



DIRECTEUR·RICE RÉGIONAL DES VENTES

Animateur·rice des équipes de vente

- Regional Sales Manager
- Chef·fe de secteur commercial
- Responsable réseau de distribution



SA MISSION

Le·la directeur·rice régional·e des ventes définit et met en oeuvre la **stratégie commerciale de l'entreprise** en fonction des objectifs fixés pour sa région. Il·elle anime et coordonne les réseaux et les équipes de vente.

En fonction de l'expérience, le poste de directeur·rice régional·e des ventes peut évoluer **vers un poste de directeur·rice national·e des ventes**.



SON QUOTIDIEN

- **Mise en oeuvre de la politique commerciale et marketing de l'entreprise** au niveau régional et respect des objectifs fixés (chiffre d'affaire, rentabilité...)
- **Animation, organisation, coordination et contrôle de l'activité** de la force de vente afin d'optimiser les résultats
- **Management et développement des équipes de vente** (recrutement, définition des objectifs, évaluation, formation)
- **Coordination des activités avec les équipes médicales, juridiques et réglementaires** afin de prendre en compte les éléments liés à la réglementation en vigueur des produits
- **Interlocuteur privilégié entre la région et les services internes** de l'entreprise
- **Proposition, suivi et contrôle du budget** des frais commerciaux de la région





SES ATOUTS

- Piloter la mise en œuvre de la stratégie commerciale
- Maîtriser les fondamentaux du marketing et de la communication
- Connaître les lois et réglementations applicables à son domaine d'activité
- Développer et animer un réseau de partenaires commerciaux
- Fédérer ses interlocuteurs autour de l'ambition du développement de l'entreprise
- Analyser, interpréter et suivre les indicateurs quantitatifs de suivi des ventes et mettre en œuvre les mesures d'ajustement nécessaires

- Maîtriser les techniques de négociation commerciale et d'expression écrite et orale adaptées en fonction du message à délivrer et du public ciblé



SA FORMATION

Bac + 4/Bac + 5

Diplôme d'école de commerce et de gestion
Master en marketing, vente

Bac+6 et au-delà

Diplôme d'Etat de médecin ou de pharmacien ou PhD complété par une spécialisation en marketing ou vente

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 9 milliards à l'export

PLUS D'INFORMATION SUR CE MÉTIER

Retrouvez l'intégralité de la fiche métier sur le site du Snitern **snitem.fr** et sur le site de l'Institut des Métiers et Formations des Industries de Santé **imfis.fr**