

BLOC DE COMPETENCES 1 :

« Analyse stratégique et identification des leviers de la création de valeur par l'innovation dans le contexte d'une entreprise de type TPE – PME »

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
A 1.1 Analyse de l'environnement interne et externe et de l'organisation de l'entreprise à partir des données stratégiques internes et externes de l'entreprise	C1.1 Réaliser un état des lieux interne d'une entreprise de type TPE-PME sur les dimensions humaines, matérielles, financières et RSE sur la base d'une étude documentaire, de l'observation sur place et d'entretiens sur le terrain afin d'identifier les axes de développement par l'innovation.	<p>Etude de cas "Rapport d'analyse stratégique" : Analyse de l'environnement d'une TPE/PME pour identifier les leviers de création de valeur et d'innovation</p> <p>Principe de l'évaluation : Travail en groupe. A partir d'un cas réel d'entreprise de type TPE/PME (entreprise de l'apprenant, entreprise au choix), l'apprenant rédige un rapport d'analyse stratégique qui lui permettra d'identifier les points d'amélioration sur lesquels il sera possible de travailler pour augmenter la valeur produite par l'entreprise. La soutenance est réalisée individuellement.</p> <p>Livrables attendus : - un dossier écrit "Rapport d'analyse stratégique" - un support de soutenance de type PowerPoint pour une présentation orale devant jury</p> <p>Organisation de l'épreuve :</p>	<p>CR.1.1.1 Les techniques et outils de diagnostic et d'analyse stratégique interne d'une entreprise de type TPE-PME sont maîtrisés</p> <p>CR.1.1.2 La RSE comme vecteur d'innovation est intégrée dans l'analyse interne</p> <p>CR.1.1.3 Les éléments mobilisés sont sourcés</p>
	C1.2 Réaliser un état des lieux externe d'une entreprise de type TPE-PME à l'aide des outils benchmark, SWOT, Pestel, etc. afin de définir des stratégies de développement pertinentes.		<p>CR.1.2.1 Les techniques et outils de diagnostic et d'analyse stratégique externe d'une entreprise de type TPE-PME sont maîtrisés</p> <p>CR.1.2.2 Les aspects liés aux problématiques écologiques et de RSE sont traités dans l'analyse de l'environnement externe</p> <p>CR.1.2.3 Les éléments mobilisés sont sourcés</p>
A.1.2 Identification des leviers stratégiques d'innovation pour créer de la valeur dans le contexte d'une TPE/PME	C1.3 Construire une modélisation du business model de l'entreprise via le business model canvas à partir de l'état des lieux réalisé afin d'identifier les points d'amélioration de l'entreprise d'où peuvent émerger les leviers de création de valeur via l'innovation.		<p>CR.1.3.1 La modélisation du business model correspond aux résultats des analyses et diagnostics internes et externes</p> <p>CR.1.3.2 Les leviers de création de valeur par l'innovation sont bien identifiés</p> <p>CR.1.3.3 La RSE et les initiatives qu'elle peut recouvrir sont intégrées dans la démarche d'identification des leviers de création de valeur</p>

		<p>Les conditions d'exécution sont identiques chez chacun des centres de préparation.</p> <p>Modalités d'évaluation : <u>Plan du Rapport d'analyse stratégique :</u></p> <p>1-Présentation de l'entreprise et de son environnement</p>	<p>CR 1.3.4 L'analyse du contexte complexe de l'entreprise a permis d'identifier un ou des leviers stratégiques d'innovation</p>
--	--	---	--

BLOC DE COMPETENCES 2 :

« Choix d'une innovation (de produit, de service ou d'organisation) en s'appuyant sur la méthode de l'analyse de la valeur »

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
A.2.1 Cadrage du projet et identification de l'ensemble des parties prenantes	C 2.1 Cadrer un projet d'innovation en identifiant les parties prenantes, les objectifs du projet, le périmètre, le degré de liberté d'action, le niveau de risque du projet afin de pouvoir formuler des préconisations pertinentes et opérationnelles.	<p>Propositions de solutions innovantes par la méthode d'analyse de la valeur : Production d'un cahier des charges fonctionnel et d'un diagnostic de la valeur afin de pouvoir proposer des solutions innovantes pertinentes.</p> <p>Principe de l'évaluation : Travail individuel. A partir d'un cas réel d'entreprise de type TPE-PME (entreprise de l'apprenant, entreprise au choix), l'apprenant détermine le cadre d'un projet d'optimisation par l'innovation et présente ses préconisations suite à la réalisation des différentes étapes qui structurent la méthode de l'analyse de la valeur (cadrage du projet, cahier des charges fonctionnel, résultats des échanges du groupe de créativité, diagnostic de la valeur, présentation des solutions innovantes). A la fin de ce</p>	<p>CR 2.1.1 Le besoin du donneur d'ordre est identifié et clairement formulé</p> <p>CR 2.1.2 L'enjeu, les risques et le degré de liberté d'action sont évalués & clairement déterminés</p> <p>CR 2.1.3 La cartographie est réalisée afin de pouvoir solliciter les parties prenantes et anticiper l'impact de l'innovation sur leur activité</p>
A.2.2 Réalisation de l'analyse fonctionnelle destinée à l'amélioration ou à la conception d'un produit/service/organisation	C 2.2 Préciser les besoins client à satisfaire et les contraintes à respecter pour l'amélioration/création d'un produit, service ou organisation en réalisant une analyse fonctionnelle afin de déterminer et hiérarchiser les fonctions à créer ou à améliorer.	(entreprise de l'apprenant, entreprise au choix), l'apprenant détermine le cadre d'un projet d'optimisation par l'innovation et présente ses préconisations suite à la réalisation des différentes étapes qui structurent la méthode de l'analyse de la valeur (cadrage du projet, cahier des charges fonctionnel, résultats des échanges du groupe de créativité, diagnostic de la valeur, présentation des solutions innovantes). A la fin de ce	<p>CR 2.2.1 Le besoin client est précisément décrit et traduit en différentes fonctions conformément à la méthode de l'analyse de la valeur</p> <p>CR 2.2.2 Les différentes fonctions qui composent le besoin sont pertinentes et établies de manière exhaustive en fonction des acteurs identifiés</p> <p>CR 2.2.3 Les niveaux de performance ont été identifiés et pris en compte</p> <p>CR 2.2.4 Le poids des fonctions déterminées correspond à la hiérarchisation des besoins de l'utilisateur final</p>

<p>A.2.3 Réalisation de l'analyse économique des coûts des différentes solutions innovantes (amélioration ou nouvelle conception) en prenant en compte les enjeux d'éco-conception</p>	<p>C 2.3 Chiffrer le coût de la solution innovante et de son cycle de vie incluant la démarche RSE et les problématiques de développement durable en élaborant le tableau de répartition des coûts par fonction afin d'aboutir à une proposition concrète la plus efficiente pour l'atteinte des objectifs fixés au moment du cadrage du projet.</p>	<p>cheminement l'apprenant doit être en mesure de présenter à la Direction d'une entreprise plusieurs solutions innovantes en réponse à un problème identifié (que ce soit au niveau produit, service ou organisation).</p> <p>Livrables attendus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cahier des charges fonctionnel - Diagnostic de la valeur - Support de soutenance pour présenter les solutions innovantes déterminées grâce au suivi de la méthode d'analyse de la valeur. 	<p>CR 2.3.1 Les coûts correspondant au produit ou service et les différentes innovations envisagées sont pertinentes et bien sourcées</p> <p>CR 2.3.2 Les coûts intègrent le cycle de vie du produit</p> <p>CR 2.3.3 Les problématiques RSE sont intégrées dans l'analyse du cycle de vie du produit</p>
<p>A.2.4 Organisation et animation de la réflexion autour de l'innovation dans l'entreprise en tenant compte des différences culturelles et garantissant l'inclusion</p>	<p>C 2.4 Constituer et animer un groupe de créativité en cartographiant les expertises pour sélectionner les acteurs participant au groupe de créativité et en exploitant les outils de créativité destinés à l'émergence de nouvelles idées d'innovation afin d'animer le groupe de créativité.</p>	<p>Organisation de l'épreuve : Les conditions d'exécution sont identiques chez chacun des centres de préparation.</p> <p>Modalités d'évaluation : Plan du cahier des charges fonctionnel :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1/ Cadrage du projet d'innovation <ol style="list-style-type: none"> a) Fiche orientation objectifs b) Fiche orientation Informations c) Fiche orientation Etude 2/ Analyse fonctionnelle des besoins <ol style="list-style-type: none"> a) Fiche araignée 	<p>CR 2.4.1 La constitution des groupes de créativité mobilisant différentes expertises permet une divergence de points de vue féconde pour l'innovation</p> <p>CR 2.4.2 Les techniques et outils pour faciliter la prise de parole et le développement d'opinions sont maîtrisées et utilisées de manière pertinente (design thinking, brainstorming, body storm, mindmapping, voyage métaphorique, inversions, associations forcées, etc.)</p> <p>CR 2.4.3 Les réflexions issues des groupes de créativité sont centrales dans l'élaboration du projet d'innovation et intégrées aux différentes étapes de l'émergence des solutions</p> <p>CR 2.4.4 Les principes et conditions garantissant l'inclusion notamment des personnes en situation de handicap sont pris en compte et mis en place le cas échéant</p>

<p>A.2.5 Elaboration de solutions appropriées pour traduire l'innovation (en produit, service ou organisation) de manière concrète et efficiente</p>	<p>C 2.5 Choisir et formaliser les solutions concrètes qu'il est possible de mettre en œuvre suite aux différentes étapes de la méthode de l'analyse de la valeur afin d'en préparer la présentation auprès du décideur.</p>	<p>b) Fiche caractérisation</p> <p>Plan du diagnostic de la valeur :</p> <p>1/ Tableau de répartition des coûts par fonction</p> <p>a) Fiche d'analyse descriptive</p> <p>b) Fiche profil</p> <p>c) Tableau coûts/fonction</p> <p>2/ Synthèse des solutions issues des groupes de créativité</p>	<p>CR 2.5.1 Les solutions d'innovation préconisées intègrent les résultats des échanges lors des groupes de créativité</p> <p>CR 2.5.2 Les solutions d'innovation sont justifiées et fondées sur les différentes étapes constitutives de l'analyse de la valeur</p> <p>CR 2.5.3 Les solutions d'innovation préconisées sont concrètes, leur formulation permet une mise en œuvre rapide</p>
<p>A.2.6 Présentation argumentée des solutions auprès de la direction</p>	<p>C 2.6 Présenter à la direction les solutions choisies pour une prise de décision finale en s'appuyant sur un logiciel de création de support (PowerPoint, Canva, etc.) afin de pouvoir convaincre de la pertinence des propositions.</p>	<p>a) Descriptif des expertises qui composent le groupe de créativité</p> <p>b) Fiche solution</p> <p>c) Répertoire des solutions</p> <p>d) Solutions retenues</p> <p>Plan de la présentation orale</p> <p>a) Rappel du besoin identifié</p> <p>b) Synthèse des étapes de réflexion avec les différentes solutions envisagées : présentation de la fiche profil</p> <p>c) Tableau de choix</p> <p>Conclusion de l'évaluation :</p> <p>La traduction des fonctions identifiées en solutions efficaces de produit, service, organisation par la méthode de l'analyse de la valeur (suivi de ses différentes étapes et l'utilisation de ses outils spécifiques) permet l'établissement de préconisations d'innovation pertinentes dans l'objectif d'une croissance du chiffre d'affaires ou d'une amélioration des performances de l'entreprise.</p>	<p>CR 2.6.1 La présentation reprend les besoins et contraintes exprimés par le donneur d'ordre et les besoins identifiés chez l'utilisateur, traduits en fonctions</p> <p>CR 2.6.2 La présentation contient une ou plusieurs solutions d'innovation concrète et opérationnelle</p> <p>CR 2.6.3 La présentation expose clairement les éléments permettant une prise de décision pour la validation du projet d'innovation par la direction</p>

BLOC DE COMPETENCES 3 :
« Pilotage d'un projet innovant »

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
A.3.1 Répartition des tâches et des ressources afin de définir un rétroplanning opérationnel	C 3.1 Définir les contours et l'organisation du projet en utilisant les outils organisationnels appropriés (tableau Excel, Gantt, Matrice des responsabilités, etc.) et en choisissant les prestataires adaptés afin de piloter efficacement le projet	Présentation de pilotage de projet : L'apprenant détermine les éléments opérationnels de pilotage de projet pour la mise en œuvre d'une solution innovante. Le certificateur propose plusieurs mises en situation au choix du candidat avec un contexte d'entreprise de type TPE/PME et un projet innovant à mettre en œuvre. Possibilité est également donnée au candidat de choisir comme cas de pilotage de projet une des propositions de solution d'innovation résultant du travail d'analyse de la valeur.	CR 3.1.1. La durée du projet est bien délimitée et les ressources (humaines, financières, temporelles) sont allouées de manière pertinente CR 3.1.2 Les tâches sont réparties en fonction des compétences et du rôle de chacun des membres de l'équipe projet et des éventuels prestataires CR 3.1.3 Le choix du ou des prestataires éventuellement impliqués dans le projet est justifié via une étude comparative
A.3.2 Définition d'un budget prévisionnel	C 3.2 Définir le budget prévisionnel du projet innovant en déterminant le ROI et les conditions d'amortissement du projet afin de démontrer la faisabilité et l'opérationnalité du projet à piloter.	Principe de l'évaluation : Travail individuel. Le candidat présente l'ensemble des éléments nécessaires à la mise en	CR 3.2.1 Tous les éléments de coûts sont intégrés dans le budget prévisionnel, y compris les coûts en ressources humaines CR 3.2.2 Les opérations et les moyens de calculs permettant de définir un budget prévisionnel sont maîtrisés CR 3.2.3 Le budget prévisionnel est adapté au projet et déterminé en fonction de la surface financière disponible et suivant une veille approfondie

<p>A.3.3 Etablissement des indicateurs de suivi du projet afin d'anticiper les risques et prévoir des mesures correctives</p>	<p>C 3.3 Etablir des indicateurs pour l'évaluation et le suivi du projet d'innovation ainsi que l'anticipation des risques en matière de coût, responsabilité, délais et objectifs à l'aide de tableaux de bord (construits sur Excel, GanttProject, etc.)</p>	<p>œuvre et au suivi du projet (budget, rétroplanning, allocation des ressources, indicateurs de suivi et de performance, mesures d'anticipation des risques et de réponse aux difficultés). Il prévoit également les outils et moyens utilisés pour la coordination des parties prenantes et la gestion de l'équipe projet, y compris Scrum le cas échéant. Il propose enfin un plan de communication interne afin de promouvoir le projet, d'accompagner le changement et de pérenniser une culture de l'innovation dans l'entreprise.</p>	<p>CR 3.3.1 Les indicateurs de suivi correspondent aux objectifs de réalisation et de retour sur investissement du projet d'innovation CR 3.3.2 Le chemin critique du projet est défini et les actions correctives sont identifiées CR 3.3.3 Le choix des outils et techniques pour l'élaboration des tableaux de bord utilisés pour le suivi et l'évaluation du projet est justifié au regard de la nature et de la dimension du projet à piloter CR 3.3.4 Le plan de gestion des risques est formalisé</p>
<p>A.3.4 Recherche de financements</p>	<p>C 3.4 Activer des leviers de financement alternatifs (appel d'offres, levée de fonds, financement public, etc.) en mobilisant les acteurs de l'écosystème de l'innovation (en interne et externe) pour augmenter et diversifier les sources de financement</p>	<p>Livrables attendus : Support de soutenance de type PowerPoint</p>	<p>CR 3.4.1 La recherche de financements alternatifs ou complémentaires est intégrée dans la préparation de la mise en œuvre du projet CR 3.4.2 Le choix du financement est pertinent au regard du dimensionnement du projet d'innovation CR 3.4.3 Des stratégies alternatives de financement sont élaborées</p>
<p>A.3.5 Pilotage et suivi de l'équipe projet</p>	<p>C 3.5 Piloter et suivre l'équipe projet en exploitant les outils de travail collaboratif (Asana, Slack, Notion, Trello, etc.) et, à condition que le projet d'innovation s'y prête, en appliquant la méthode agile de gestion de projet Scrum</p>	<p>Organisation de l'épreuve : Les conditions d'exécution sont identiques chez chacun des centres de préparation. Modalités d'évaluation : Plan du support de soutenance : 1) Définition du projet et du contexte 2) Objectifs du projet (résultats attendus par le donneur d'ordre), menaces et points d'alerte</p>	<p>CR 3.5.1 Les outils collaboratifs utilisés sont adaptés aux besoins et au dimensionnement du projet d'innovation CR 3.5.2 Les outils collaboratifs utilisés sont adaptés au contexte de l'entreprise et à l'usage des membres de l'équipe de projet (y compris en répondant aux enjeux d'inclusivité) CR 3.5.3 Si c'est adapté au projet d'innovation, la durée et la fréquence des sprints est définie, les rôles sont délimités (product owner, scrum master, etc.) et le suivi est respecté (daily scrum, scrum board)</p>

<p>A.3.6 Communication et fédération autour du projet en intégrant les enjeux d'accessibilité aux supports de communication</p>	<p>C 3.6 Mobiliser, fédérer, former les collaborateurs de l'entreprise à travers une communication interne (événementiel, newsletter, réseaux sociaux d'entreprise, atelier de créativité, etc.) autour des projets afin de diffuser une culture de l'innovation, de l'initiative et de la créativité et accompagner le changement</p>	<p>3) Eléments opérationnels avec justification et études comparatives le cas échéant (budget, rétroplanning, allocation des ressources, choix des prestataires le cas échéant, indicateurs de suivi et de performance, mesures d'anticipation des risques et de réponse aux difficultés) 4) Recherche de financements alternatifs ou complémentaires 5) Eléments organisationnels et de coordination de l'équipe : choix d'outils collaboratifs et de mode de gestion de projet 6) Plan de communication interne (pour la promotion du projet, l'accompagnement au changement, l'adhésion des parties prenantes, etc.)</p> <p>Conclusion de l'évaluation : Les éléments de pilotage de projet présentés permettent la mise en œuvre avec réussite et démontrent la faisabilité auprès du décideur.</p>	<p>CR 3.6.1 Le projet fait l'objet d'une promotion, par exemple à travers une campagne de communication interne, à travers un discours qui permet de convaincre CR 3.6.2 Des mesures sont prises pour accompagner le changement, par exemple : organisation de formations, de moments d'échanges, de recueil des attentes des utilisateurs CR.3.6.3 Les supports de communication intègrent dans leur conception les problématiques d'accessibilité</p>
---	--	---	---

BLOC DE COMPETENCES 4 :
« Management d'une équipe projet »

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
A.4.1 Définition des besoins en compétences de l'équipe projet	C.4.1 Définir les besoins en compétences nécessaires au projet innovant afin de constituer une équipe projet en mesure de mettre en œuvre l'innovation	Mises en situation de management : L'apprenant démontre ses compétences en management d'équipe de projet innovant à travers un travail de synthèse sur l'encadrement d'un projet innovant, une simulation de situation managériale (entretien de recadrage ou de motivation) et un échange avec le jury sur les pratiques règlementaires et les procédures RH.	CR.4.1.1 Les compétences clés nécessaires au projet sont identifiées CR.4.1.2 Les compétences transversales nécessaires au projet sont identifiées CR 4.1.3 Les métiers (les fonctions) de l'entreprise sont identifiés et sont associés aux compétences
A.4.2. Conduite des temps d'échanges entre le manager et le collaborateur : entretien de recrutement, entretien individuel, entretien de recadrage ou de motivation	C.4.2 Réaliser les différents entretiens RH (individuel, recadrage, motivation, recrutement) en intégrant les dimensions culturelles et en utilisant l'écoute active, notamment dans la gestion des conflits afin de satisfaire les obligations du manager d'équipe en matière de ressources humaines et d'anticiper et résoudre les difficultés inhérentes au travail collaboratif.	Principe de l'évaluation : Travail individuel. Le travail de synthèse permet au candidat de présenter un dispositif complet d'encadrement de projet innovant côté ressources humaines, les 2 évaluations orales permettent d'évaluer la posture managériale du candidat et ses compétences techniques.	CR.4.2.1 La technique de l'écoute active est connue et utilisée dans les différentes situations rencontrées CR.4.2.2 Les dimensions culturelles sont connues et prises en compte dans les différentes situations rencontrées CR. 4.2.3 Les règles de non-discrimination et d'inclusivité sont respectées
A.4.3 Accompagnement des collaborateurs depuis leur entrée dans l'entreprise, y compris en participant aux obligations de formation continue, en intégrant les obligations d'inclusivité	C.4.3 Accompagner l'intégration d'un nouveau collaborateur et participer aux processus RH, notamment la Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels (GEPP) de manière à permettre à chaque collaborateur de s'épanouir dans l'entreprise en accompagnant l'évolution et l'enrichissement des compétences afin de répondre aux dynamiques du marché du travail et d'améliorer l'employabilité	Organisation de l'épreuve : Les conditions d'exécution sont identiques chez chacun des centres de préparation.	CR.4.3.1 Le processus d'intégration respecte les obligations règlementaires RH, y compris les dispositifs d'inclusion CR 4.3.2 Les réglementations et processus liés aux ressources humaines sont connus et respectés CR.4.3.3 La Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels est connue et intégrée dans le suivi du collaborateur

<p>A.4.4 Animation des réunions et des points de suivi du projet et de l'équipe avec réalisation des tableaux de bord pour le suivi de l'équipe et le reporting à la direction</p>	<p>C.4.4 Animer une réunion d'équipe ou un point de suivi du projet afin de s'assurer de la bonne répartition et compréhension des tâches et réaliser le reporting d'activité via un outil de gestion de projet dédié (Asana, Trello, Microsoft Project, etc.) ou un tableur (Excel).</p>	<p>Le travail de synthèse sur l'encadrement d'un projet innovant est un travail sur table. Sur la base d'un scénario de projet innovant, le candidat propose un encadrement du projet. La simulation de situation managériale est tirée au sort : entretien de recadrage ou entretien de motivation.</p>	<p>CR.4.4.1 Les techniques d'animation de réunion sont exploitées afin de permettre l'émergence d'idées nouvelles dans un contexte de projet innovant CR 4.4.2 Les tâches sont réparties équitablement entre collaborateurs CR 4.4.3 Les objectifs sont énoncés en suivant la méthode SMART (objectif spécifique, mesurable, atteignable, réaliste et temporel)</p>
<p>A.4.5 Mise en place des actions de cohésion d'équipe</p>	<p>C.4.5 Superviser (en présentiel et à distance (via les systèmes de visioconférence comme Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, etc.)) l'équipe projet en adaptant sa technique managériale (directif, persuasif, participatif, déléгатif) aux différents profils de collaborateurs pour assurer la cohésion de l'équipe projet.</p>	<p>Un scénario est fourni au candidat. Le candidat dispose ensuite d'un temps de préparation puis d'échange avec un interlocuteur qui joue le rôle d'un collaborateur à manager. L'échange avec le jury sur les pratiques règlementaires et les procédures RH est en entretien sous forme de questions-réponses sans temps de préparation.</p> <p>Modalités d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - travail de synthèse sur l'encadrement d'un projet innovant <p>Le scénario de projet innovant proposé doit permettre au candidat de répondre aux questions suivantes de manière étayée :</p> <p>Quels besoins en compétences pour le projet ? Quels outils pour le suivi du projet ? Quelle organisation du travail ? Quels outils de reporting et quels indicateurs ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - simulation de situation managériale <p>Le scénario pour la situation managériale tirée au sort (recadrage ou motivation) doit permettre au</p>	<p>CR 4.5.1 Le dispositif de supervision de l'équipe projet intègre la possibilité du travail à distance CR 4.5.2 Les techniques managériales employées sont adaptées aux différents profils CR 4.5.3 Le manager fait preuve d'écoute et d'empathie CR 4.5.4 Le choix des outils collaboratifs intègre les questions d'accessibilité dans une dynamique inclusive CR 4.5.5 Le travail des différents membres de l'équipe est régulièrement supervisé</p>

		<p>candidat de démontrer ses compétences en écoute active, adaptation au profil du collaborateur et gestion des conflits.</p> <p>- échange avec le jury sur les pratiques règlementaires et les procédures RH</p> <p>L'échange avec le jury doit permettre de vérifier les connaissances et compétences techniques en procédures et pratiques RH du candidat, y compris en matière de dispositifs d'inclusivité et de non-discrimination et de gestion des différences culturelles.</p> <p>Conclusion de l'évaluation : Les différentes modalités d'évaluation ont permis de démontrer la capacité du candidat à assurer son rôle de manager d'équipe de projet d'innovation tant au niveau de la posture et du discours qu'au niveau technique et organisationnel.</p>	
--	--	---	--

BLOC DE COMPETENCES 5 :
« Développement de la clientèle des TPE-PME par le webmarketing et le growth hacking »

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
A.5.1 Détermination d'une stratégie d'acquisition client et génération des leads qualifiés	C 5.1 Fixer les objectifs de croissance de la clientèle en collaboration avec la direction stratégique et commerciale afin de proposer des actions de prospection webmarketing mobilisant les canaux d'acquisition les plus performants et les mieux adaptés au public cible pour générer des leads convertibles	<p>Projet "challenge" d'acquisition clientèle :</p> <p>Un brief d'une entreprise de type TPE/PME (par exemple start-up) réelle est diffusé auprès des apprenants, qui, en groupe, vont devoir proposer une stratégie webmarketing et growth hacking pour permettre d'augmenter le chiffre d'affaires de cette entreprise "client".</p> <p>Principe de l'évaluation : Travail en groupe. A partir du brief, les apprenants élaborent une stratégie webmarketing et growth hacking pour le développement de la clientèle. Ils s'appuient sur les éléments éventuellement fournis par l'entreprise (par exemple données d'analyse du trafic sur la page web, segmentation du chiffre d'affaires) et sur leurs propres recherches et analyse de la clientèle, de la communication et de la stratégie marketing de l'entreprise.</p>	<p>CR 5.1.1 Les objectifs de croissance de la clientèle sont pertinents au regard des objectifs de chiffre d'affaires de l'entreprise</p> <p>CR 5.1.2 Les canaux d'acquisition sélectionnés correspondent aux objectifs d'accroissement de la clientèle, à la cible et à la surface financière disponible</p> <p>CR 5.1.3 Les actions webmarketing sur les canaux d'acquisition sélectionnés permettent la conversion des leads</p> <p>CR 5.1.4 Les actions webmarketing intègrent les questions d'accessibilité liées à l'inclusion notamment des personnes en situation de handicap</p>
A.5.2 Définition du ROI et des conditions d'amortissement du projet d'acquisition de leads	C 5.2 Déterminer le business plan du projet de développement clientèle en collaboration avec les parties prenantes (commerciale, comptabilité, marketing, etc.) afin de prévoir les conditions d'amortissement du projet	<p>Principe de l'évaluation : Travail en groupe. A partir du brief, les apprenants élaborent une stratégie webmarketing et growth hacking pour le développement de la clientèle. Ils s'appuient sur les éléments éventuellement fournis par l'entreprise (par exemple données d'analyse du trafic sur la page web, segmentation du chiffre d'affaires) et sur leurs propres recherches et analyse de la clientèle, de la communication et de la stratégie marketing de l'entreprise.</p>	<p>CR 5.2.1 Le business plan du projet permet de répondre aux questions de coût, de revenu et de moment où l'entreprise est bénéficiaire</p> <p>CR 5.2.2 Le business plan du projet correspond à la surface financière et aux objectifs du financeur</p> <p>CR 5.2.3 Le business plan proposé intègre une perspective d'amortissement à court ou moyen terme</p> <p>CR 5.2.4 Le business plan intègre le principe du développement durable</p>

<p>A.5.3 Budgétisation d'une campagne webmarketing</p>	<p>C 5.3 Négocier et définir un budget en cohérence avec les actions à mettre en œuvre afin de garantir la faisabilité du projet webmarketing</p>	<p>Le groupe présente son travail à l'oral. Les meilleures propositions sont communiquées à l'entreprise "client" qui sélectionne la plus convaincante.</p> <p>Livrables attendus : Support de présentation orale afin d'exposer les propositions stratégiques et opérationnelles dans l'objectif d'accroître la clientèle et le chiffre d'affaires de l'entreprise "client".</p>	<p>CR 5.3.1 Le budget arrêté permet la mise en œuvre de la stratégie d'acquisition et la mobilisation des canaux sélectionnés pour le développement de la clientèle CR 5.3.2 Le budget arrêté correspond à la surface financière disponible pour le projet CR 5.3.3 La négociation et la définition du budget se font sur la base d'une enquête approfondie des tarifs pratiqués et des volumes jour/homme nécessaires</p>
<p>A.5.4 Définition des profils d'acheteur</p>	<p>C 5.4 Modéliser le parcours d'achat client (découverte, considération, décision, fidélisation) en fonction des persona définis en amont afin de pouvoir adresser le bon message à la bonne personne au bon moment</p>	<p>Organisation de l'épreuve : Les conditions d'exécution sont identiques chez chacun des centres de préparation. A partir de la communication du brief, les apprenants disposent de 10 jours pour formuler et présenter leurs propositions.</p>	<p>CR 5.4.1 Les persona définis permettent un ciblage pertinent au regard du produit ou service et des caractéristiques du marché (clientèle potentielle, pouvoir d'achat, tendances de consommation, etc.) CR 5.4.2 La modélisation du parcours d'achat client correspond aux données recueillies autour des comportements d'achat notamment lors des visites de sites web</p>
<p>A.5.5 Création et diffusion des campagnes digitales</p>	<p>C 5.5 Gérer et diffuser des campagnes de communication digitale pour l'acquisition client (content marketing, SEO, SEA, display, retargeting, email marketing, réseaux sociaux) en utilisant les outils d'automatisation et de traçage des données dans le respect des budgets alloués et du cadre juridique (notamment RGPD)</p>	<p>Le groupe de travail soutient puis échange avec le jury qui joue le rôle de l'entreprise. Le jury prend le soin d'interroger équitablement chacun des membres du groupe.</p> <p>Modalités d'évaluation : Plan de la présentation orale : 1) Audit de la stratégie webmarketing et d'acquisition client de l'entreprise 2) Exposition des points d'amélioration 3) Présentation des recommandations webmarketing et growth hacking innovantes avec exemples concrets</p>	<p>CR 5.5.1 Le suivi du budget et du plan de déploiement de la campagne de communication digitale est réalisé CR 5.5.2 Les outils, canaux et stratégies employés correspondent aux objectifs de volume de clientèle à conquérir et au type de clientèle visée CR.5.5.3 Les outils de gestion des publications sur les réseaux sociaux (par exemple Buffer) et d'analyse concurrentielle d'exploitation des mots clés pour l'optimisation du référencement (par exemple SEMrush) sont exploités CR 5.5.4 Les modalités de traçage de données client et les conditions de leur exploitation sont en conformité avec le RGPD (Règlement général sur la protection des données)</p>

		<p>4) Plan opérationnel (roadmap, budgétisation, allocation des ressources, ROI estimé)</p> <p>Conclusion de l'évaluation : La présentation orale a permis au groupe d'exposer ses recommandations stratégiques et son plan d'action associé afin d'augmenter la clientèle et d'accroître le chiffre d'affaires de l'entreprise. Le groupe a mobilisé les compétences acquises relatives au bloc de compétences et a fait preuve de créativité pour proposer des exemples concrets. L'entreprise "client" a obtenu "clé en main" un plan opérationnel innovant d'acquisition clientèle.</p>	<p>CR 5.5.5 Les moyens et outils déployés prennent en compte l'empreinte carbone et la problématique écologique ainsi que l'accessibilité notamment des personnes en situation de handicap</p>
A.5.6 Optimisation du tunnel d'acquisition	C 5.6 Optimiser le tunnel d'acquisition grâce aux techniques du growth hacking et à la matrice AARRR (Acquisition, Activation, Rétention, Recommandation, Revenu) en fonction du parcours client		<p>CR 5.6.1 La matrice AARRR est utilisée pour optimiser le tunnel d'acquisition</p> <p>CR.5.6.2 Les techniques du growth hacking sont connues et mobilisées pour analyser et optimiser le tunnel d'acquisition afin d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise</p> <p>CR.5.6.3 La technique d'A/B testing est utilisée afin d'optimiser la conversion</p>
A.5.7 Définition et mise en place des scénarios des campagnes automatisées (automation)	C 5.7 Exploiter les outils de marketing automation (exemple : HubSpot, Pardot, etc.) afin de programmer des scénarios (workflow) basés sur le comportement utilisateur pour automatiser un ensemble d'actions répétitives ou des campagnes d'email marketing (y compris lead nurturing)		<p>CR.5.7.1 Les outils de marketing automation sont connus et mobilisés afin d'augmenter et fidéliser la clientèle de l'entreprise</p> <p>CR 5.7.2 Les scénarios pour l'automatisation correspondent aux données disponibles et à l'analyse réalisée autour des comportements de l'utilisateur</p> <p>CR 5.7.3 Les campagnes d'email marketing intègrent les techniques d'amélioration du taux de lecture</p> <p>CR 5.7.4 Les campagnes d'email marketing respectent les bonnes pratiques réglementaires définies par le RGPD</p>

<p>A.5.8 Collection des données pour l'alimentation du CRM et l'analyse</p>	<p>C 5.8 Utiliser et alimenter un outil CRM (HubSpot, Salesforce, etc.) afin de centraliser et gérer les données client, faciliter l'analyse grâce aux tableaux de bord et développer l'activité commerciale de l'entreprise</p>		<p>CR.5.8.1 Un outil CRM est connu et utilisé afin de centraliser et gérer les données client CR.5.8.2 Les reportings réalisés via les tableaux de bord permettent de comprendre rapidement l'état de l'activité commerciale de l'entreprise CR 5.8.3 Les reportings réalisés sont accompagnés d'analyses permettant le développement de l'activité commerciale de l'entreprise, dans une démarche d'anticipation et d'amélioration continue</p>
<p>A.5.9 Détermination des indicateurs de suivi et des actions correctives et réalisation des reportings</p>	<p>C 5.9 Suivre la performance des outils mis en place et des équipes et définir les actions correctives en s'appuyant sur des KPI déterminés en collaboration avec la direction afin de remplir les objectifs de développement clientèle</p>		<p>CR.5.9.1 Les KPI déterminés correspondent au dimensionnement du marché, de l'entreprise et des moyens employés CR 5.9.2 Un suivi des performances est réalisé via l'établissement de KPI et l'analyse des données recueillies (traçage des comportements utilisateur, CRM, etc.) CR 5.9.3 Des mesures correctives sont anticipées en cas de manquement aux objectifs</p>