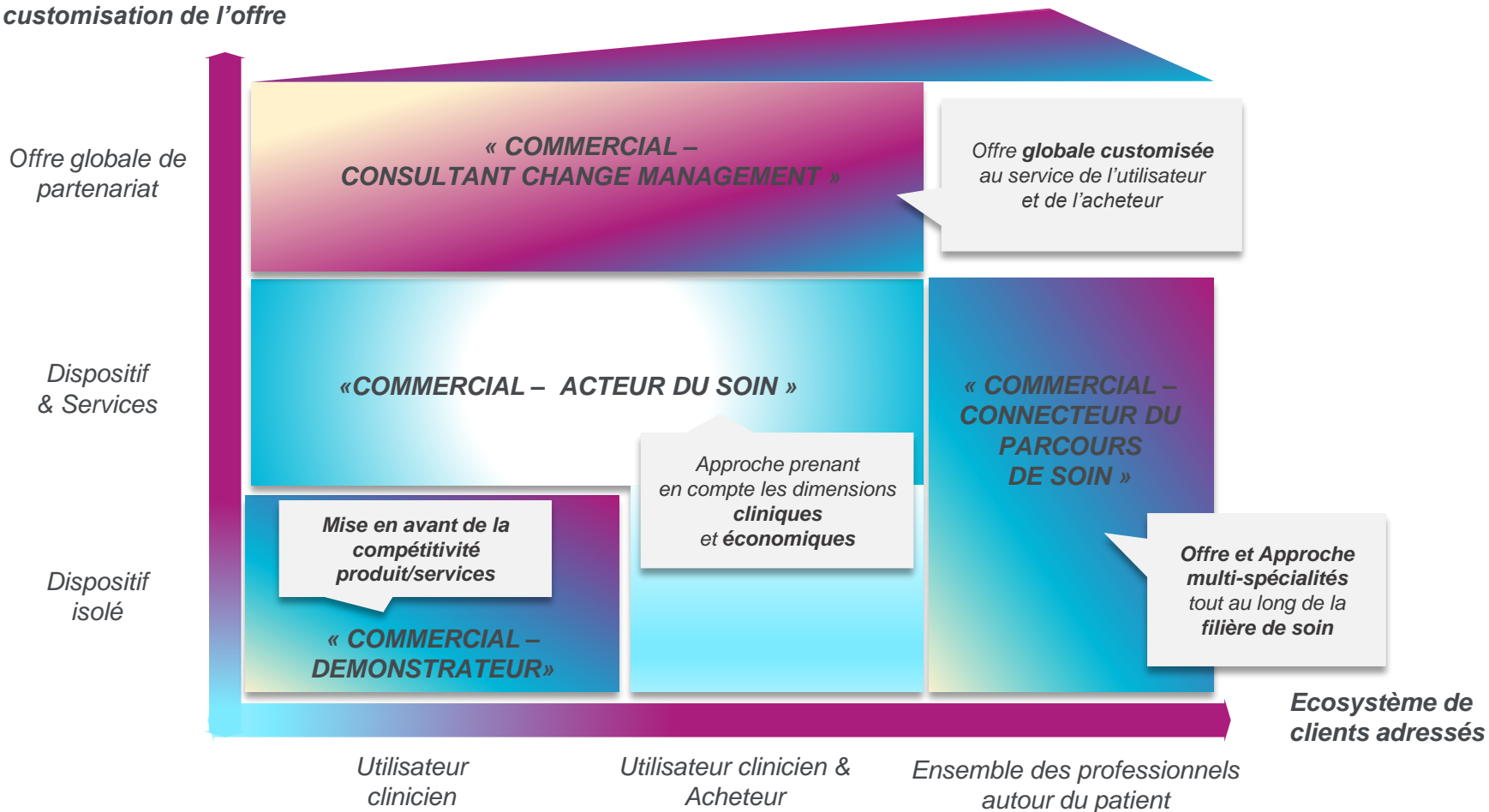


Si aujourd'hui la solution est souvent focalisée produit et services, la tendance d'évolution est une solution customisée en réponse aux besoins de l'organisation et du parcours du soin



# 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



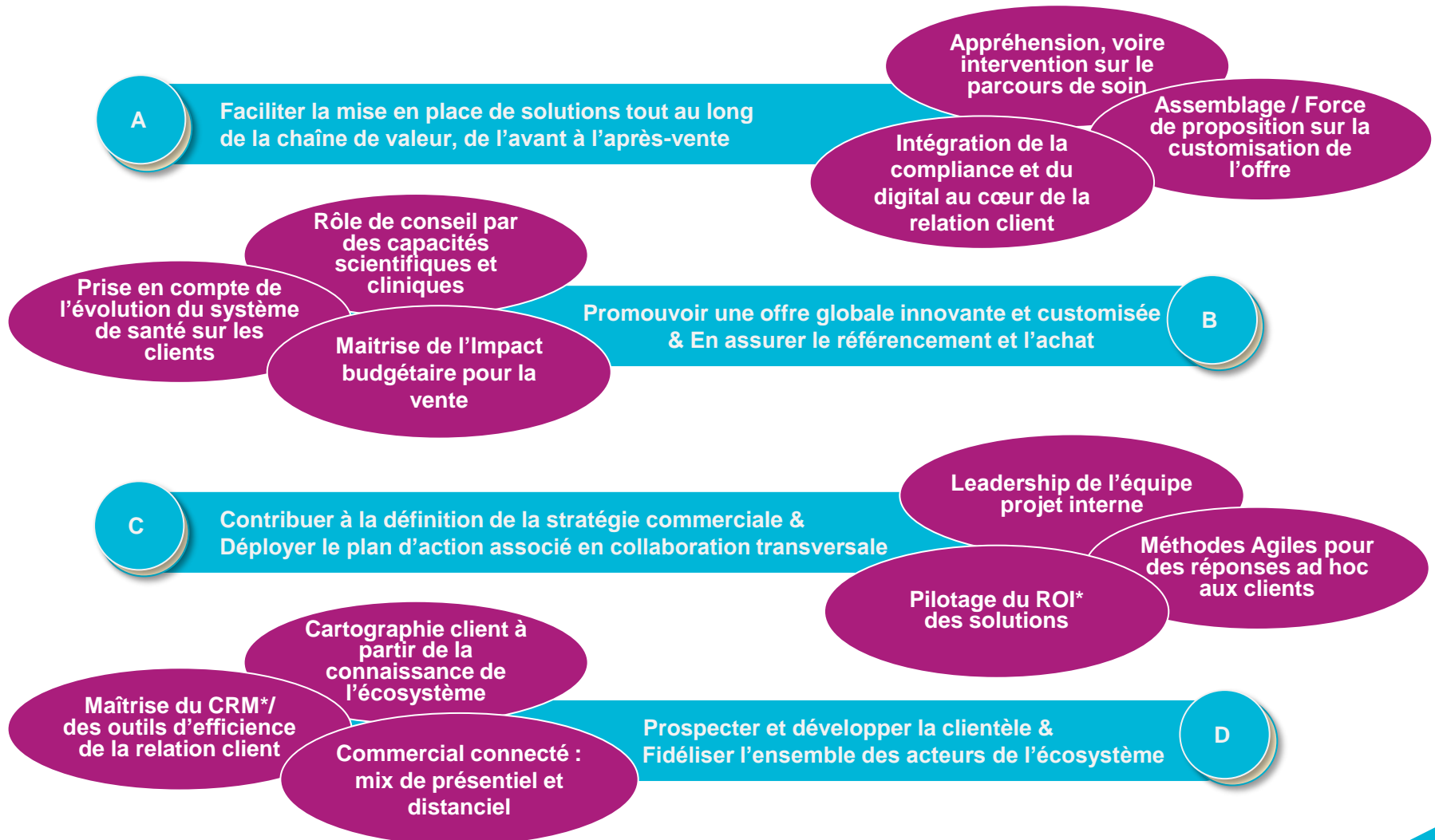
Evolution du métier de Commercial dans le secteur du Dispositif Médical – Présentation du 29 septembre 2021

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

« OPC02i / 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*