

### Le mémoire professionnel :

Pour obtenir le titre de niveau 6 Chargé d'affaires en Hautes Technologies, le candidat doit valider chaque bloc de compétence mais aussi valider un mémoire professionnel transverse aux différents blocs de compétences.

A partir d'une démarche d'observation et d'investigation, l'étudiant doit présenter dans la première partie de son mémoire, le marché, le contexte macro-économique ainsi que la stratégie, le positionnement, les forces et faiblesses de son entreprise.

Dans la deuxième partie, le candidat développe et analyse le cycle de vente sur un cas client réel rencontré en entreprise.

L'évaluation est basée sur le mémoire écrit et une présentation orale devant un jury.

Le dossier écrit est lu et évalué par le formateur professionnel qui aura suivi et accompagné le candidat tout au long de la réalisation de son mémoire.

L'oral est évalué par un jury composé de deux professionnels ainsi que le tuteur d'entreprise à titre consultatif. L'un des professionnels est un responsable pédagogique de l'organisme certificateur garant de l'homogénéisation et de la validation des critères indispensables à la certification.

Le candidat pour l'écrit :

- Analyse conformément l'offre et le marché de son entreprise
- Présente de manière analytique le contexte de son entreprise, son positionnement, ses offres, ses clients, son organisation
- Décrit et analyse correctement la stratégie de son entreprise à court et moyen terme
- Présente le cas client choisi

Le candidat pour l'oral :

- Anime correctement la soutenance orale
- Effectue une présentation orale dynamique, claire et synthétique
- Utilise un bon niveau de langage
- Maîtrise le langage spécifique à son activité
- Présente un support graphiquement agréable et dynamique
- Respecte le temps imparti
- Présente, argumente et analyse le cycle de vente
- Présente le contexte de son entreprise en lien direct avec l'étude de cas
- Analyse de l'offre et du marché en lien direct avec l'étude de cas client
- Décrit et analyse la stratégie à court, moyen et long terme de l'entreprise
- Liste les enjeux de l'affaire pour son entreprise et pour le client
- Décrit et analyse les différentes étapes du cycle de vente
- Présente les opportunités commerciales futures
- Présente et analyse les résultats commerciaux obtenus sur ce cas
- Propose à partir de son analyse des préconisations adaptées et les principaux bénéfices tirés

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'EVALUATION</b> <i>défini les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>1- COMPREHENSION ET ANALYSE DE SON ECOSYSTEME : SECTEUR DES HAUTES TECHNOLOGIES ET FONCTIONNEMENT DES ENTREPRISES</b>			
<b>ACTIVITE :</b>  <b>Compréhension du secteur et des solutions des Hautes Technologies</b>	<b>COMPETENCES :</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser l'écosystème des Hautes Technologies, le marché, les acteurs, leurs enjeux grâce à une vision générale du marché pour réussir notamment les premiers échanges avec les acteurs de ce secteur et travailler entre autres avec les équipes avant-vente de son entreprise.</li> </ul> <b>CONNAISSANCES :</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les grandes offres du marché, les acteurs et le vocabulaire associé</li> <li>- L'architecture IT</li> <li>- Les solutions informatiques utilisées par leurs prospects et clients et les acteurs proposant ces solutions</li> <li>- Les différentes innovations technologiques à travers des lectures de l'actualité et une veille active</li> </ul>	<b>MODALITES D'EVALUATION :</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Questions ouvertes ou semi-ouvertes sur le marché, le secteur, les acteurs, les technologies, les solutions, les projets IT...</li> <li>- Oral individuel : sur un sujet d'actualité sur les innovations technologiques tiré au sort. Le candidat devra développer sa compréhension du sujet et son analyse des enjeux devant l'évaluateur formateur professionnel</li> </ul>	<b>CRITERES D'EVALUATION :</b>  Le candidat : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caractérise correctement les différents composants techniques de l'informatique : matériels, infrastructures, logiciels métier</li> <li>- Sait reconnaître avec exactitude les acteurs du secteur et leur activité les sociétés de services informatiques, éditeurs de logiciels, prestations d'infogérance et cloud computing et ce qu'ils vendent</li> <li>- Déroule chronologiquement les principales étapes d'un projet informatique</li> <li>- Maîtrise et utilise à bon escient le vocabulaire technique</li> <li>- Différencie avec exactitude les principales typologies de logiciels métiers utilisés et appréhende leur utilité</li> </ul>

<p style="text-align: center;"><b>ACTIVITE :</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Analyse stratégique des différentes organisations des entreprises, de la gestion financière ainsi que les fonctions clés d'une entreprise du secteur des Hautes Technologies</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>COMPETENCES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Appréhender les types d'entreprises grâce à la construction de cartographies pour décrypter l'organisation et le fonctionnement des entreprises des Hautes Technologies.</li> <li>- Analyser les grandes fonctions d'une entreprise cliente et leurs enjeux par une étude de leur activité respective afin de comprendre leurs interactions et mieux répondre à leurs besoins.</li> <li>- Déterminer la solvabilité d'une entreprise cliente en utilisant l'information financière et comptable afin de prévenir les risques inhérents au portefeuille clients et comprendre les impératifs budgétaires.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>MODALITES D'EVALUATION :</b></p> <p>Etude de cas d'une entreprise à l'oral en groupe d'étudiants devant le formateur professionnel</p> <p>A partir d'un cas d'une entreprise, les candidats doivent faire une présentation reprenant : le Kbis, l'organigramme, l'organisation de l'entreprise, la chaîne de valeur, le modèle économique de l'entreprise, l'analyse financière et comptable, l'analyse des fonctions (Direction des Ressources Humaines, Direction des Systèmes d'Information, Direction Marketing, Direction Achats et Logistique, Direction Générale, Direction commerciales...) et les interactions et enjeux entre ces fonctions.</p>	<p style="text-align: center;"><b>CRITERES D'EVALUATION :</b></p> <p>Les candidats :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Décryptent avec exactitude le fonctionnement global d'une entreprise et son modèle économique</li> <li>- Repèrent de façon détaillée les grandes fonctions de l'entreprise et les liens entre elles</li> <li>- Analysent les enjeux métiers des grandes fonctions avec exactitude</li> <li>- Analysent l'information financière et comptable avec exactitude</li> </ul>
---	--	--	---

## 2 – DETECTION ET DEVELOPPEMENT DES OPPORTUNITES D’AFFAIRES

<p><b>ACTIVITE :</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Déclinaison opérationnelle de la stratégie de l’entreprise en actions commerciales</b></p>	<p><b>COMPETENCE :</b></p> <p>Structurer un plan d’actions commerciales et stratégiques avec des cibles et des actions organisées dans le temps afin de construire sa feuille de route</p> <p><b>CONNAISSANCES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les méthodes de diagnostic interne et externe (Forces / Faiblesses / Opportunités / Menaces) et l’analyse de la concurrence</li> <li>- Les matrices permettant de cibler les prospects selon leurs potentiels et une segmentation croisée</li> <li>- La matrice des responsabilités</li> </ul>	<p><b>MODALITES D’EVALUATION :</b></p> <p>Dossier écrit individuel : le candidat doit présenter et analyser le plan d’actions commerciales découlant de la stratégie de l’entreprise dans laquelle il se trouve et son positionnement</p>	<p><b>CRITERES D’EVALUATION :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présente de manière synthétique son marché, les opportunités et un SWOT complet</li> <li>- Propose une analyse de positionnement pertinente ainsi qu’une analyse stratégique avec les explications et justification via des matrices</li> <li>- Détaille et explique ses objectifs stratégiques, marketings et commerciaux avec exactitude</li> <li>- Fait une analyse pertinente de son portefeuille via une matrice croisée en justifiant la segmentation</li> <li>- Fait une analyse des priorités via une matrice justifiée</li> <li>- Présente précisément le contexte, les enjeux et les objectifs sur les principaux comptes</li> <li>- Présente un planning détaillé des actions sur l’année et son plan de charge annuel</li> </ul>
<p><b>ACTIVITE :</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Création d’une démarche stratégique de marketing B-to-B en lien avec le plan d’actions commerciales</b></p>	<p><b>COMPETENCES :</b></p> <p>Démarcher de nouveaux clients en utilisant les outils marketing innovants grâce par exemple à l’inbound marketing (stratégie de contenu web) et le marketing automation afin de générer de nouveaux clients.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtriser un positionnement marketing des entreprises en B-to-B afin d’aligner la démarche marketing à la démarche de vente en Hautes Technologies</li> </ul>	<p><b>MODALITES D’EVALUATION :</b></p> <p>Cas pratique à l’oral en sous-groupe devant un formateur professionnel à partir d’un cas concret, scénariser la campagne marketing et la stratégie Marketing B-to-B d’une entreprise des Hautes Technologies</p>	<p><b>CRITERES D’EVALUATION :</b></p> <p>Le ou les candidats :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produit une analyse de marché pertinente</li> <li>- Identifie avec exactitude la segmentation des marchés en B-to-B</li> <li>- Présente et analyse le process d’achat B-to-B de manière professionnelle</li> <li>- Présente le marketing mix d’un cas client avec justesse</li> <li>- Démontre sa compréhension du marché, la segmentation et le processus d’achat B-to-B</li> </ul>

	<p><b>CONNAISSANCES LIEES A CETTE DERNIERE COMPETENCE :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les caractéristiques majeures du marché en B-to-B</li> <li>- La segmentation des marchés en B-to-B</li> <li>- Le Mix Marketing (la politique du choix du prix, produit, promotion, place)</li> </ul>		
<p><b>ACTIVITE :</b></p> <p><b>Détection et prospection de nouvelles opportunités commerciales</b></p>	<p><b>COMPETENCES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etablir un plan de prospection grâce à une stratégie, un ciblage précis, une accroche percutante et un argumentaire structuré afin de décrocher des rendez-vous client</li> </ul> <p><b>CONNAISSANCES ASSOCIEES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le scénario inductif en entonnoir (AIDA)</li> <li>- La méthode (ECRAC) sur le traitement en amont de l'appel des objections</li> </ul> <p><b>COMPETENCES :</b></p> <p>Contribuer à l'animation du développement commercial et de la prospection commerciale sur les réseaux sociaux pour développer son image, celle de l'entreprise et développer ses ventes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Communiquer en anglais par téléphone et mail pour prendre des rendez-vous client sur des projets internationaux</li> </ul> <p><b>CONNAISSANCE ASSOCIEE :</b></p> <p>Le vocabulaire anglais de la prise de rendez vous</p>	<p><b>MODALITES D'EVALUATION :</b></p> <p>Construction d'un dossier écrit individuel sur le plan de prospection d'une entreprise. Il présente et analyse ses matrices de prospection, sa cible, ses objectifs, ses outils et son script en lien avec ses objectifs et la stratégie commerciale.</p> <p>Mise en situation d'appel sous forme de jeux de rôle individuel en français et en anglais avec le formateur professionnel en tant qu'évaluateur</p>	<p><b>CRITERES D'EVALUATION :</b></p> <p>Pour l'oral lors de la mise en situation le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adopte un ton dynamique, un débit maîtrisé et un bon niveau de langage</li> <li>- Utilise un prétexte d'appel engageant et propose une accroche pour solliciter un rendez-vous avec une proposition de valeur</li> <li>- Engage le client à l'action et traite les objections en souplesse, en creusant et en gardant une attitude positive</li> <li>- Maîtrise les échanges par téléphone et mail en anglais</li> </ul> <p>Pour l'écrit le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présente une matrice d'opportunité et une segmentation croisée permettant de différencier ses degrés d'action</li> <li>- Présente les outils qui vont être utilisés en expliquant leurs champs d'actions respectifs et les objectifs associés (Téléphone, mails, réseaux sociaux, salons, événements, réseau physiques, etc ...)</li> <li>- Propose un script de prospection pertinent et en accord avec la stratégie de l'entreprise par grands segments de client</li> </ul>

### 3 – OUVERTURE, INVESTIGATION ET REFORMULATION DU BESOIN CLIENT

ACTIVITE :	COMPETENCES :	MODALITES D'EVALUATION :	CRITERES D'EVALUATION :
<p><b>Ouverture d'un entretien client et communication interpersonnelle</b></p>	<p><b>COMPETENCES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Attirer l'attention du client en faisant un bref résumé impactant de son entreprise en français et en anglais et ainsi intéresser son client</li><li>- Cadrer un entretien de vente en systématisant un rituel et en structurant les étapes de l'échange pour piloter le rendez-vous et respecter le temps disponible de son client</li><li>- Communiquer efficacement en s'adaptant à son interlocuteur et en utilisant à bon escient les grandes règles de communication interpersonnelle afin d'être plus convaincant face à un client</li></ul> <p><b>CONNAISSANCES ASSOCIEES A LA DERNIERE COMPETENCE :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les règles de communication comme le « Start with why » (commencer par le pourquoi) de Simon Sinek</li><li>- le programme neurolinguistique</li><li>- l'analyse transactionnelle</li><li>- le management par les couleurs</li></ul>	<p><b>MODALITES D'EVALUATION :</b></p> <p>Mise en situation individuelle : le candidat doit dérouler devant le formateur professionnel l'ouverture d'un entretien de vente en français et en anglais à partir d'un cas concret proposé par le formateur professionnel.</p>	<p><b>CRITERES D'EVALUATION :</b></p> <p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Adopte un ton dynamique, agréable, avec un débit fluide et maîtrisé ainsi qu'une posture non-verbale congruente</li><li>- Crée la dynamique relationnelle, est à l'aise dans son entrée en salle et instaure un climat professionnel</li><li>- Cadre l'entretien, propose un agenda impactant</li><li>- Donne une idée claire de ce que fait son entreprise, en quoi elle peut apporter une valeur ajoutée au client et présente clairement l'organisation de son entreprise en valorisant les points forts.</li><li>- Maîtrise la présentation en anglais de son entreprise et de son offre avec l'aisance et le vocabulaire approprié</li></ul>

<p><b>ACTIVITE :</b></p> <p><b>Mise en place d'un questionnaire et découverte du besoin client</b></p>	<p><b>COMPETENCE :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Détecter les problèmes ainsi que leurs enjeux par le questionnaire client et un plan de découverte adapté afin de faire émerger les besoins du client et préparer la phase suivante de négociation</li> </ul> <p><b>CONNAISSANCES ASSOCIEES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les grandes méthodologies d'investigation client (SPIN, INSIGHT SELLING, CHALLENGER SELLING)</li> <li>- Le principe du questionnaire client et les techniques associées</li> </ul>	<p><b>MODALITES D'EVALUATION :</b></p> <p>Jeu de rôles sur une entreprise du secteur des Hautes Technologies face à l'évaluateur formateur professionnel jouant le rôle du client.</p> <p>Chaque candidat devra réaliser un entretien de découverte du besoin client en situation professionnelle avec l'aide des techniques d'investigation apprises en formation.</p>	<p><b>CRITERES D'EVALUATION :</b></p> <p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crée un climat propice à une investigation (ton, posture, niveau de langage, rituel, cadrage, bref résumé de l'entreprise...) afin de faire émerger les besoins du client</li> <li>- Déroule un questionnaire structuré avec les méthodes d'investigation appropriées permettant de créer de la valeur, connaître le ou les réels besoins du client et les enjeux qui en découlent</li> </ul>
<p><b>ACTIVITE :</b></p> <p><b>Reformulation écrite et synthèse du besoin client</b></p>	<p><b>COMPETENCE :</b></p> <p>Développer une écriture efficace, synthétique, claire, organisée et lisible dans un mail de compte-rendu d'un entretien client afin d'être impactant et convaincant</p> <p><b>CONNAISSANCES ASSOCIEES :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les règles orthographiques, grammaticales, de conjugaison et de construction en usage en France</li> <li>- La méthode SPRI (Situation, Problème, Résolution, Information)</li> <li>- Les critères de lisibilité et le processus d'écriture</li> </ul>	<p><b>MODALITES D'EVALUATION :</b></p> <p>Evaluation écrite par des exercices pratiques concrets et notamment la rédaction d'un mail post entretien</p>	<p><b>CRITERES D'EVALUATION :</b></p> <p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formule des idées structurées et utilise les méthodes adéquates</li> <li>- Utilise un plan structuré, se fixe un axe d'approche et un objectif</li> <li>- Développe un style fluide avec des phrases à impact maximal et une bonne maîtrise de la langue et du vocabulaire varié</li> <li>- Reformule et synthétise avec les informations clés</li> </ul>

#### 4 – STRUCTURATION, SOUTENANCE ET NEGOCIATION D'UNE OFFRE AVEC PROPOSITION DE VALEUR

<b>ACTIVITE :</b>	<b>COMPETENCES :</b>	<b>MODALITE D'EVALUATION :</b>	<b>CRITERES D'EVALUATION :</b>
<p><b>Communication orale lors d'une soutenance de vente</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prendre la parole en public efficacement grâce aux bases de la communication verbale et non verbale afin de maintenir l'attention de son client en situation professionnelle et faire passer des émotions nécessaires à la vente</li> <li>- Transmettre un message clair et structuré grâce à des techniques argumentatives afin d'intéresser un auditoire lors d'une soutenance de la soutenance d'une proposition commerciale</li> </ul>	<p>Mise en situation individuelle de prise de parole efficace devant un public sur un cas concret proposé par le formateur professionnel</p>	<p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilise un ton adéquat, un niveau de discours correct, un langage approprié</li> <li>- Génère de l'enthousiasme et est à l'aise</li> <li>- Utilise l'espace de la salle et la gestuelle à bon escient</li> <li>- Rythme le discours et utilise le silence à bon escient</li> </ul>
<p><b>Structuration d'une offre commerciale dans le secteur des Hautes Technologies</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adapter sa proposition commerciale aux différents modes de vente dans les Hautes Technologies : ventes packagées, vente de services, vente de projets informatique ou vente d'infogérance afin de répondre aux exigences et attentes du client du secteur</li> <li>- Construire une proposition commerciale structurée en lien avec le besoin client et son contexte pour remporter l'affaire</li> <li>- Dérouler une soutenance synthétique permettant au client de comprendre le bien-fondé de la proposition, sa différenciation, sa valeur ajoutée et le gain financier et ainsi orienter et faciliter sa prise de décision.</li> </ul>	<p>Mise en situation sous forme de jeux de rôles avec une soutenance d'une offre commerciale sur un cas concret d'une entreprise du secteur des Hautes technologies devant deux formateurs professionnels jouant le rôle du client</p>	<p>Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Structure très clairement sa proposition commerciale et utilise la démarche, le plan et la forme demandés</li> <li>- Soutient avec une attitude professionnelle, un discours adapté</li> <li>- Utilise les termes et le langage adéquats au secteur des hautes technologies et son marché</li> <li>- Analyse du fonctionnement et du déroulement des projets informatiques (étapes projets, cycle en V, méthodes agiles, modes de fonctionnement, risques)</li> <li>- Déroule la proposition commerciale efficacement afin de permettre au client de comprendre le bien-fondé de l'offre, sa différenciation et de faciliter sa prise de décision</li> <li>- Valide avec le client les éléments issus de l'investigation et s'assure d'être bien compris aux différentes étapes de la soutenance</li> <li>- Traite efficacement les objections</li> </ul>



<p><b>ACTIVITE :</b></p> <p><b>Négociation lors de la phase finale de la vente</b></p>	<p><b>COMPETENCE :</b></p> <p>Maitriser une négociation « gagnant/gagnant » dans la phase finale de la vente en utilisant les techniques de négociation adaptées et ainsi défendre sa marge</p> <p><b>CONNAISSANCE :</b></p> <p>La méthode APB (Avantage / Preuve / Bénéfice)</p>	<p><b>MODALITE D'EVALUATION :</b></p> <p>Jeux de rôles en groupe : Négociation et conclusion d'une affaire par rapport à une proposition commerciale devant un formateur professionnel jouant le rôle du client.</p> <p>Chaque candidat devra négocier durant cette mise en situation</p>	<p><b>CRITERES D'EVALUATION :</b></p> <p>En amont du rendez-vous de négociation le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prépare son rendez-vous en s'assurant que l'objectif à atteindre est défini, précis, réaliste et d'un niveau élevé</li> <li>- Réalise la matrice des contreparties de manière élaborée et réaliste</li> <li>- Vérifie que les arguments clés sont structurés en fonction de la méthode étudiée</li> <li>- Anticipe des solutions de repli</li> <li>- Identifie des leviers afin d'éviter le report dans le temps du projet</li> <li>- Prépare des contreparties intéressantes pour le client</li> </ul> <p>Pendant la négociation, le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappelle les points possibles d'accord</li> <li>- Met en perspective lors de la négociation les enjeux stratégiques et économiques pour le client et les bénéfices de la solution proposée</li> <li>- Répond d'abord par un argument face à une demande de concession et ne fait une concession qu'après acceptation de la contrepartie par le client</li> <li>- Maitrise son non verbal et son paraverbal</li> <li>- Identifie précisément les impacts des concessions accordées sur la rentabilité de l'affaire</li> <li>- Identifie précisément les curseurs du pouvoir</li> <li>- Repère et sait déjouer les principales tactiques manipulatoires</li> </ul>
--	---	---	---