

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. »

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
<p>A1 Elaboration d'une stratégie commerciale et marketing spécifique aux PME PMI du secteur de l'industrie, intégrant les nouveaux enjeux du numérique et de l'éco-responsabilité</p> <p>Identification des opportunités de croissance dans le secteur industriel</p> <p>Co-construction, avec les équipes concernées et la direction générale), de la stratégie de développement commerciale et marketing intégrant une démarche RSE procurant un avantage concurrentiel durable sur le marché</p>	<p>Organiser, avec les équipes, une veille sur les évolutions de son environnement, écosystème, marché et innovations industrielles en ciblant les bases de données, sites et plateformes numériques en lien avec l'entreprise et son activité pour anticiper les transformations et innovations du secteur en matière de produits, de process, etc. afin d'alimenter la réflexion stratégique</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle</p> <p>A partir de d'un contexte d'entreprise réelle ou fictive, le, la candidat.e fait des recherches personnelles et élabore un dossier comportant les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'organisation et la mise en place d'une veille incluant une webographie et une bibliographie - L'analyse des résultats de la veille - Un diagnostic stratégique et ses axes prédictifs d'amélioration - La stratégie commerciale à Court, Moyen et Long terme - Un plan marketing omnicanal et sa road map - Le budget associé aux actions marketing et commerciales définies dans la stratégie 	<p>Les processus de recherche, recueil, mise à jour et partage des informations sont systématisés et efficaces. Les veilles déterminées et les sources d'information sélectionnées sont diverses, fiables et actualisées. La synthétisation des informations collectées met en exergue les évolutions du secteur et favorise la construction d'une réflexion stratégique argumentée et juste.</p>
	<p>Interpréter les résultats de la veille en analysant quantitativement et qualitativement l'évolution de l'offre et de la demande du marché pour déterminer les opportunités de croissance au regard des spécificités du secteur et de l'entreprise</p>	<p>L'analyse des évolutions et tendances de la demande (segments clients, habitudes et comportements d'achat, attentes et besoins...) et de l'offre (concurrents, producteurs, distributeurs, typologies et innovations produits/ services...) est juste. L'explication des résultats de l'analyse est justifiée. Les options stratégiques de développement sont hiérarchisées et argumentées en fonction des critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le potentiel de développement ▪ L'acceptabilité par l'ensemble des parties prenantes (actionnaires, salariés, clients...) ▪ La faisabilité au regard des compétences et ressources de l'entreprise. 	
	<p>Réaliser un diagnostic stratégique de l'entreprise sur le ou les domaines d'activité à potentiel identifiés par la veille en mobilisant les outils d'analyse stratégique pour optimiser le positionnement global de l'entreprise et son engagement responsable</p>	<p>Les outils d'analyse stratégique externe (étude macro-micro de l'environnement, forces de porter) sont utilisés avec maîtrise et comportent des éléments fiables et actualisés. L'analyse de la chaîne de valeur cartographie précisément la valeur ajoutée de l'entreprise. Les éléments significatifs impactant l'entreprise sont sélectionnés et hiérarchisés au travers d'une matrice SWOT. Les éléments novateurs de la démarche RSE de l'entreprise sont mis en évidence et argumentés. Leurs impacts sont qualifiés et quantifiés. L'adéquation entre les ressources/compétences de l'entreprise et les facteurs clés de succès de son environnement est vérifiée et justifiée. Les préconisations d'amélioration sont efficaces et valorisent l'impact positif de l'entreprise sur la société.</p>	

	<p>Fixer, les objectifs de chiffre d'affaires à court, moyen et long terme ainsi que les moyens à mobiliser en intégrant les enjeux de la responsabilité d'entreprise (environnementale, collaboration éthique et équitable...) pour définir-la stratégie commerciale afin de développer et pérenniser l'activité</p>		<p>Les objectifs sont SMARTER et intègrent les éléments de RSE spécifiques à l'activité et au contexte d'entreprise (éthique des affaires, optimisation des déplacements...).</p> <p>Les moyens (humains, matériels, immatériels, technologiques...) nécessaires à la réalisation des objectifs sont évalués avec justesse.</p> <p>La stratégie commerciale choisie est pertinente au regard du diagnostic stratégique (grands comptes, réponses aux AO, fidélisation, conquête, spécialisation sur un marché de niche, freemium, inbound sales...). Elle privilégie les axes de développement vertueux.</p>
	<p>Concrétiser la stratégie commerciale au sein d'un plan marketing omnicanal en s'appuyant sur une analyse du comportement d'achat clients pour établir une feuille de route permettant d'atteindre les objectifs fixés dans le respect des réglementations et de la démarche RSE de l'entreprise</p>		<p>La stratégie marketing tient compte de l'évolution du comportement des achats en B to B. Elle est orientée client, multiplie les points de contacts et exploite les différents canaux de vente de l'entreprise. Les choix des vecteurs de communication privilégient les sites, plateformes, salons... éthiques et responsables</p> <p>Le parcours d'achat proposé favorise l'engagement et améliore la relation client globale.</p> <p>La feuille de route (roadmap) identifie les principales étapes du projet de développement commercial et marketing et détaille, pour chacune d'elles, les différentes actions à réaliser et les dates à respecter. La planification des actions est réaliste et cohérente, elle tient compte du calendrier interne de l'entreprise et de celui de son marché.</p>
<p>Budgétisation à court-moyen et long terme des actions permettant la mise en œuvre de la stratégie commerciale et marketing et validation avec le comité de direction</p>	<p>Etablir le budget des actions commerciales et marketing détaillées au sein de la feuille de route en respectant les objectifs commerciaux et la politique tarifaire pour valider et/ou ajuster avec le comité de direction les actions définies précédemment</p>		<p>Le budget global est justifié et détaille :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Objectif de CA annuel ▪ CA moyen par client ▪ Nombre de leads qualifiés nécessaires pour atteindre l'objectif ▪ Nombre de contacts nécessaires et coût d'acquisition client ▪ Les dépenses commerciales et marketing prévues <p>Les estimations sont réalistes et reposent sur une analyse des statistiques et résultats de l'année écoulée et/ou sur un benchmark du secteur.</p> <p>La proposition de répartition du budget entre les différents postes de dépense est éclairée et efficace. Elle prend en compte le plan marketing omnicanal et les actions prévues pour l'année.</p>

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
A2. Développement d'affaires complexes créant de la valeur ajoutée pour l'entreprise sur le marché de l'industrie. Recherche d'opportunités d'affaires en milieu industriel en intégrant l'utilisation des nouveaux outils numériques.	Mettre en place une stratégie de prospection en utilisant des logiciels de prospection en mode SaaS et des outils traditionnels adaptés aux marchés industriels publics (BOAMP, JOCE) et privés (base de données, inbound et outbound marketing, pôles de compétitivité, clusters...) pour identifier et qualifier des prospects en termes de faisabilité technique et de rentabilité	Mise en situation professionnelle reconstituée écrite en groupe. A partir d'un cas d'entreprise fictive comprenant : - la description d'un portefeuille client à animer et à développer, - un appel d'offre - un cahier des charges Le groupe analyse, synthétise, rédige et argumente au sein d'un dossier comprenant 3 parties distinctes :	La stratégie de prospection est structurée et adaptée aux spécificités du secteur (agroalimentaire, automobile, aéronautique, BTP...) et de l'entreprise. Les outils de gestion de la prospection choisis permettent de collecter des renseignements appropriés et de créer des bases de données performantes (Hubspot CRM, Salesforce...). Elles sont faciles d'utilisation et ergonomiques. L'analyse des données issues du CRM ou de l'ERP est pertinente. La qualification des prospects est réalisée avec méthode (BANT, SPIN ou CHAMP). Les prospects retenus répondent à l'ensemble des critères de qualification prédéfinis.
	Animer un portefeuille clients sur son périmètre en mettant en place des actions de communication régulières adaptées à tous les publics (handicap, diversité culturelle, géographique...) pour optimiser et pérenniser la relation client dans le respect des réglementations afin de détecter des opportunités commerciales liées à la gestion de son portefeuille de produits/solutions industriels.	Partie 1 - Développement et animation du portefeuille client : - le descriptif de la stratégie de prospection adoptée et de sa mise en place (moyens, techniques, planification) - les critères de qualification des prospects et leur pondération - la liste des prospects hiérarchisés et qualifiés selon les critères - les opportunités d'affaires détectées - les différents profils de clients - les actions de communication à mettre en place pour chaque profil identifié, leurs objectifs et impacts - une évaluation du potentiel d'opportunité d'affaires par profil type	Le fichier client est qualifié. Les actions de communication choisies sont adaptées aux différentes typologies de clients. La méthode FALC est mobilisée à bon escient. Le format du support et du contenu de la communication sont adaptés aux personnes en situation de handicap (visuelle, auditive...) et aux diversités ciblées. ▪ email, SMS, téléphone... ▪ Social selling, forums clients, blogs techniques... ▪ newsletters ▪ participation aux salons ou événements du secteur ▪ le RGPD est respecté Les opportunités commerciales décelées sont créatrices de valeur pour l'entreprise
Proposition, de solutions techniques et commerciales adaptées aux cahiers des charges des clients publics et privés intervenant sur le marché de l'industrie, en accord avec le bureau d'étude, la production, la qualité et la logistique et autres services concernés selon le secteur.	Conduire une analyse du besoin du client, en menant un entretien d'avant-projet faisant appel à la maîtrise technique du produit ou de la solution (découverte du besoin, de l'environnement, des contraintes et limites, des valeurs promues...) en adaptant le questionnaire à la situation et au contexte du client ou de l'entreprise pour clarifier le périmètre de l'affaire au sein d'une grille MEDDIC	Partie 2 - Analyse et synthèse du cahier des charges : - Les besoins du client - Les éléments de réponse aux besoins décrits - La faisabilité technique - L'analyse coût/avantages du projet détecté - Une recommandation d'action "go/no go" - L'offre commerciale détaillée et argumentée	L'entretien détermine avec exhaustivité l'environnement du projet, ses contraintes et ses risques. Le questionnaire est : ▪ précis ▪ adapté aux personnes en situation de diversité (handicap, interculturelité...) ▪ le vocabulaire employé est professionnel et compréhensible par tous La grille méthodologique MEDDIC est complète et argumentée. L'opportunité commerciale est qualifiée avec précision. Le besoin est formalisé avec clarté et précision (formalisation des exigences techniques et contractuelles, hypothèses de réalisation, liste des travaux à réaliser, liste des livrables...).
	Analyser avec les parties prenantes le cahier des charges remis par le client en réalisant un prédimensionnement (éléments nécessaires et caractéristiques) pour déterminer collaborativement une réponse technico-	Partie 3 - Eléments de réponse à l'appel d'offre :	L'analyse du cahier des charges est structurée. Elle synthétise avec précision : ▪ Contexte et limites du projet ▪ Spécifications fonctionnelles ▪ Spécifications techniques ▪ Ressources ▪ Délais

	<p>économique optimale aux contraintes et besoins quant à la réalisation du projet</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse des modalités, des critères de sélection et des deadlines - Identification des éléments de réponse pertinents - Identification des éléments de réponse manquants et des actions à mener pour les obtenir - Rédaction de la réponse à la consultation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enveloppe budgétaire ▪ Engagements RSE <p>La proposition traduit fidèlement les exigences du client. Les points techniques sont détaillés et les termes utilisés sont professionnels. La réponse économique prend en compte les contraintes de l'affaire.</p>
	<p>Elaborer l'offre technique et commerciale complexe en collaboration avec le responsable de site, les responsables R&D, Production et Qualité en veillant à la rentabilité et au respect des objectifs QCD (Qualité, Coûts, Délais) du projet (choix des matières premières, innovation, disponibilités de ressources, besoin d'investissement...) pour soumettre au client des dossiers de propositions techniques et commerciales conformes au cahier des charges</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée orale individuelle basée sur un jeu de rôle, Un membre du jury (expert du métier) endosse le rôle du, de la client.e Le, la candidat.e joue le rôle du professionnel métier. Il, elle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - se présente et présente son entreprise - questionne le, la client.e pour appréhender le contexte global de l'affaire - identifie les contraintes et les risques - conclut son entretien <p>Le jury, composé de plusieurs experts indépendants, évalue la prestation du, de la candidat.e à partir d'une grille d'évaluation</p>	<p>L'offre commerciale comprend les solutions techniques, financières, juridiques, environnementales et sociétales adaptées au cadre spécifique du projet.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le calcul des coûts est juste et le prix de vente respecte la marge habituelle de l'entreprise. ▪ Les délais sont réalistes. ▪ La démarche RSE est respectée <p>Le dossier technique détaille les solutions en réponse à chaque point du cahier des charges fonctionnel et technique. Il est illustré par des schémas, croquis et/ou plans explicites... Le dossier commercial détaille pour chaque lot : prix, délai, moyen de paiement, CGV, obligations des parties, pénalités éventuelles, cadre réglementaire... Les avantages concurrentiels sont démontrés avec efficacité. La rédaction de l'offre est adaptée aux situations particulières des parties prenantes (situation de handicap et interculturelité).</p>
	<p>Répondre, en concertation avec les équipes impliquées, aux appels d'offres qualifiés en respectant les critères et les obligations de la procédure d'émission (négociée, MAPA, procédure formalisée) pour remporter le marché dans le respect de l'éthique des affaires et élargir le portefeuille clients</p>		<p>Les différentes obligations de la procédure de réponse aux appels d'offres sont identifiées et leurs particularités listées avec exhaustivité. Les critères de sélection sont étudiés et les réponses faites en fonction de ces critères (techniques, délais, prix, notoriété...). Les réponses sont en adéquation avec les exigences de l'appel d'offre et la validation des équipes techniques, marketing et commerciales. La réponse est envoyée conformément aux directives de l'appel d'offre (délai, destinataires, exigences spécifiques au dépôt...). Les avantages concurrentiels de l'entreprise sont mis en avant ainsi que les principes ou techniques novateurs, créateurs de valeur ajoutée pour l'ensemble des parties prenantes (fournisseurs, clients, prestataires associés...).</p>

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A3 Négociation éthique et responsable et gestion de la relation client dans un objectif de performance globale pour les PME PMI travaillant dans le domaine industriel.</p> <p>Négociation et contractualisation de l'offre technico- commerciale avec un public diversifié (pluridisciplinarité, multi culturalité...).</p>	<p>Définir la stratégie de négociation à mettre en œuvre en mobilisant les outils d'aide à la négociation (argumentaire, carte d'influence, tableau d'objectifs de négociation, matrice de concessions/contreparties), permettant d'identifier ses propres intérêts et ceux des interlocuteurs pour concentrer la négociation sur les arguments qui satisfont l'ensemble des parties prenantes</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée orale individuelle.</p> <p>En amont de l'épreuve orale, à partir d'un cas d'entreprise fictive comprenant une note d'opportunité et la solution technique validée par le client, le, la candidat.e élabore un dossier comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la définition de la stratégie de négociation adaptée au client et à son contexte - un argumentaire de chaque élément de l'offre - la prise en compte de la RSE comme élément différenciant - les outils d'aide à la vente adaptés au contexte et aux potentiels interlocuteurs - un projet de contrat <p>Ce dossier est évalué par les membres du jury avant la mise en situation. Le candidat s'appuie sur son dossier pour réaliser sa négociation.</p> <p>Lors d'un jeu de rôle, un membre du jury (expert indépendant) endosse le rôle du, de la client.e. Une partie de l'entretien se fera en anglais.</p> <p>Le, la candidat.e joue le rôle du professionnel métier. Il, elle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - accueille et questionne le, la client.e - argumente les points forts de sa position - répond aux objections - engage son interlocuteur - avance par concessions mutuelles - conclut la négociation <p>Le jury, composé de plusieurs experts indépendants, évalue la prestation du, de la candidat.e à partir d'une grille d'évaluation</p>	<p>La stratégie de négociation choisie (rapport de force, coopération, compétition...) est en cohérence avec les enjeux du projet et les caractéristiques des acteurs présents ou influenceurs.</p> <p>Les outils préparés pour l'entretien de négociation (argumentaire, tableau d'objections, matrice concessions contreparties) sont efficaces.</p> <p>L'argumentaire est construit selon la méthode CAB (caractéristiques, avantages, bénéfiques).</p> <p>Les éléments déterminants et les valeurs d'éthiques des affaires sont mis en valeur avec pertinence.</p> <p>Les contraintes spécifiques aux négociations complexes sont analysées avec rigueur et méthode (l'urgence, les pressions internes ou externes, les rapports de forces...)</p> <p>L'écoute est active.</p> <p>Les arguments et la posture s'adaptent aux diversités (handicaps, interculturelité...) et aux propos des interlocuteurs.</p> <p>La méthode choisie pour convaincre (PACIFICAT, MESORE, SNAP, SIMAC, Challenge sale) est mobilisée avec agilité et efficacité. Le candidat reste focalisé sur la rentabilité de l'affaire.</p> <p>L'entretien est clôturé avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un rappel des options retenues ▪ Une échéance pour recevoir l'offre finalisée ▪ Une sortie courtoise <p>Le niveau d'anglais permet de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprendre le contenu essentiel des propos exprimés par le client y compris une les termes techniques du secteur industriel ▪ Communiquer avec spontanéité et aisance avec un locuteur natif <p>S'exprimer de façon claire et détaillée sur différents sujets et argumenter l'offre, les avantages concurrentiels de l'entreprise, les risques liés au projet, les réglementations en vigueur...</p>
	<p>Mener, en français et en anglais, une négociation technique et commerciale complexe par des processus d'interaction vertueux mobilisant une méthode et une argumentation adaptées à son ou ses interlocuteurs et au contexte pour défendre la position de l'entreprise et emporter l'affaire dans le respect des réglementations et de l'éthique des affaires</p>	<p>Contractualiser la commande avec l'aide du service juridique en fixant les droits et les obligations de chacune des parties en accord avec les codes des marchés concernés pour sécuriser l'accord et anticiper les risques pour l'entreprise</p>	<p>Le contrat est conforme :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ aux conclusions de l'entretien de négociation ▪ aux dispositions du Code civil et du Code de commerce <p>La description des obligations de chacune des parties est exhaustive et respecte les intérêts de chacun des parties prenantes du contrat (clients, fournisseurs, partenaires...).</p>

<p>Suivi, avec les équipes internes, les partenaires externes et le donneur d'ordre, du déroulement de la commande contractualisée et gestion des dysfonctionnements.</p>	<p>Vérifier le respect des exigences de la commande et des critères QCD en particulier au moyen d'outils collaboratifs et d'indicateurs de performance (OTD, OQD, FTR...) pour informer le client rapidement des ajustements éventuels à apporter (modification du délai, augmentation du tarif des matières premières, modification obligatoire du cahier des charges...) afin de garder sa confiance et préserver la réputation de l'entreprise</p>	<p>Mise en situation professionnelle écrite en groupe. A partir d'un cas d'entreprise fictive, le groupe élabore un dossier comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un tableau de bord de suivi du projet - une identification des points d'alerte - une proposition des solutions possibles pour chaque point d'alerte tenant compte des parties prenantes - une procédure d'analyse des résultats et des actions à mener - la construction d'un outil de mesure de la satisfaction client 	<p>L'analyse des données issues des outils collaboratifs (MS Project, Gantt, Pert...) et des indicateurs de performance (OTD, OQD, FTR...) sont justes et complets. Les points d'alertes sont détectés et vérifiés.</p> <p>La communication écrite et/ou orale faite au client est précise, argumentée et transparente. Les origines et causes du dysfonctionnement sont identifiées.</p> <p>Les opportunités de solutions proposées sont réalistes et préservent la qualité souhaitée par le client : (réaménagement du planning, changement de fournisseur, échelonnement des livraisons...).</p>
	<p>Solutionner les situations conflictuelles avec les clients et les équipes pluridisciplinaires en utilisant les méthodes adaptées (T.E.C.R.E.P, D.E.S.C...) pour trouver des solutions consensuelles respectant la situation de chacune des parties concernées par le dysfonctionnement afin de pérenniser les relations externes directes et transverses (client, fournisseurs produits, prestataires...)</p>	<p>-</p> <p>Ce dossier est évalué par les membres du jury avant la mise en situation orale individuelle sous la forme d'un jeu de rôle.</p> <p>Lors d'un jeu de rôle, un membre du jury (expert indépendant) endosse le rôle du, de la client.e et choisit un des points d'alerte identifiés comme source de conflit potentiel dans le dossier du candidat.</p> <p>Le, la candidat.e joue le rôle du professionnel métier. Il, elle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - accueille le, la client.e - explicite la difficulté rencontrée - écoute la position du client - reformule les raisons du mécontentement - coconstruit avec le client une solution - conclut l'entretien en s'assurant de la satisfaction du client <p>Le jury, composé de plusieurs experts indépendants, évalue la prestation du, de la candidat.e à partir d'une grille d'évaluation</p>	<p>La méthode TECREP est utilisée avec discernement :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'écoute est active et le client se sent considéré (T) ▪ Le problème est explicité avec précision. (E) ▪ Le client est valorisé et priorisé au sein de la recherche de solution (C.R.) ▪ La solution proposée prend en compte l'ensemble des parties prenantes concernées (client, fournisseur, équipe technique, logistique, finances...) (E) ▪ Les avantages et la faisabilité de la solution pour les 2 parties sont mises en avant et privilégient une solution amiable (P).
<p>Vérification de la satisfaction client pour l'ensemble du processus de vente complexe en BtoB.</p>	<p>Elaborer un processus de mesure de l'expérience client en mettant en place des outils mesurant la satisfaction client sur l'ensemble des départements de l'entreprise qui ont été partie prenante dans la réalisation de la commande (commercial, juridique, qualité production, achat...) pour identifier les améliorations à mettre en place afin de fidéliser, encourager la recommandation et optimiser la valeur client.</p>		<p>Le processus de satisfaction client proposé est performant : Les outils et mesure de la satisfaction globale sont en adéquation avec les particularités du secteur de l'industrie :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ enquêtes de satisfaction sous différents formats ▪ calcul du CSAT (Customer Satisfaction Score en prenant en compte les différences culturelles (pays individualistes ou collectivistes) https://blog.agencenile.com/3-moyens-simples-pour-mesurer-la-satisfaction-client-dans-lindustrie ▪ calcul du NPS (Net Promoter Score)... <p>L'ensemble des éléments de satisfaction Qualité, Fiabilité, Réponse aux besoins sont pris en compte dans les outils et indicateurs choisis.</p> <p>Les préconisations d'outils ou d'actions à mettre en place sont réalisables facilement et leur impact sur la relation client est démontré.</p>

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
<p>A4. Suivi technique, administratif et financier du projet industriel en collaboration avec les équipes parties prenantes du projet.</p> <p>Copilotage de la phase de démarrage du projet avec les équipes concernées, mise en place d'outils de communication et de stratégies respectueux de la QVT et de la démarche RSE de l'entreprise.</p>	<p>Coordonner, avec les équipes internes, la réalisation des études nécessaires à la mise en place des outils de communication fédérateurs pour ajuster si besoin la faisabilité afin de rechercher le meilleur compromis entre le budget disponible, la techniques et les exigences du planning, du service qualité...</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée écrite réalisée en groupe</p> <p>A partir d'un cahier des charges d'une entreprise fictive, le groupe élabore un dossier déterminant les étapes de pilotage du projet industriel :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'organisation de la réalisation des études de faisabilité techniques et financières - la procédure de réalisation du prototypage et les points de contrôles du prototype - Les process et critères de sélection des fournisseurs pondérés ainsi que les sources à privilégier - la rédaction d'un guide comprenant les documents techniques adaptés aux différents interlocuteurs (utilisation de logiciel adapté) - la schématisation de la planification du projet avec un outil adapté - un croquis modélisé du prototype réalisé sur un logiciel de CAO 	<p>Les méthodes et outils de coordination choisis (réunions, points de contrôle, mise en place d'outils collaboratifs) rationalisent le processus. Ils sont efficaces et simplifient la communication entre les équipes, assurent le respect du calendrier et rendent aisément accessibles les informations à tous les publics. Les ajustements proposés (délai, coût, faisabilité technique...) sont réalistes et n'influent pas sur la qualité de la production. Ils privilégient la démarche sociale et respectueuse de l'entreprise (prise en compte des contraintes, des nouvelles formes de travail, du droit du travail...).</p>
	<p>Organiser le prototypage avec le bureau d'études et la production en utilisant un logiciel de CAO et/ou l'impression 3D pour vérifier en conditions réelles, tous les aspects, propriétés et caractéristiques d'une pièce ou d'un produit afin de valider le modèle final</p>		<p>Le produit destiné à la réalisation du prototype est défini avec précision. Les fonctionnalités sont détaillées et s'appuient sur les études de faisabilité. Le croquis réalisé est juste. Les techniques de modélisation du logiciel de CAO sont maîtrisées. Le procédé de fabrication, la technique et les matériaux choisis privilégient les principes d'écoconception. Les tests retenus pour vérifier le prototype tant sur le plan technique et mécanique qu'au niveau de la perception visuelle et tactile des futurs utilisateurs sont performants et minimisent les risques d'erreur. Les logiciels de CAO et impression 3D sont utilisés avec maîtrise.</p>
	<p>Mettre en place une stratégie de sourcing durable en effectuant des consultations et des appels d'offres aux partenaires nécessaires à la réalisation du projet (fournisseurs, sous-traitants) pour répondre aux besoins identifiés dans les pré-études en vue de la bonne exécution du projet</p>		<p>Les besoins sont identifiés précisément tant sur le plan quantitatif que qualitatif. Les critères de sélection des fournisseurs incluent les différents aspects : qualité, quantité, délai, démarche éco-responsable et solidité financière. Le process de sélection est clair et simple et intègre les facteurs de performance sociale, éthique et environnementale.</p>
<p>Préparation de la documentation technique, relative à l'exécution de la commande, prenant en compte les situations de handicap des acteurs concernés par les documents.</p>	<p>Produire une documentation technique inclusive du projet (modes opératoires, normes, nomenclatures...) en utilisant un logiciel approprié permettant de rédiger un guide, d'ajouter des éléments interactifs ou visuels, de créer des tutoriels pour accompagner les équipes en charge de la production</p>	<p>Les fonctionnalités du logiciel choisi (Dokiel, Snagit, ShowHows, Helpinator, ...) sont utilisées avec maîtrise. Les informations transmises sont précises et compréhensibles par le public visé quelle que soit sa situation. Les méthodes adaptées aux situations de handicap sont mises en œuvre avec maîtrise (taille de police, couleurs, FALC, audio, vidéo...). Le guide est clair et succinct, aucune information importante n'est omise. Les images, captures d'écran, schémas ou vidéos clarifient le contenu avec pertinence. Les tutoriels sont explicites, faciles à lire et à comprendre. Ils sont adaptés à l'utilisateur. La documentation technique est responsive.</p>	

<p>Mise en place et analyse de la réalisation de la commande, traçage et validation des écarts par rapport au contrat initial (délai, budget, modifications effectuées suite à des contraintes imprévues...).</p>	<p>Planifier le déroulement du projet à l'aide d'un logiciel adapté (GANTT Project, MS Project...) en recensant, avec les parties prenantes, l'ensemble des obligations techniques, commerciales, administratives et financières à respecter pour organiser le suivi du travail des équipes concernées et fixer les différentes échéances afin d'anticiper au maximum les retards et imprévus possibles</p>		<p>Les différentes contraintes techniques, commerciales, administratives et financières du projet sont prises en compte de manière exhaustive (gestion des stocks, contraintes machines, commandes prioritaires, planning du personnel, plan d'assurance qualité (PAQ), licence d'exportation, règlement des acomptes fournisseurs, ouverture de crédits documentaires...). La planification est faite « au plus juste ». Elle optimise l'utilisation des machines, la disponibilité des ressources humaines et financières. Les contraintes des équipes (temps de travail, situations particulières...) sont prises en compte dans leur intégralité.</p>
	<p>Réaliser le bilan de clôture du projet en analysant les indicateurs de la performance quantitatifs, qualitatifs, environnementaux et sociaux en mobilisant des outils adaptés au contexte (questionnaire, entretien physique ou à distance...) pour identifier les pratiques les plus efficaces et proposer des axes d'amélioration</p>	<p>Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle. A partir des données fictives d'un projet en contexte industriel, le, la candidat.e rédige un-bilan de clôture du projet donné il, elle :</p> <ul style="list-style-type: none"> - analyse les données quantitatives et qualitatives - identifie les bonnes pratiques mises en œuvre - propose des axes d'amélioration possibles - met en forme le document sous un format lisible par des personnes en situations de handicap défini dans le contexte. 	<p>Le bilan détaille avec exactitude et justification :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La performance financière ▪ La performance et la satisfaction des parties prenantes (prestataires, équipes, client) ▪ Le respect des livrables ▪ Les impacts RSE <p>Les écarts sont mesurés et mis en exergue. Les enseignements tirés du projet positifs et/ou négatifs sont explicités. Les propositions d'amélioration sont en cohérence avec le bilan (formation, abandon d'un prestataire, gestion des stocks, inscrire l'entreprise dans un projet RSE plus global, améliorer la communication...).</p>

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'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A5. Suivi de la performance commerciale de son activité et animation d'une petite équipe pluridisciplinaire dans le respect de la QVT. Evaluation de son efficacité commerciale et proposition d'amélioration de son efficacité commerciale.	Créer les tableaux de bord de suivi de sa performance commerciale en déterminant les KPIs adaptés à l'activité au regard des objectifs définis avec la direction générale pour mettre en exergue les écarts et identifier les axes d'amélioration en termes quantitatifs (objectifs CA, marges, taux de transformation client...) et qualitatifs (fidélisation clients et partenaires, compétences manquantes...).	Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle. A partir d'un compte-rendu d'activité d'un manager en ingénierie d'affaires en contexte industriel, le, la candidat.e présente dans un dossier : - Le choix des indicateurs de performance adaptés - Le tableau de bord permettant de suivre les différents éléments - L'analyse des résultats et des écarts éventuels - La définition des axes d'amélioration	Les indicateurs de la performance formalisés sont complémentaires et factuels. Ils couvrent l'ensemble du périmètre de l'activité (nombre de prospects générés, taux de transformation, marge, CA, EBIT, EBITDA, taux de recommandation client, indice de satisfaction client, nombre de réclamations...). Ils précisent avec exactitude les seuils de normalités et les implications de leurs dépassements en plus ou en moins. Les propositions d'amélioration de l'efficacité commerciale sont réalistes et efficaces.
	Rendre compte de la performance de son activité en analysant et synthétisant les résultats des tableaux de bord au sein d'un rapport pour informer la direction générale et les parties prenantes concernées et proposer des actions correctives si nécessaire		Les données choisies sont pertinentes. Le rapport est synthétique et factuel. La rédaction est claire et concise. Il fait ressortir et contextualise les points forts et faibles de façon argumentée grâce à un vocabulaire professionnel et des chiffres justifiés issus de l'analyse des données du suivi de la performance. La conclusion présente des pistes d'optimisation réalistes.
Management des partenaires et d'une équipe transverse composée de différents profils d'expertises fonctionnelles variées, issus de différents services, et de tous niveaux hiérarchiques.	Identifier les besoins en compétences nécessaires à la réalisation d'un projet industriel en réalisant un mapping inclusif pour déterminer, avec le service RH et la direction générale, les nécessités et possibilités de formation, de recrutement ou de sous-traitance des compétences manquantes	Mise en situation professionnelle reconstituée écrite individuelle. A partir d'un contexte d'entreprise et d'un cahier des charges d'un projet industriel. Le candidat élabore un dossier comprenant : - une cartographie des compétences nécessaires au projet - l'identification des compétences en interne et les actions à mener pour couvrir les besoins en compétences du projet - la définition des modalités de fonctionnement de l'équipe (rôle de chacun, routine, mode de communication, outils collaboratifs, inclusion des collaborateurs) - la méthode de gestion et d'organisation du travail prend en compte l'amélioration des performances de l'entreprise - les modalités d'organisation (réglementation, présentiel, distanciel...) - le choix argumenté des outils de communication collaboratifs	La cartographie des compétences identifie avec justesse : ▪ les compétences internes, ▪ les aptitudes nécessaires à la bonne réalisation du projet ▪ les compétences manquantes Les propositions de formation des collaborateurs sont en accord avec leur situation individuelle et le niveau demandé. Les recrutements proposés sont inclusifs et incarnent les engagements RSE de l'entreprise. Ils sont conformes aux réglementations du travail et de la législation sociale.
	Organiser le travail des équipes internes et externes en s'appuyant sur le lean management dans le respect de la réglementation, des contraintes de l'entreprise et du projet, et des intérêts de chacune des parties prenantes pour faire avancer la réalisation des commandes industrielles dans un climat serein et atteindre plus facilement les objectifs fixés		Le droit du travail et la législation sociale sont respectés. Les règles, procédures et modes d'interrelations et d'interactions des collaborateurs sont définis avec précisions et adaptés aux différentes situations des collaborateurs (handicap, différences culturelles, obligations familiales ...). La démarche RSE est intégrée de façon systématique dans l'organisation. L'organisation est fluide et respecte les règles de QVT de l'entreprise. La cartographie de la chaîne de valeur de l'entreprise est juste. Les principes du Lean Management sont respectés à leur maximum dans le projet d'organisation (organisation proposant davantage de valeur ajoutée, réduction du gaspillage, diminution des opérations jugées inutiles...).

	<p>Communiquer régulièrement avec les différentes parties prenantes, (équipe interne, fournisseurs, clients, utilisateurs finaux, maître d'ouvrage...) grâce aux outils collaboratifs et à son sens du relationnel pour développer la cohésion du groupe et anticiper les problèmes inhérents à la réalisation des commandes avec l'aval des spécialistes</p>	<p>- la planification et les moyens utilisés pour les temps de rencontre avec les parties prenantes</p>	<p>Les logiciels de communication collaborative mis en place sont efficaces, fluidifient la communication et sont adaptés aux spécificités du secteur et des équipes en place (Office 365, Slack, Trello, Google drive, Monday.com, teams...). Les réunions à distance utilisent des outils accessibles à tous (teams, skype, Webex, Zoom...). Elles sont programmées en fonction des impératifs des parties concernées. Une traduction est prévue dans le cas d'équipes pluriculturelles. Les problèmes de réalisation du projet sont anticipés au maximum (délais, dépassement de budget, rupture de stocks de matières premières, conflits interculturels possibles...).</p>
--	---	---	---

Pour obtenir la certification, le candidat doit remplir deux conditions principales :

- Valider les 5 blocs de compétences du référentiel ci-dessus
- et
- Réussir un entretien avec un jury, qui se déroule comme suit :
 - . Le candidat présente une restitution d'expériences professionnelles vécues
 - . Il propose des solutions à une problématique rencontrée lors de son expérience en entreprise
 - Sa présentation s'appuie sur un document écrit, structuré et argumenté

Lors de cet entretien, le jury évalue :

- La pertinence et le discernement du candidat dans l'application des compétences acquises
- La capacité du candidat à mobiliser les compétences validées dans les 5 blocs

Il est important de noter que cette évaluation transversale intervient après la validation des blocs de compétences individuels.