

5 - REFERENTIELS

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

Le mémoire professionnel :

Pour obtenir le titre de niveau 7 Ingénieur 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.

En première année, il s'agit d'un mémoire sur une problématique commerciale.

Sur la deuxième année, il s'agit d'un mémoire sur un cas de vente sur un cycle de vente complet et complexe vu en entreprise.

Chaque mémoire sera composé d'un écrit et d'une soutenance devant un jury sur un cas réel vu en entreprise et destinée à vérifier le niveau de maîtrise par le candidat de l'ensemble des compétences requises pour l'exercice des activités auxquelles conduisent le titre et sa représentation globale du métier. Le mémoire vise principalement à attester de la capacité du candidat à mobiliser de manière coordonnée les compétences des différents blocs de compétences.

L'évaluation est basée sur le mémoire écrit donnant une note sur 20 et une présentation orale devant un jury donnant une note sur 20. La moyenne de ces deux notes sur les deux mémoires, pondérées par les coefficients de chacune donne la note finale du mémoire. Il faut obtenir une moyenne égale ou supérieure à 10/20 pour valider le mémoire professionnel.

Les modalités, les critères d'évaluation et la composition du jury sont commun pour tous les candidats au titre. (cf. règlement de la certification)

Mémoire de première année sur une problématique commerciale :

Le candidat devra dans une première partie présenter une analyse macro et micro économique de son marché, son entreprise, son offre, ses concurrents en lien avec la problématique choisie.

Il devra ensuite définir une problématique commerciale de son entreprise et justifier de sa pertinence ainsi que de la cohérence avec ses activités au sein de l'entreprise.

Le candidat présentera et analysera la problématique avec son contexte, symptôme, problème et ses enjeux.

Enfin le candidat présentera des préconisations opérationnelles pour répondre à la problématique posée. Elles seront précises, réalistes, échancées, chiffrées.

Mémoire de deuxième année sur un cas de vente complexe :

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 en lien avec le cas de vente choisi.

Dans la deuxième partie, le candidat développe et analyse le cycle de vente sur un cas client réel rencontré en entreprise. Le candidat présentera la proposition de valeur et les enjeux associés.

Enfin le candidat présentera et analysera ses préconisations futures chiffrées, séquencées, priorisées.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1-ANALYSER SON ECOSYSTEME TECHNOLOGIQUE			
A1 Veille du secteur et des solutions des Hautes Technologies Echange avec les acteurs du secteur sur les innovations digitales et numériques	<ul style="list-style-type: none"> - C1 Assurer une veille technologique en se tenant informé des nouvelles tendances et évolutions technologiques afin d'échanger avec des responsables techniques sur les innovations technologiques. 	C1 Evaluation individuelle sous forme de Grand oral devant un jury de professionnels sur un sujet technologique innovant tiré au sort. Le candidat aura 15 min de préparation et 20 min de soutenance orale : 10 mn de présentation sur : <ul style="list-style-type: none"> - Le contexte général du sujet - Les apports et les limites éventuelles de la technologie - Un lien avec l'actualité - Donner un exemple dans un environnement métier + 10mn de questions, réponses, retour des évaluateurs	C1 : Le candidat : <ul style="list-style-type: none"> - Explique de manière claire le sujet technologique tiré au sort et son impact sur le business, l'économie, la société civile. - Décrit la technologie et ses différentes déclinaisons en termes d'enjeux pour les entreprises et donne sa vision analytique du sujet - Fait le lien avec les actualités correspondantes au sujet technologique tiré au sort grâce à la veille technologique réalisée - Décrit les différentes innovations technologiques ainsi que le vocabulaire technique (IA, Big Data, Blockchain, IOT...), ses acteurs et analyse les enjeux associés - Tient une position argumentée à l'oral pour débattre sur des sujets technologiques innovants

<p>Echange et proposition de solutions techniques adaptées aux problématiques clientes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C2 Analyser l'écosystème des Hautes Technologies, le marché, les offres, les acteurs, leurs enjeux grâce à une vision générale des solutions techniques (développement logiciel, bases de données, systèmes d'information, réseaux, sécurité ...) pour réussir notamment les échanges avec les clients de ce secteur et travailler ensuite avec les équipes avant-vente de sa propre entreprise sur la conception d'une solution technique adéquate. 	<p>C2 et C3 Etude de cas individuel sur la compréhension et l'analyse de l'environnement technologique.</p>	<p>C2 : Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Décrit et analyse la composition de l'écosystème IT, les acteurs (entreprise de service numérique, intégrateur, distributeur, éditeurs ...) et les offres du secteur numérique grâce à la connaissance des différentes solutions techniques développement logiciel, bases de données, systèmes d'information, réseaux, sécurité ...) Le candidat proposera des définitions précises des différents acteurs et des solutions ainsi que de leurs enjeux - Présente les solutions informatiques utilisées par ses prospects et clients ainsi que le processus d'intégration de ces solutions dans le système d'information de l'entreprise
<p>A2 Analyse et optimisation de la transformation digitale d'une organisation ou d'une entreprise</p> <p>Accompagnement du client dans sa transformation digitale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C3 Appréhender les conséquences de la transformation digitale sur les organisations et les entreprises à travers leurs enjeux et leurs conséquences notamment économique pour mieux accompagner les clients dans cette mutation technologique et ainsi qualifier un besoin digital. 		<p>C3 : Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présente de manière claire les conséquences de la transformation digitale des organisations et leurs conséquences sur le fonctionnement des entreprises à travers notamment les 3 piliers de la transformation numérique - Utilise à bon escient le vocabulaire technique dans ce secteur et présente ces solutions digitales en français et en anglais.

2 – PILOTER UN PLAN STRATEGIQUE DANS LE CADRE D'UN PROJET

<p>A1 Conception d'une stratégie d'entreprise intégrant les enjeux socio-économiques mondiaux</p> <p>Conception d'une stratégie d'entreprise</p> <p>Analyse macro-économique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C4 Elaborer une stratégie d'entreprise et commerciale à travers notamment la mise en application des concepts, méthodes et principes clés de stratégie pour proposer des choix adaptés lors d'une création d'entreprise ou lancement d'une nouvelle activité et ainsi proposer une offre adaptée - C5 Analyser le marché, les concurrents, les opportunités et les risques liés à l'environnement socio-économique et géopolitique mondial pour intégrer ces enjeux aux choix stratégiques de son entreprise 	<p style="text-align: center;">C4, C5, C6, C7, C8</p> <p>Evaluation sur un dossier écrit (60% de la note) soutenance orale (40% de la note) devant un jury de professionnels.</p> <p>Le candidat devra présenter son projet de création d'entreprise ou d'une nouvelle activité (nouvelle entité, nouveau périmètre, nouvelle offre...) dans un environnement technologique.</p> <p>Il présentera sa stratégie d'entreprise, son modèle d'entreprise, les étapes clés du développement du projet ainsi que le plan marketing.</p>	<p>C4 Le candidat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Met en application des concepts, principes clés de stratégie et outils d'aide à la décision stratégique comme SWOT, PORTER, BCG, VRIN, Igor Ansoff, etc, en analysant les données disponibles afin de définir le diagnostic, les choix et le déploiement stratégique. - Propose une stratégie d'entreprise et une stratégie commerciale d'entreprise et la décline en plan d'actions commerciales <p>C5 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inscrit le projet dans un contexte économique, géopolitique, social et environnemental soumis aux notions de risque, de concurrence et de réglementation. - Décrypte les différents enjeux économiques et ses impacts sur le projet - Argumente son positionnement et justifie l'offre proposée <p>C6 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Décrit avec exactitude les étapes de la création d'un projet entrepreneurial - Précise les mécanismes de financement d'un projet entrepreneurial, notamment le fonctionnement des levées de fond - Conçoit le modèle économique de son entreprise adapté à son fonctionnement - Présente les différentes structures d'accompagnement et explique comment consolider un réseau professionnel
<p>A2 Réalisation d'un projet entrepreneurial ou intrapreneurial dans le domaine des hautes technologies</p> <p>Création, financement et lancement d'une entreprise ou d'un projet en interne</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C6 Créer, une start up ou une entreprise en maîtrisant les différentes étapes de création d'entreprise, en utilisant les mécanismes de financements et les structures d'accompagnement pour réussir son projet entrepreneurial ou intrapreneurial dans un secteur technique 		

<p>Construction de l'équilibre financier de son entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C7 Construire l'équilibre financier de son entreprise en identifiant notamment l'origine de la trésorerie (fond de roulement, ratios...) afin de s'assurer de la rentabilité de celle-ci 	<p>Le candidat présente le business plan et le plan de financement d'un projet de création d'entreprise.</p> <p>Lors de l'évaluation le candidat devra convaincre un investisseur de financer cette start up ou nouvelle activité en démontrant la viabilité du concept marketing, technique, humain et financier</p>	<p>C7 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présente les bonnes pratiques en termes de rentabilité et d'équilibre financier pour son projet entrepreneurial - Construit un business plan à 5 ans et un budget prévisionnel sur son cas concret de création d'entreprise - Calcule avec exactitude son seuil de rentabilité, sa marge, son résultat, sa capacité d'autofinancement, sa trésorerie et les principaux ratios financiers - Décrit les enjeux de rentabilité, pilotage budgétaire et les techniques de conception d'un Business Plan sur un cas de création d'entreprise
--	--	---	--

3 – DEVELOPPER DES OPPORTUNITES D’AFFAIRES DANS LE SECTEUR DES HAUTES TECHNOLOGIES

<p>A1 Déclinaison opérationnelle de la stratégie de l’entreprise en actions commerciales</p> <p>Elaboration d’un plan d’actions commerciales</p>	<p>C8 Elaborer 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>C8, C9, C10, C11, C12 et C13</p> <p>Evaluation individuelle sur un dossier écrit et soutenance orale devant un jury composé du formateur professionnel référent et du tuteur entreprise du candidat (en tant qu’observateur)</p> <p>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>C8 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propose une analyse de positionnement ainsi qu’une analyse stratégique avec les explications et justifications via des matrices (Swot, Canvas, McKinsey, Balanced Score Card ...) - Détaille et explique ses objectifs stratégiques, marketings et commerciaux avec exactitude - Fait une analyse de son portefeuille clients et de ses priorités via une matrice croisée en justifiant la segmentation - Présente précisément le contexte, les enjeux et les objectifs sur les principaux comptes - Présente un planning détaillé des actions sur l’année et son plan de charge annuel
<p>A2 Création d’une démarche stratégique de marketing B-to-B en lien avec le plan d’actions commerciales</p> <p>Développement clients via des outils marketing</p>	<p>C9 Détecter des opportunités commerciales en utilisant les outils marketing innovants afin de générer de nouveaux marchés et développer le portefeuille clients</p>	<p>Présente dans le dossier écrit et à l’oral la campagne marketing ainsi que la stratégie Marketing B-to-B de son entreprise</p>	<p>C9 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présente ses choix en termes de stratégie marketing, moyens, outils, canaux, en fonction de sa cible - Définit sa stratégie Marketing et présente son plan d’actions et outils associés - Détaille sa stratégie sur les réseaux sociaux à destination de ses cibles - Propose une campagne d’automation en présentant l’outils et les scénarios associés - Présente son entonnoir d’acquisition, de conversion et justifie les différentes étapes - Choisit un compte en particulier et détaille une stratégie d’Account Based Marketing (ABM)

<p>Développement de son réseau de partenaires prescripteurs</p>	<p>C10 Renforcer le lobbying auprès des décideurs, prescripteurs en développant son réseau afin d'être identifié comme un référent pour les technologies ou les prestations développées par son entreprise</p>	<p>Le candidat présente sa stratégie de Lobbying</p>	<p>C10 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifie les décideurs, prescripteurs et partenaires ayant un rôle sur la future vente. - Décrypte les stratégies d'influence, repère les enjeux et connaît les pratiques de lobbying
<p>A3 Détection et prospection de nouvelles opportunités commerciales</p> <p>Evaluation d'un prospect</p> <p>Prise de rendez vous</p> <p>Développement commercial sur les réseaux sociaux</p>	<p>C11 Evaluer la qualité et le potentiel commercial des contacts à travers un « scoring » pour qualifier, noter et prioriser des contacts de qualité</p> <p>C12 Déterminer la stratégie de prospection en établissant le plan de prospection, le ciblage précis, l'accroche percutante et l'argumentaire structuré afin de décrocher des rendez-vous client</p> <p>C13 Piloter l'animation du développement commercial et la prospection commerciale sur les réseaux sociaux pour développer son image, celle de l'entreprise et développer ses ventes</p>	<p>Présente à l'écrit et à l'oral son plan de prospection pour son entreprise.</p> <p>Le candidat 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>Le candidat présente sa stratégie de prospection sur les réseaux sociaux</p>	<p>C11 le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présente une matrice d'opportunité selon le potentiel et la faisabilité - Présente une segmentation croisée permettant de différencier ses degrés d'action <p>C12 le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elabore et justifie des scénarios d'appels téléphoniques - Présente les outils qui vont être utilisés en expliquant leurs champs d'actions respectifs et les objectifs associés (Téléphone, mails, réseaux, salons, événements, etc.) - Propose une simulation réaliste d'un appel prospect et traite efficacement les objections - Démontre sa capacité à engager le prospect dans une démarche collaborative et génère un next step pertinent - Propose un script de prospection pertinent et en accord avec la stratégie de l'entreprise par grands segments de clients - Mise en situation d'appel sous forme de jeux de rôle individuels en français et en anglais <p>C13 le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présente sa stratégie d'acquisition de contacts ciblés via les réseaux sociaux - Présente un exemple de demande de contact LinkedIn argumentée qui donne envie de poursuivre l'échange

4 –ANALYSER LE BESOIN CLIENT SUR UNE VENTE COMPLEXE EN HAUTES TECHNOLOGIES

<p>A1 Ouverture d'un entretien client</p>	<p>Pilotage de rendez vous</p> <p>C14 Piloter l'entretien de vente en systématisant un rituel, en attirant l'attention du client avec un pitch (bref résumé) de son entreprise et en structurant les étapes de l'échange pour cadrer le rendez-vous et intéresser son client</p> <p>Communication interpersonnelle</p> <p>C15 Mettre en place un climat propice à la vente en s'adaptant à son interlocuteur et en utilisant à bon escient les grandes règles de communication interpersonnelle afin d'obtenir l'adhésion du client</p>	<p>C14 C15 C16 C17 C18</p> <p>Evaluation orale individuelle :</p> <p>Mise en situation sous forme de jeux de rôles sur une entreprise du secteur des Hautes Technologies face à l'évaluateur formateur professionnel jouant le rôle du client.</p> <p>Lors de cette mise en situation, 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.</p>	<p>C14 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cadre l'entretien, propose un agenda impactant - Maitrise la présentation courte de son entreprise et de son offre (pitch) en anglais et en français avec l'aisance et le vocabulaire approprié et en utilisant les règles de communication comme le « Start with why » (commencer par le pourquoi pour intéresser son client) de Simon Sinek - 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 - Donne un exemple concret de réalisation avec une proposition de valeur claire - Crée la dynamique relationnelle par une intervention de type "rituel" <p>C15 Le candidat,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Met en pratique les techniques de communication interpersonnelle et démarche comportementale (PNL, AT) - Identifie les grands traits de personnalité de son interlocuteur pour s'adapter au mieux (méthodes Insight, DISC, ...) - Adopte un ton dynamique, agréable, avec un débit fluide et maîtrisé ainsi qu'une posture non-verbale congruente afin d'instaurer une dynamique relationnelle et un climat professionnel
--	---	---	--

<p>A2 Analyse du besoin client</p> <p>Investigation client</p> <p>Identification des enjeux métiers</p> <p>Reformulation du besoin client</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C16 Développer une capacité au questionnement commercial, à la découverte des besoins et des enjeux du client face à un dirigeant ou un département fonctionnel en utilisant les méthodes d'investigation pour apporter une proposition à valeur ajoutée en vente complexe. - C17 Piloter des affaires complexes grâce à la compréhension des enjeux métiers de son client et ainsi adapter sa proposition commerciale - C18 Restituer les points de douleurs en reformulant de manière synthétique les besoins clients suite à l'entretien afin de travailler ensuite sur une réponse adaptée 	<p>Chaque candidat devra réaliser également lors de cette mise en situation un entretien de découverte du besoin client en situation professionnelle avec l'aide des techniques d'investigation apprises en formation.</p>	<p>C16 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Déroule un questionnement structuré avec les méthodes d'investigation appropriées (SPIN, INSIGHT SELLING, CHALLENGER SELLING) permettant de créer de la valeur, faire émerger les points de douleurs, leurs enjeux ainsi que leurs conséquences qui en découlent <p>C17 : Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprend les principales fonctions et direction de l'entreprise et des processus métiers et apprend à mieux interagir avec ces décideurs (DG, DRH, DSI, DAF, Dir Marketing) <p>C18 : Le candidat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propose un mail de synthèse post rendez-vous avec des idées structurées, un style fluide et une bonne reformulation des besoins du client
<p>A3 Stratégie d'approche</p> <p>Présentation d'opportunité</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C19 Piloter un cycle de vente complexe dans sa globalité afin de comprendre le processus de vente et d'achat avec toutes les parties prenantes du projet et ainsi présenter une opportunité de signature à sa direction lors d'une business review 	<p>C 19</p> <p>Mise en situation d'une stratégie de réponse sur un cas réel grand compte avec un oral devant un jury</p>	<p>C19 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse et propose une ou des stratégies d'approche du compte - Présente le maillage stratégique des interlocuteurs ainsi que le sociogramme - Développe le plan d'approche et le développement du compte - Présente à sa direction la « business review stratégique » du compte

5- ELABORER ET NEGOCIER UNE SOLUTION A HAUTE VALEUR AJOUTEE DANS LE SECTEUR DES HAUTES TECHNOLOGIES

<p>A1 Communication orale lors d'une action de vente</p> <p>Utilisation des techniques de communication verbales et non verbales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C20 Maintenir l'attention de son client en prenant la parole en public efficacement grâce aux techniques de communication verbale et non verbale et en transmettant un message clair et structuré afin d'intéresser un auditoire lors d'une présentation d'une proposition commerciale 	<p style="text-align: center;">C20 C21 C22 C23 C24</p> <p>Evaluation orale individuelle :</p> <p>Mise en situation sous forme de jeux de rôles sur une structuration, une soutenance et une négociation 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>C20 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soutient avec une attitude professionnelle, un discours adapté, un ton adéquat, un débit fluide et maîtrisé - Génère de l'enthousiasme et est à l'aise - Utilise l'espace de la salle et la gestuelle à bon escient - Rythme le discours et utilise le silence à bon escient - Utilise les techniques argumentatives
<p>A2 Structuration d'une offre commerciale complexe dans le secteur des Hautes Technologies</p> <p>Adaptation du processus de vente selon les secteurs des Hautes Technologies</p> <p>Construction d'une proposition commerciale</p> <p>Soutenance d'une offre à valeur ajoutée</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C21 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 - C22 Construire une proposition commerciale structurée en lien avec le besoin client et son contexte pour remporter l'affaire - C23 Soutenir une présentation 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. 	<p>C21 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Montre sa capacité à vendre avec les particularités de la vente de service IT, vente de solutions ou de produits packagés, vente de projets informatique avec engagement ou encore vente d'infogérance. <p>C22 et C23 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Structure très clairement sa proposition commerciale et utilise la démarche, le plan et la forme demandé - Déroule la proposition commerciale efficacement afin de permettre au client de comprendre le bien-fondé de l'offre, sa différenciation et faciliter sa prise de décision - Fait le lien avec les enjeux stratégiques du client - Anime la soutenance pour faire adhérer ses interlocuteurs à la solution - Valide avec le client les éléments issus de l'investigation et s'assure d'être bien compris aux différentes étapes de la soutenance - Traite efficacement les objections en utilisant les 4C (creuser, clarifier, comprendre, cibler) - Présente le ROI (retour sur Investissement) de sa solution 	

<p>A3 Négociation lors de la phase finale de la vente</p> <p>Négociation commerciale</p>	<p>C24</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>C24 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prépare son rendez-vous en amont en s'assurant que l'objectif à atteindre est défini, les arguments clés sont structurés, anticipe les éventuelles solutions de repli et réalise la matrice des contreparties - Rappelle pendant la négociation les points possibles d'accord et met en perspective les enjeux stratégiques et économiques pour le client et les bénéfices de la solution proposée - Répond par un argument face à une demande de concession et ne fait une concession qu'après acceptation de la contrepartie par le client - Identifie précisément les impacts des concessions accordées sur la rentabilité de l'affaire - Repère et sait déjouer les principales tactiques manipulatoires - Utilise la méthode APB (Avantage / Preuve / Bénéfice)
---	---	--	--

6 – MANAGER LES PROJETS EN INTEGRANT LES ASPECTS TECHNIQUES, FINANCIERS ET HUMAINS DANS UN CONTEXTE NATIONAL OU INTERNATIONAL

<p>A1 Pilotage d'un projet dans le secteur des Hautes Technologies</p> <p>Pilotage de projet technologique</p> <p>Gestion des aléas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C25 Diriger un projet technologique et des équipes en utilisant les outils, les méthodes, les tableaux de bords et les instances de pilotage : COPIL, COPRO, ... afin de manager la mise en place d'un projet et corriger les écarts si nécessaire. - C26 Gérer les aléas, les litiges clients en réadaptant le projet et les avenants pour satisfaire et fidéliser le client ainsi que ses collaborateurs 	<p>C25, C26, C28, C29</p> <p>Evaluation écrite :</p> <p>Dossier sur un cas de gestion de projet IT à l'international. Il faudra développer à l'écrit toutes les étapes d'un projet en passant par la description des étapes, son chiffrage, la constitution de son équipe et les tableaux de suivi.</p> <p>Evaluation orale sur deux jours :</p> <p>Evaluation à l'oral devant un jury de deux professionnels. Le candidat devra développer la mise en place de son projet. Suite à des aléas techniques et humains sur le projet, le candidat sera mis en situation de gestion de crise et de litige client pour résoudre les problématiques.</p>	<p>C25 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilise les différentes étapes, indicateurs et jalons de la gestion de projet ainsi que ses tableaux de pilotage et d'évaluation - Chiffre un projet et suit sa rentabilité à l'aide de tableaux et grilles d'évaluation pondérées (qualité, coûts, délais) - Construit ses différents tableaux de bord et indicateurs pour suivre la performance du projet - Utilise les différents modes et méthodes projets : Cycle en V et méthode agile, Lean - Définit avec le client un cahier des charges du projet - Construit, organise et coordonne le travail d'équipe autour d'un projet technique avec des réunions de cadrage - Utilise des matrices pour suivre et piloter la performance du projet <p>C26 Le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifie les risques d'un projet, coordonne et résout avec diplomatie la situation en cas d'aléas, de tension ou encore de litige client - Argumente la perspective de poursuite d'affaires auprès du client et identifie les axes d'amélioration - Communique sur les réussites du projet
--	---	---	---

