

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
Bloc 1 – Concevoir une stratégie commerciale et marketing dans le secteur industriel			
<p>A1 Elaboration d'une stratégie Commerciale et Marketing en accord avec le comité de direction</p> <p>Identification des opportunités de croissance</p>	<p>Organiser, avec les équipes, une veille sur les évolutions de son environnement, écosystème et marché 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.</p> <p>Les veilles déterminées et les sources d'information sélectionnées sont diverses, fiables et actualisées.</p> <p>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.</p> <p>L'explication des résultats de l'analyse est justifiée.</p> <p>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>Co-construction, avec les équipes concernées et la direction générale), de la stratégie de développement commerciale et marketing intégrant une démarche RSE</p>		<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</p>

	<p>Fixer, en intégrant les enjeux de la RSE, les objectifs de chiffre d'affaires et de croissance à court, moyen et long terme ainsi que les moyens à mobiliser pour les atteindre en vue de définir-la stratégie commerciale afin de développer et pérenniser l'activité</p>		<p>Les objectifs sont SMART 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...).</p>
<p>Budgétisation de la stratégie commerciale et marketing et validation avec le comité de direction</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>Etablir le budget des actions commerciales et marketing détaillées au sein de la feuille de route en s'appuyant sur les objectifs commerciaux et la politique tarifaire pour valider et/ou ajuster avec le comité de direction les actions définies précédemment</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.</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>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
Bloc 2 – Dynamiser le chiffre d'affaires de l'entreprise industrielle en respectant l'éthique des affaires et les réglementations			
A2. Développement d'affaires complexes dans un contexte industriel Recherche d'opportunités d'affaires en milieu industriel	Mettre en place une stratégie de prospection en utilisant des outils numériques et traditionnels adaptés aux marchés publics (BOAMP, JOCE) et aux clients privés (base de données, inbound et outbound marketing) pour identifier et qualifier des prospects en termes de faisabilité et 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 : 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	La stratégie de prospection est structurée et adaptée aux spécificités du secteur (agroalimentaire, automobile, aéronautique, BTP...) et de l'entreprise. Les outils de prospection choisis permettent de collecter des renseignements appropriés. 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. Le fichier client est qualifié. Les actions de communication choisies sont adaptées aux différentes typologies de clients ▪ email, SMS, téléphone... ▪ Social selling, forums clients, blogs techniques... ▪ newsletters ▪ participation aux salons ou événements du secteur ▪ le RGPD est respecté
	Animer un portefeuille clients sur son périmètre en mettant en place des actions de communication régulières pour pérenniser la relation client dans le respect des réglementations et détecter des opportunités commerciales		
Proposition de solutions techniques et commerciales adaptées au cahier des charges	Conduire une analyse du besoin du client, en menant un entretien d'avant-projet (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	- 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	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, interculturalité...) ▪ le vocabulaire employé est professionnel et compréhensible par tous La grille méthodologique MEDDIC est complète et argumentée. L'opportunité commerciale est qualifiée avec précision.
	Analyser avec les parties prenantes le cahier des charges remis par le client en identifiant les déviations possibles pour déterminer collaborativement une réponse technico-économique optimale aux contraintes et besoins quant à la réalisation du projet	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'analyse du cahier des charges est structurée. Elle synthétise avec précision : ▪ Contexte et limites du projet ▪ Spécifications fonctionnelles ▪ Spécifications techniques ▪ Ressources ▪ Délais ▪ Enveloppe budgétaire ▪ Engagements RSE 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>Élaborer l'offre commerciale complexe en veillant à la rentabilité et au respect des objectifs QCD (Qualité, Coûts, Délais) du projet pour soumettre au client des dossiers technique et commercial conformes au cahier des charges</p>	<p>Partie 3 - Eléments de réponse à l'appel d'offre :</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 <p>Mise en situation professionnelle reconstituée orale individuelle basée sur un jeu de rôle,</p> <p>Un membre du jury (expert du métier) endosse le rôle du, de la client.e</p> <p>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>CR5 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...</p> <p>Le dossier commercial détaille pour chaque lot : prix, délai, moyen de paiement, CGV, obligations des parties, pénalités éventuelles, cadre réglementaire...</p> <p>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 techniques, 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.</p> <p>Les critères de sélection sont étudiés et les réponses faites en fonction de ces critères (techniques, délais, prix, notoriété...).</p> <p>Les réponses sont en adéquation avec les exigences de l'appel d'offre et la validation des équipes techniques, marketing et commerciales.</p> <p>La réponse est envoyée conformément aux directives de l'appel d'offre (délai, destinataires, exigences spécifiques au dépôt...).</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
Bloc 3 – Conclure avec succès des affaires complexes et gérer la relation client			
A3. Négociation de l'offre technique et commerciale et gestion de la relation client Négociation et contractualisation d'une offre commerciale dans le secteur de l'industrie	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	Mise en situation professionnelle reconstituée orale individuelle. 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 : - 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 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. 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. Le, la candidat.e joue le rôle du professionnel métier. Il, elle : - 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 Le jury, composé de plusieurs experts indépendants, évalue la prestation du, de la candidat.e à partir d'une grille d'évaluation	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. Les outils préparés pour l'entretien de négociation (argumentaire, tableau d'objections, matrice concessions contreparties) sont efficaces. L'argumentaire est construit selon la méthode CAB (caractéristiques, avantages, bénéfiques). Les éléments déterminants et les valeurs d'éthiques des affaires sont mis en valeur avec pertinence. Les contraintes spécifiques aux négociations complexes sont analysées avec rigueur et méthode (l'urgence, les pressions internes ou externes, les rapports de forces...) L'écoute est active. Les arguments et la posture s'adaptent aux diversités (handicaps, interculturalité...) et aux propos des interlocuteurs. 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. L'entretien est clôturé avec : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un rappel des options retenues ▪ Une échéance pour recevoir l'offre finalisée ▪ Une sortie courtoise Le niveau d'anglais permet de : <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 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...
	Mener, en français et en anglais, une négociation 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	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	Le contrat est conforme : <ul style="list-style-type: none"> ▪ aux conclusions de l'entretien de négociation ▪ aux dispositions du Code civil et du Code de commerce La description des obligations de chacune des parties est exhaustive.

<p>Suivi du déroulement de la commande contractualisée avec le donneur d'ordre 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 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>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>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>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>L'analyse des données issues des outils collaboratifs (MS Project, Gantt, Pert...) est juste et complète. 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>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</p>	<p>Elaborer un processus de mesure de l'expérience client en mettant en place des outils mesurant la satisfaction client pour fidéliser, encourager la recommandation et optimiser la valeur client</p>	<p>Le processus de satisfaction client proposé est performant :</p> <p>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>Le processus de satisfaction client proposé est performant :</p> <p>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>

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
Bloc 4 – Piloter le projet industriel contractualisé avec le donneur d'ordre			
A4. Suivi technique, administratif et financier du projet industriel Copilotage de la phase de démarrage du projet avec les équipes concernées	Coordonner, avec les équipes internes, la réalisation des études nécessaires à la mise en production de la commande client pour ajuster si besoin la faisabilité et la rentabilité du projet	Mise en situation professionnelle reconstituée écrite réalisée en groupe A partir d'un cahier des charges d'une entreprise fictive, le groupe élabore un dossier déterminant les étapes de pilotage du projet industriel :	Les méthodes de coordination choisies (réunions, points de contrôle, mise en place d'outils collaboratifs) rationalisent le processus. Elles 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.
	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	<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) 	<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.</p> <p>Le croquis réalisé est juste. Les techniques de modélisation du logiciel de CAO sont maîtrisées.</p> <p>Le procédé de fabrication, la technique et les matériaux choisis privilégient les principes d'écoconception.</p> <p>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.</p> <p>Les logiciels de CAO et impression 3D sont utilisés avec maîtrise.</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	<ul style="list-style-type: none"> - la schématisation de la planification du projet avec un outil adapté - un croquis modélisé du prototype réalisé sur un logiciel de CAO 	<p>Les besoins sont identifiés précisément tant sur le plan quantitatif que qualitatif.</p> <p>Les critères de sélection des fournisseurs incluent les différents aspects : qualité, quantité, délai, démarche éco-responsable et solidité financière.</p> <p>Le process de sélection est clair et simple et intègre les facteurs de performance sociale, éthique et environnementale.</p>
Préparation de la documentation technique relative à l'exécution de la commande	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>Les fonctionnalités du logiciel choisi (Dokiel, Snagit, ShowHows, Helpinator, ...) sont utilisées avec maîtrise</p> <p>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...).</p> <p>Le guide est clair et succinct, aucune information importante n'est omise.</p> <p>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.</p> <p>La documentation technique est responsive.</p>

Mise en place et analyse de la réalisation de la commande	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 travail des équipes concernées et fixer les différentes échéances afin d'anticiper au maximum les retards et imprévus possibles		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.
	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	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 : - 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.	Le bilan détaille avec exactitude et justification : <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 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...).

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
Bloc 5 – Manager sa performance et celle des équipes pluridisciplinaires			
A5. Suivi de la performance commerciale de son activité et animation d'une petite équipe pluridisciplinaire Synthèse 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	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	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...). Ils précisent avec exactitude les seuils de normalités et les implications de leurs dépassements en plus ou en moins.
	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	- 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 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 d'une équipe transverse interne et des partenaires externes	Identifier les besoins en compétences nécessaires à la réalisation d'un projet industriel en réalisant un mapping pour analyser 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 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.
	Organiser le travail des équipes internes et externes en respectant la réglementation, les contraintes et 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	- la définition des modalités de fonctionnement de l'équipe (rôle de chacun, routine, mode de communication, outils collaboratifs, inclusion des collaborateurs) - les modalités d'organisation (réglementation, présentiel, distanciel...) - le choix argumenté des outils de communication collaboratifs	Le droit du travail est respecté. 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.
	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	- la planification et les moyens utilisés pour les temps de rencontre avec les parties prenantes	Les logiciels de communication collaborative mis en place sont efficaces et 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.