

# AP. Laboratoire GSB

1

AP4 – Site web du service commercial



## DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE GSB ET DE SES BESOINS INFORMATIQUES

### Description du laboratoire GSB

#### Le secteur d'activité

L'industrie pharmaceutique est un secteur très lucratif dans lequel le mouvement de fusion acquisition est très fort. Les regroupements de laboratoires ces dernières années ont donné naissance à des entités gigantesques au sein desquelles le travail est longtemps resté organisé selon les anciennes structures.

Des déboires divers récents autour de médicaments ou molécules ayant entraîné des complications médicales ont fait s'élever des voix contre une partie de l'activité des laboratoires : la visite médicale, réputée être le lieu d'arrangements entre l'industrie et les praticiens, et tout du moins un terrain d'influence opaque.

#### L'entreprise

Le laboratoire Galaxy Swiss Bourdin (GSB) est issu de la fusion entre le géant américain Galaxy (spécialisé dans le secteur des maladies virales dont le SIDA et les hépatites) et le conglomérat européen Swiss Bourdin (travaillant sur des médicaments plus conventionnels), lui-même déjà union de trois petits laboratoires.

En 2018, les deux géants pharmaceutiques ont uni leurs forces pour créer un leader de ce secteur industriel. L'entité Galaxy Swiss Bourdin Europe a établi son siège administratif à Paris.

Le siège social de la multinationale est situé à Philadelphie, Pennsylvanie, aux Etats-Unis.

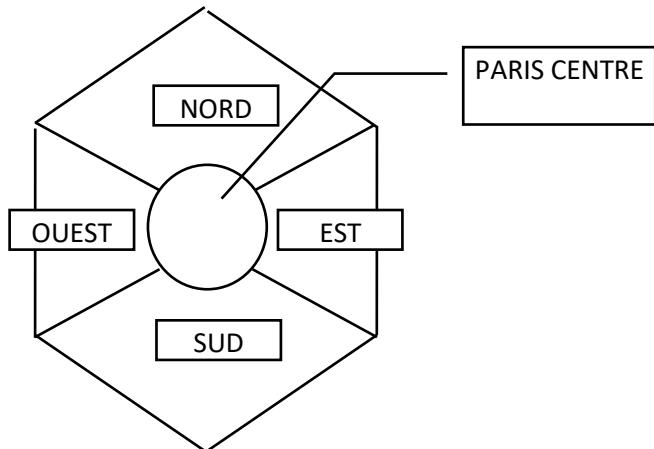
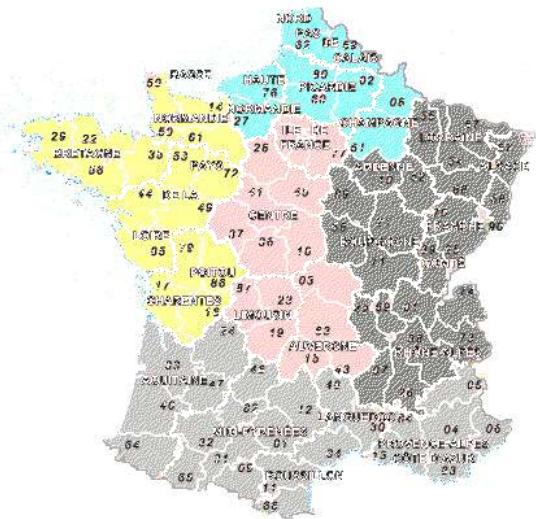
La France a été choisie comme témoin pour l'amélioration du suivi de l'activité de visite.

#### Réorganisation

Une conséquence de cette fusion, est la recherche d'une optimisation de l'activité du groupe ainsi constitué en réalisant des économies d'échelle dans la production et la distribution des médicaments (en passant par une nécessaire restructuration et vague de licenciement), tout en prenant le meilleur des deux laboratoires sur les produits concurrents.

L'entreprise compte 480 visiteurs médicaux en France métropolitaine (Corse comprise), et 60 dans les départements et territoires d'outre-mer. Les territoires sont répartis en 6 secteurs géographiques (Paris-Centre, Sud, Nord, Ouest, Est, DTOM Caraïbes-Amériques, DTOM Asie-Afrique).

Une vision partielle de cette organisation est présentée ci-dessous.



3

**Après deux années de réorganisations internes, tant au niveau du personnel que du fonctionnement administratif, l'entreprise GSB souhaite moderniser l'activité de visite médicale.**

## Description du Système Informatique

### Le système informatique

Sur le site parisien, toutes les fonctions administratives (gestion des ressources humaines, comptabilité, direction, commerciale, etc.) sont présentes. On trouve en outre un service *labo-recherche*, le service juridique et le service communication.

Les serveurs assurent les fonctions de base du réseau et les fonctions de communication (Intranet, Messagerie, Agenda partagé, etc.).

On trouve aussi de nombreuses applications métiers (base d'information pharmaceutique, serveurs dédiés à la recherche, base de données des produits du laboratoire, base de données des licences d'exploitation pharmaceutique, etc.) et les fonctions plus génériques de toute entreprise (Progiciel de Gestion Intégré avec ses modules RH, GRC, etc.).

Les données de l'entreprises sont considérées comme stratégiques et ne peuvent tolérer ni fuite, ni destruction.

### La gestion informatique

La DSI (Direction des Système d'information) est une entité importante de la structure Europe qui participe aux choix stratégiques.

Pour Swiss-Bourdin, qui occupait le siège parisien avant la fusion, l'outil informatique et l'utilisation d'outils décisionnels pour améliorer la vision et la planification de l'activité ont toujours fait partie de la politique maison, en particulier pour ce qui concerne la partie recherche, production, communication et juridique.

La partie commerciale a été le parent pauvre de cette informatisation, les visiteurs étant vus comme des acteurs distants autonomes. La DSI a convaincu l'entreprise que l'intégration des données fournies par cette partie aura un impact important sur l'ensemble de l'activité.

### L'équipement

L'informatique est fortement répandue sur le site. Chaque employé est équipé d'un poste fixe relié au système central. On dénombre ainsi plus de 350 équipements terminaux et un nombre de serveurs physiques conséquent (45 en 2018) sur lesquels tournent plus de 100 serveurs virtuels.

On trouve aussi des stations de travail plus puissantes dans la partie *labo-recherche*, et une multitude d'ordinateurs portables (personnels de direction, service informatique, services commerciaux, etc).

Les visiteurs médicaux reçoivent une indemnité bisannuelle pour s'équiper en informatique (politique Swiss-Bourdin) ou une dotation en équipement (politique Galaxy). Il n'y a pas à l'heure actuelle d'uniformisation des machines ni du mode de fonctionnement.

### Domaine d'étude

L'entreprise souhaite porter une attention nouvelle à sa force commerciale dans un double objectif : obtenir une vision plus régulière et efficace de l'activité menée sur le terrain auprès des praticiens, mais aussi redonner confiance aux équipes malmenées par les fusions récentes.

### Les visiteurs

La force commerciale d'un laboratoire pharmaceutique est assurée par un travail de conseil et d'information auprès des prescripteurs. Les *visiteurs médicaux* (ou *délégués*) démarchent les médecins, pharmaciens, infirmières et autres métiers de santé susceptibles de prescrire aux patients les produits du laboratoire.

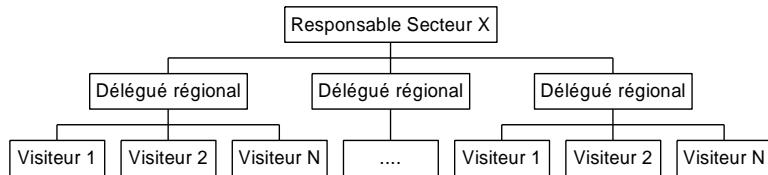
L'objectif d'une visite est d'actualiser et rafraîchir la connaissance des professionnels de santé sur les produits de l'entreprise. Les visiteurs ne font pas de vente, mais leurs interventions ont un impact certain sur la prescription de la pharmacopée du laboratoire.

Les visiteurs récupèrent une information directe sur le terrain. Ceci concerne aussi bien le niveau de la confiance qu'inspire le laboratoire que la lisibilité des notices d'utilisation des médicaments ou encore les éventuels problèmes rencontrés lors de leur utilisation, etc.

Ces informations ne sont actuellement pas systématiquement remontées au siège, ou elles le sont dans des délais jugés trop longs. Le service *rédaction* qui produit les notices souhaite avoir des remontées plus régulières et directes.

Pour donner une organisation commune aux délégués médicaux, l'entreprise a adopté l'organisation de la flotte de visiteurs existant chez Galaxy, selon un système hiérarchique par région et, à un niveau supérieur, par secteur géographique (Sud, Nord, Paris-Centre, Antilles-Guyane, etc).

Hiérarchie par Secteur



5

Le turn-over des visiteurs est de plus en plus important. Pour un délégué régional et plus encore un responsable de secteur, le suivi des équipes devient une véritable activité : obtenir les coordonnées auprès des services RH lors de l'arrivée d'un nouveau personnel, réaliser un suivi personnalisé et former les recrues, etc.

**MISSION : PROJET SITE WEB STATIQUE**

Site vitrine du laboratoire

CAHIER DES CHARGES

**1. Présentation d'ensemble du projet**

*Définition du besoin*

Les délégués régionaux et les responsables de secteurs souhaitent que les nouveaux visiteurs recrutés puissent avoir une vision rapide mais complète de l'organisation du service commercial.

Ils souhaitent que soit **développé un site web statique** permettant de présenter succinctement le laboratoire, ses missions et savoir-faire, son aire thérapeutique et ses produits (dans les grandes lignes), son organisation, et particulièrement l'organisation du secteur commercial.

*Les objectifs du site :*

Le site à développer est un site informationnel présentant le laboratoire et les équipes commerciales, il doit néanmoins par sa **charte graphique** avoir la présentation d'un grand laboratoire pharmaceutique.  
Voir ici : <https://www.aguettant.fr/>

*La cible adressée par le site :*

Les nouveaux visiteurs récemment recrutés.

**PÉRIMÈTRE DU PROJET :**

Le site doit être adapté pour les supports mobiles (téléphone / tablette)

## 2. Description graphique et ergonomique

### 2.1 Charte graphique :

Le fond des pages sera clair. Le code couleur adopté correspondra au logo de GSB (bleu foncé / bleu ciel / gris clair). Le site doit être conçu et développé en conformité avec la « Charte pour la communication sur Internet des entreprises pharmaceutiques » éditée par l'Agence Nationale de Sécurité du Médicament (l'ANSM). L

### 2.2 Maquettes :

- Rechercher parmi les templates proposés par WordPress ou Drupal celui qui convient le mieux.
- Réaliser des maquettes graphiques pour décrire l'organisation des principales pages du site web. Initiez-vous à l'utilisation d'un logiciel de mockup pour réaliser vos maquettes, pour en savoir plus :

<https://www.lafabriquedunet.fr/blog/logiciel-mockup-maquettagage-site/>

## 3. Description fonctionnelle et technique

### 3.1 Arborescence du site :

Présenter l'arborescence de votre site sous la forme d'un schéma :

- Quelle sont les grandes sections de votre site ?
- Comment sont organisées les différentes rubriques ?
- Quelles sont les pages principales ?

### 3.2 Informations relatives aux contenus :

Votre site devra présenter : le contenu attendu par les responsables commerciaux et les délégués, des photos, une carte localisant les différentes implantations en France.

Il proposera un lien vers une page « **Mentions légales** » et une page « **Plan du site** »

### 3.3 Contraintes techniques :

Le site devant être maintenu par une personne ne connaissant pas le HTML5, il devra être construit avec un CMS. Ce CMS n'a pas été choisi par la direction de GSB. Il peut s'agir de WordPress ou de Drupal. Dès lors, un mode opératoire du CMS retenu devra être réalisé, sur le support de votre choix.

L'élaboration du site se faisant en équipe, le développement se fera sur la plateforme proposée par WordPress ou Drupal. Il devra par la suite être déployé sur le serveur des Chassagnes.

Un mode opératoire pour le déploiement du site sur le serveur des Chassagnes devra être réalisé, sur le support de votre choix.

#### 4. Prestations attendues et modalités de sélection des prestataires

##### 4.1 Planning :

La livraison finale du projet devra se faire le **24 JANVIER 2022**

7

##### 4.2 Dossier technique.

- Il sera à rendre à la même date, il contient l'arborescence du site, les différentes maquettes, ainsi que les modes opératoires.