

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

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 de compétences n° 1 : Elaboration de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise			
<p>1.1- Définition des axes de développement à l'international de l'entreprise</p> <p>A1 La collaboration à l'élaboration de la politique de développement de l'entreprise</p> <p>A2 L'étude des résultats des marchés au niveau international et le repérage des potentialités de croissance pour l'entreprise</p>	<p>En fonction de la politique et du positionnement de l'entreprise et en s'appuyant sur l'analyse de l'évolution des marchés au niveau mondial, définir les axes de développement à l'international de l'entreprise, en produisant des recommandations stratégiques argumentées, en vue de leur validation par sa direction générale.</p> <p>C.1 Contribuer à l'élaboration de la politique de développement de l'entreprise, en s'appuyant sur l'analyse des résultats des exercices précédents et de l'évolution de sa position sur les marchés et en identifiant les valeurs et caractères distinctifs fondant sa singularité (notamment en matière de RSE), afin de fixer le cadre conditionnant l'élaboration d'une stratégie durable de croissance à l'international.</p> <p>C.2.1 Analyser les évolutions des marchés au niveau mondial, en mobilisant les méthodes et approches stratégiques et les ressources numériques associées permettant d'apprécier leur structuration et la situation de la concurrence, afin d'identifier des sources potentielles de développement et de repérer les contraintes et difficultés possibles au regard de la situation économique, géopolitique et réglementaire.</p>	<p>Toutes les compétences constitutives de la composante du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p style="text-align: center;">Un rapport d'orientation stratégique pour le développement d'une entreprise à l'international, constitué de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'analyse des évolutions des marchés au niveau mondial, - le choix des axes de développement à l'international, - la formulation des recommandations stratégiques et leur argumentation. 	<p><i>En relation avec les compétences C.2.1 & C.2.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de la méthode d'analyse : - le choix de la méthode d'analyse et son adaptation au cadre d'étude sont explicités et argumentés, - le choix des outils d'analyse des données est adapté aux d'études et à ses objectifs, - les méthodes et outils d'analyse retenus mobilisent des ressources numériques performantes (big data, trends...), - les données sélectionnées pour fonder l'analyse sont fiables et significatives, - le traitement des données est correct et leur interprétation est juste,

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A3 Le choix des axes de développement de l'entreprise à l'international et des conditions de pénétration et de maintien par les canaux physiques et numériques sur les marchés identifiés</p>	<p>C.2.2 Analyser les caractéristiques des zones géographiques à l'international et leur potentialité de développement, en s'appuyant sur des outils numériques performants et permettant la qualification des tendances, audiences et gisements de croissance concernant l'offre produits/services de son entreprise, afin d'identifier et d'évaluer les opportunités et risques propres à chacune au regard de leur situation économique, géopolitique et réglementaire.</p> <p>C.3.1 Définir les marchés et zones géographiques sur lesquels s'implanter et ceux à consolider, en s'assurant de l'adéquation de l'offre produits/services à commercialiser avec leurs caractéristiques et en vérifiant la suffisance des capacités financières, logistiques et de production de son entreprise en collaboration avec les directions de ses différents départements, afin de cadrer le plan de développement de l'entreprise à l'international.</p> <p>C.3.2 Déterminer les conditions d'implantation ou de maintien de son entreprise sur les marchés sélectionnés et les circuits de commercialisation physiques et numériques associés, en identifiant les évolutions et adaptations souhaitables ou nécessaires de son offre produits/services et en choisissant les canaux de distribution physiques et numériques à privilégier, afin d'optimiser les chances de succès de la stratégie de développement.</p> <p>C.3.3 Qualifier les perspectives de développement sur les marchés internationaux sélectionnés, en choisissant et appliquant des méthodes d'évaluation multicritère et en mesurant les avantages/inconvénients et opportunités/risques de chacun, afin de justifier et d'argumenter ses recommandations stratégiques à l'appui d'indicateurs fiables et objectifs.</p>	<p><i>Le rapport d'orientation est formalisé sur un support physique et présenté et argumenté à l'oral en anglais.</i></p> <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail collectif Production écrite et orale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les potentiels de développement portés par les différents marchés étudiés sont correctement évalués, qualitativement et quantitativement. <p><i>En relation avec les compétences C.1.1, C.3.1 & C.3.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence des choix et recommandations stratégiques : - la politique RSE de l'entreprise et les impératifs liés au développement durable sont pris en compte, - la politique de développement et les caractéristiques propres à l'entreprise sont prises en compte, - l'environnement externe (conjoncture, réglementation, situation géopolitique...) de l'entreprise est pris en considération, - l'environnement interne de l'entreprise (capacités financières, logistiques et de production) est pris en compte et son impact est correctement évalué dans la formulation des recommandations, - les choix et recommandations sont en cohérence avec l'analyse des marchés, - les choix et recommandations sont en cohérence avec le
--	--	--	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A4 La formalisation de recommandations argumentées pour le développement à l'international de l'entreprise</p>	<p>C.4.1 Présenter les axes de la stratégie de développement à l'international élaborée aux décideurs de l'entreprise, en développant un argumentaire structuré des choix posés et démontrant leur bienfondé aux niveaux économique, sociétal et environnemental, afin d'obtenir la validation du comité de direction de l'entreprise.</p> <p>C.4.2 Formaliser la stratégie de développement de l'entreprise à l'international, en intégrant les remarques effectuées par le comité de direction et en appliquant les standards relatifs à ce type de documentation professionnelle, afin de mettre à disposition en interne un outil de référence clarifiant et synthétisant les zones à prospecter, développer, maintenir ou abandonner.</p>		<p>repérage des risques et opportunités,</p> <ul style="list-style-type: none"> - les axes de développement proposés sont analysés à court et moyen termes, - l'identification des conditions de pénétration ou de maintien sur les marchés sélectionnés intègre les canaux et circuits de commercialisation numériques (e-commerce), - les choix et recommandations sont argumentés et étayés par des données objectives et des projections de développement réalistes. <p><i>En relation avec les compétences C.4.1 & C.4.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité formelle de la restitution : <ul style="list-style-type: none"> - le document produit est conforme aux standards professionnels, - l'argumentaire est structuré et convaincant, - l'expression en anglais est correcte grammaticalement et le niveau de langage est adapté à la situation professionnelle.
<p>1.2- Conception du plan de développement à l'international de l'entreprise</p>	<p>En s'appuyant sur l'analyse de données environnementales sur des marchés existants et à conquérir et en évaluant leurs potentialités, contraintes et risques respectifs, concevoir le plan de développement à l'international de l'entreprise, en déterminant les conditions à réunir pour la croissance ou la conquête de segments de marché et en évaluant les moyens de financement à mobiliser au regard des projets à conduire.</p>	<p>Toutes les compétences constitutives de la composante du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p>	

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A5 L'analyse approfondie des caractéristiques des zones et marchés ciblés à l'international</p>	<p>C.5.1 Organiser la collecte et le traitement d'informations macro et micro-environnementales par les canaux et outils numériques concernant des marchés internationaux ciblés en fonction de la stratégie de développement de son entreprise, en déterminant le type et la nature des données à exploiter et en identifiant les outils et ressources à exploiter, afin de disposer de données fiables et suffisantes pour évaluer leurs potentialités.</p> <p>C.5.2 Analyser les données recueillies sur les différents marchés internationaux ciblés, en identifiant les spécificités économiques, juridiques, politiques et socio-culturelles propres à chaque zone géographique, afin de définir les conditions à réunir pour y commercialiser les produits/services de son entreprise compte tenu de leur degré d'ouverture et de leur maturité.</p> <p>C.5.3 Qualifier le potentiel de développement des marchés internationaux ciblés à court et moyen termes, en mobilisant une matrice d'analyse appropriée et en définissant les critères permettant de mesurer les contraintes, risques et opportunités qu'ils présentent, afin d'identifier les plus porteurs pour son entreprise et de sélectionner les meilleurs couples produit/marché.</p>	<p>Un plan de développement d'affaires à l'international, constitué de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'analyse de données macro et micro-économiques sur des marchés ciblés, - la stratégie de marketing digital de l'entreprise sur les marchés ciblés, - le choix des actions à mettre en œuvre, - l'évaluation des risques et des moyens financiers à mobiliser. <p><i>Le plan de développement est formalisé sur un support physique et présenté et argumenté à l'oral.</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite et orale</p>	<p><i>En relation avec les compétences C.5.1, C.5.2 & C.5.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'analyse des marchés ciblés : - la structuration et les acteurs des marchés étudiés sont correctement identifiés et qualifiés, - les différents marchés sont caractérisés et leurs contraintes et risques sont identifiés et évalués selon une approche multicritère (conjoncture économique, environnement, géopolitique, ressources...), - la sélection des marchés est critérisée, - les marchés ciblés offrent de véritables perspectives de développement, - les marchés ciblés sont hiérarchisés et priorisés selon la méthode « ABC » ou avec une matrice de sélection de marchés (analyse matricielle).
<p>A6 L'élaboration d'une stratégie de marketing digital adaptée aux axes de développement identifiés, la sélection des actions de pénétration ou de maintien de l'entreprise sur les marchés ciblés et l'évaluation du montant des investissements financiers à consentir</p>	<p>C.6.1 Définir une stratégie de marketing digital adaptée aux axes de développement de l'entreprise à l'international identifiés, en déterminant les outils numériques à mettre en place et leurs modalités d'exploitation (analyse des tendances, analyse sémantique, référencement naturel...), afin de préciser le profil, les attentes et motivations des clients cibles sur chaque marché visé et de produire ou d'adapter les outils de communication numérique de l'entreprise en conséquence.</p>		<p><i>En relation avec les compétences C.6.1, C.6.2, C.6.3, C.7.1 & C.7.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la stratégie digitale : - le choix des outils numériques d'analyse et d'exploitation de données sur les marchés ciblés et sur le positionnement de l'entreprise sur ceux-ci permet une identification fine des

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A7 L'argumentation, la structuration et la présentation du plan de développement de l'entreprise à l'international</p>	<p>C.6.2 Sélectionner les actions nécessaires à la pénétration et au maintien de l'entreprise sur les marchés internationaux ciblés, en évaluant leur degré de priorité compte tenu de leur nécessité, de leurs coûts et des bénéfices attendus (ROI), afin de réunir les conditions optimales pour favoriser le développement de l'entreprise dans une perspective durable et responsable.</p> <p>C.6.3 Etablir le plan de développement de l'entreprise à l'international, en hiérarchisant et en priorisant les marchés ciblés et en évaluant le coût des financements à mobiliser selon les solutions offertes, afin d'ordonnancer les actions à conduire et de rationaliser leur pilotage.</p> <p>C.7.1 Développer un argumentaire justifiant le plan de développement de l'entreprise à l'international sur les marchés ciblés, en quantifiant et en qualifiant les bénéfices et risques que revêtent les actions envisagées pour son entreprise, afin de le présenter à sa direction générale pour validation.</p> <p>C.7.2 Formaliser le plan de développement à l'international, en spécifiant dans le respect des standards professionnels les projets et actions à conduire pour chacun des pays et marchés visés, ainsi que leur calendrier de réalisation, afin de mettre à la disposition des acteurs internes un document de référence cadrant la démarche à conduire.</p>		<p>tendances, de la segmentation et des profils socio-comportementaux et affinitaires de la cible client,</p> <ul style="list-style-type: none"> - la mise en place des outils numériques sélectionnés permet la vérification et/ou le repositionnement de l'offre produits/services de l'entreprise et des outils de communication associés en direction de la cible client. • Qualité du plan de développement : <ul style="list-style-type: none"> - l'ordre d'ouverture des marchés est établi selon l'évaluation de leurs contraintes/potentialités respectives, - pour chaque catégorie, les modes d'implantation sont définis, - le couple produit/marché est sélectionné selon une analyse matricielle, - les actions à conduire sont justifiées au regard de l'analyse préalable et complémentaires, - la planification des actions est rationnelle et réaliste, et tient compte de facteurs externes liés aux marchés et de facteurs internes liés au calendrier de l'entreprise, - le plan de développement est structuré et conforme aux standards professionnels,
---	---	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			- l'argumentaire établit les avantages et inconvénients de chaque catégorie ou option et justifie les choix opérés.
Bloc de compétences n° 2 : Pilotage de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise			
<p>2.1- Gestion des relations partenariales et négociation d'affaires</p> <p>A8 La définition de la politique de <i>sourcing</i> des partenaires de l'entreprise en vue du développement d'affaires à l'international</p> <p>A9 L'évaluation et la sélection de nouveaux partenaires d'affaires à l'international</p>	<p>En établissant les conditions et critères de choix de nouveaux partenaires conformément à ses impératifs économiques et à la politique RSE de l'entreprise, élaborer le business plan des nouvelles affaires à négocier, en gérant les relations partenariales à chacune des étapes à conduire.</p> <p>C.8.1 Elaborer la politique de <i>sourcing</i> des partenaires internationaux de l'entreprise, en définissant les conditions et les critères d'éligibilité des différents prestataires, fournisseurs ou distributeurs à mobiliser dans le respect de la politique RSE de l'entreprise, afin de constituer un réseau de partenaires fiables et socialement et éthiquement responsables au sein de chacune des zones.</p> <p>C.8.2 Définir les modalités de recherche de partenaires internationaux (prestataires, fournisseurs ou distributeurs), en sélectionnant les voies les plus pertinentes et les plus adaptées à chacune des zones géographiques concernées, des secteurs d'activités et des habitudes propres à chaque région, afin d'assurer l'entretien, l'enrichissement et l'optimisation de son portefeuille de partenaires.</p> <p>C.9.1 Réaliser l'audit de partenaires potentiels, en évaluant leur viabilité et leur fiabilité, notamment au niveau de leurs chiffres d'affaires et capacités de paiement, et en vérifiant qu'ils apportent des garanties de satisfaction de critères sociaux et environnementaux, afin de sélectionner ceux répondant favorablement à ses exigences économiques, éthiques et environnementales.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes</p> <p style="text-align: center;">1/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec les compétences C.8.1, C.8.2, C.9.1 & C.9.2</i></p> <p>La sélection des partenaires dans le cadre du développement d'affaires à l'international</p> <p style="text-align: center;"><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etudes de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p style="text-align: center;">1/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec les compétences C.8.1, C.8.2, C.9.1 & C.9.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de la préparation de l'acte d'achat : - le bien ou service recherché et ses conditions de délivrance sont correctement analysés et les exigences qui en résultent sont définies, - les critères de choix et de sélection sont objectifs et évaluables, - les critères de choix et de sélection sont cohérents au regard du bien ou service recherché, - les critères de choix et de sélection intègrent les exigences liées à la politique RSE de l'entreprise, - les critères de choix sont priorisés, hiérarchisés et qualifiés, - l'évaluation des différents prestataires est juste et établie au regard des critères de sélection prédéfinis, - le choix des éventuels renseignements complémentaires à collecter permet d'affiner

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A10 L'établissement du business plan d'une nouvelle affaire à l'international</p>	<p>C.9.2 Négocier les conditions d'engagement avec un nouveau partenaire, en veillant au respect des réglementations en vigueur selon les zones concernées et en prenant en compte ses codes culturels, afin de contractualiser et de sécuriser un engagement réciproque dans des conditions avantageuses pour son entreprise.</p> <p>C.10 Elaborer le business plan des nouvelles affaires à réaliser en concertation avec le service financier de son entreprise, en établissant le budget des investissements et en déterminant les garanties financières à prendre, afin de permettre à sa direction d'en apprécier la faisabilité.</p>	<p style="text-align: center;">2/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec la compétence C.10</i></p> <p style="text-align: center;">Le business plan d'une nouvelle affaire à l'international</p> <p style="text-align: center;"><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etudes de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p>l'analyse et l'évaluation des prestataires,</p> <ul style="list-style-type: none"> - la sélection opérée permet la satisfaction du besoin dans des conditions a priori optimales et dans le respect de la RSE de l'entreprise. <p style="text-align: center;">2/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec la compétence C.10</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - le business plan est formalisé selon les standards professionnels en vigueur, - le business plan est structuré, complet et synthétique, - le business plan restitue les analyses et données chiffrées, - les différentes composantes du business plan traduisent la stratégie de façon opérationnelle (plan de vente, plan de production, plan financier, aspects juridiques et réglementaires), - la faisabilité et la rentabilité du plan sont évaluées de façon objective et chiffrée, - l'argumentation développée est cohérente, les décisions prises et les ajustements des choix réalisés sont précisés.
<p>A11 La négociation des conditions de contractualisation d'une nouvelle affaire à l'international</p>	<p>C.11.1 Vérifier le cadre légal des nouvelles affaires à réaliser à l'international, en identifiant les réglementations, assurances et certifications propres aux zones géographiques concernées en collaboration avec le service juridique de son entreprise, et en déterminant les adaptations à apporter aux produits/matières, afin d'éviter tout risque de non conformité.</p> <p>C.11.2 Participer au processus de négociation de nouvelles affaires menées dans un contexte international en collaboration avec les responsables de zones concernés, en élaborant la stratégie à mettre en œuvre au regard du diagnostic de la situation et des forces en présence et en prenant en considération les spécificités culturelles de ses interlocuteurs, afin de parvenir à un accord profitable pour son entreprise.</p>	<p style="text-align: center;">3/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec les compétences C.11.1 & C.11.2</i></p> <p style="text-align: center;">La préparation et la réalisation d'une négociation en anglais</p> <p style="text-align: center;"><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée Travail individuel Production orale</p>	<p style="text-align: center;">3/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec les compétences C.11.1 & C.11.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Efficacité de la conduite de la négociation :

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<ul style="list-style-type: none">- plusieurs scénarios de négociation sont envisagés et évalués,- la stratégie de négociation retenue est la plus pertinente au regard des scénarios envisagés,- les objectifs de la négociation sont définis et hiérarchisés,- l'identification des marges de manœuvre et leviers de discussion est correcte,- le positionnement adopté durant l'entretien de négociation est adapté à la situation,- l'attitude de l'interlocuteur est décodée,- les objections formulées par l'interlocuteur sont prises en considération et contre-argumentées de façon pertinente,- l'issue de la négociation est conforme aux objectifs,- le marché est contractualisé et sécurisé dans le respect des obligations légales et commerciales. <ul style="list-style-type: none">• Qualité de l'usage de l'anglais :<ul style="list-style-type: none">- le choix du vocabulaire employé est juste et adapté au contexte professionnel,- l'expression est claire et fluide,- les échanges sont compris à l'oral comme à l'écrit.
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>2.2- Pilotage de la stratégie commerciale et de marketing opérationnel</p> <p>A12 La définition des projets commerciaux et marketing à conduire sur les canaux physiques et digitaux, déclinant le plan de développement à l'international</p> <p>A13 L'évaluation des moyens à allouer aux différents projets à conduire sur les canaux physiques et digitaux, déclinant le plan de développement à l'international</p> <p>A14 La structuration de la stratégie commerciale et de marketing opérationnel sur les différents marchés internationaux ciblés</p>	<p>En déclinant la stratégie opérationnelle commerciale et marketing élaborée en collaboration avec la direction marketing, piloter la mise en œuvre des actions de développement commercial et marketing au sein des différentes zones, en veillant à l'équilibre et à la cohérence de l'ensemble.</p> <p>C.12 Définir les projets commerciaux et marketing physiques et digitaux (communication digitale, e-commerce, présence sur les salons professionnels, publicité, actions promotionnelles...), en déclinant avec les responsables de zone concernés le plan de développement à l'international, afin d'optimiser la commercialisation des produits/services de l'entreprise sur les différents marchés ciblés.</p> <p>C.13 Evaluer les moyens à allouer aux différents projets à conduire sur les canaux physiques et digitaux, en appréciant les enjeux stratégiques de chaque projet et en tenant compte du budget global à disposition et des objectifs à atteindre, afin d'assurer une répartition équilibrée et suffisante des ressources.</p> <p>C.14.1 Analyser la complémentarité des projets commerciaux et marketing définis, en s'assurant de leur cohérence dans une logique omnicanal et globale et en vérifiant la justesse des moyens alloués au regard de leur importance stratégique, afin de hiérarchiser leur priorité et de planifier leur mise en œuvre.</p> <p>C.14.2 Structurer les stratégies opérationnelles commerciales et marketing à conduire sur les canaux physiques et digitaux, en tenant compte des caractéristiques propres à chaque zone géographique et marché concerné et en s'appuyant sur les propositions formulées par les responsables de zone.</p>	<p>Toutes les compétences constitutives de la composante du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p>Un dossier sur le déploiement de la stratégie de développement de l'entreprise à l'international, constitué de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la définition des projets de développement sur les canaux physiques et digitaux, - le plan marketing opérationnel (global et par zone avec budgets prévisionnels). <p><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail collectif Production écrite</p>	<p><i>En relation avec les compétences C.12 & C.13</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la définition des projets de développement : - les propositions de projets des responsables de zone sont analysées et leurs intérêts évalués au regard des objectifs globaux visés, - les projets sélectionnés sont complémentaires et correspondent aux objectifs globaux visés, - les objectifs opérationnels assignés à chaque projet sont réalistes et mesurables, - les choix d'allocation des moyens à chaque projet sont cohérents au regard de leurs objectifs respectifs et du budget à disposition, - le contexte juridique propre à chaque zone et son incidence sur les opérations sont pris en compte. <p><i>En relation avec les compétences C.14.1, C.14.2, C.15.1 & C.15.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence du plan marketing global et par zone : - l'articulation des actions au niveau global et par zone est cohérente, - la position concurrentielle de l'entreprise sur chaque marché est prise en compte, - le choix des actions est adapté à la définition des objectifs
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A15 La validation des plans locaux établis par les responsables de zone</p>	<p>C.15.1 Vérifier la conformité des business plan des projets élaborés par les responsables de zone et leur conformité aux réglementations en vigueur dans les pays concernés, en collaboration avec les services juridiques et financiers de l'entreprise.</p> <p>C.15.2 Superviser l'élaboration par les responsables de zones du plan annuel des actions à conduire, en respectant le cadre fixé par la direction et en veillant à l'équilibre de l'ensemble et à son inscription dans le budget global.</p>		<p>commerciaux et marketing sur 3 ans,</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'articulation des actions de prospection, promotion et communication est complémentaire et les différents canaux physiques et digitaux sont exploités, - la progression des objectifs commerciaux et marketing sur 3 ans par pays et par segments est quantifiée et planifiée, - l'ordonnancement des actions à mettre en œuvre est cohérent, - les actions sont planifiées.
<p>Bloc de compétences n° 3 : Evaluation et ajustement de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise</p>			
<p>3.- Evaluation et ajustement de la stratégie de développement à l'international de l'entreprise</p> <p>A16 La définition des modalités de suivi et d'évaluation des actions de développement de l'entreprise à l'international</p>	<p>En analysant les données reportées par les responsables commerciaux, évaluer les évolutions des marchés et la pertinence des stratégies mises en œuvre au regard des résultats atteints, afin de décider des ajustements nécessaires à apporter au plan de développement, en fonction de chacune des zones concernées.</p> <p>C.16 Déterminer les modalités et outils de suivi et d'évaluation des opérations internationales dans un contexte de dématérialisation et de distance géographique, en identifiant les critères et indicateurs de mesure adéquats, afin de permettre le contrôle de la performance des actions mises en œuvre.</p>	<p>Toutes les compétences constitutives de la composante du bloc sont évaluées sur la base de la production suivante :</p> <p style="text-align: center;">L'élaboration d'une stratégie de réajustement d'un plan de développement à l'appui de l'analyse des résultats et des évolutions d'un marché</p> <p style="text-align: center;"><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise et mise en situation reconstituée Travail individuel Production écrite et orale</p>	<p><i>En relation avec les compétences C.16 & C.17.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité des outils de suivi et de reporting : - les informations et modalités de reporting permettent l'évaluation de la performance du plan de développement et des actions mises en œuvre, - les indicateurs-clés de performance sont définis et permettent une évaluation objective, qualifiée et quantifiée des résultats des actions.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A17 Le suivi et l'évaluation des résultats des actions de développement à l'international et la mesure des écarts avec les objectifs initiaux</p>	<p>C.17.1 Organiser les modalités de suivi et d'évaluation des actions mises en œuvre à l'international, en déterminant les informations à traiter, la fréquence et les outils du <i>reporting</i> à effectuer par les responsables de zone, afin de garantir la remontée d'informations justes et suffisantes dans un contexte de dématérialisation et de distance géographique.</p> <p>C.17.2 Vérifier la pertinence de l'approche stratégique développée au sein de chaque région, en supervisant la mise en œuvre des actions opérationnelles et en consultant les outils de suivi d'activité, afin d'ajuster les actions au regard de leur déroulement.</p> <p>C.17.3 Evaluer les résultats commerciaux de l'entreprise sur chaque zone géographique, en analysant les données dématérialisées rendant compte de l'activité (<i>reporting</i> de ses collaborateurs, SI de l'entreprise) et en tenant compte des objectifs initialement fixés et des investissements financiers consentis, afin de s'assurer de leur adéquation au regard du prévisionnel d'activité et de résultat.</p> <p>C.17.4 Analyser les évolutions des marchés sur lesquels est positionnée l'entreprise, en utilisant les données reportées par les responsables de zone, afin de repérer et d'évaluer la progression des secteurs et les évolutions des ventes et achats pour chaque pays.</p>		<p><i>En relation avec les compétences C.17.2, C.17.3 & C.17.4</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'analyse de performance : <ul style="list-style-type: none"> - les écarts entre performances attendue et réalisée sont mesurés selon différents critères complémentaires et significatifs (part de marché, rentabilité, productivité...), - les écarts mesurés sont analysés en fonction de facteurs externes (intensité concurrentielle, nouveaux entrants, nouveaux produits...) et de facteurs internes (effectivité des moyens mis en œuvre, dimensionnement et adaptation de ces moyens...), - l'identification de l'origine des écarts est juste. <p><i>En relation avec les compétences C.18, C.19.1 & C.19.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la stratégie d'ajustement : <ul style="list-style-type: none"> - l'identification des éléments opérationnels à ajuster est suffisante et complémentaire (budget, RH, communication...), - les objectifs sont redéfinis de façon rationnelle, réaliste et adaptée, - l'évaluation des moyens à allouer est juste, - les outils de suivi et d'évaluation sont réajustés,
<p>A18 Le choix des actions correctrices à mettre en œuvre pour favoriser le développement de l'entreprise à l'international</p>	<p>C.18 Déterminer les ajustements à apporter au plan de développement à l'international, en tenant compte du positionnement de la concurrence et des analyses effectuées, afin de contribuer au développement des projets et à maintenir l'équilibre de l'ensemble au regard des objectifs globaux à atteindre.</p>		

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A19 La formalisation du rapport d'activité de l'entreprise à l'international et l'argumentation des ajustements à opérer</p>	<p>C.19.1 Effectuer un rapport de synthèse sur l'ensemble des actions de développement menées à l'international et les résultats atteints, dans le cadre de sa participation à la réflexion stratégique, afin d'éclairer les décisions à prendre par la direction.</p> <p>C.19.2 Proposer des ajustements à apporter aux stratégies de développement international mises en œuvre en concertation avec la direction, au regard des ressources, opportunités ou menaces pouvant survenir, afin d'optimiser le développement international de l'entreprise.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - les préconisations sont justifiées et argumentées à l'appui des analyses et des indicateurs-clés de performance, - l'argumentaire défendu oralement est étayé et convaincant.
<p>Bloc de compétences n° 4 : Management du service/département international de l'entreprise</p>			
<p>4.- Management du service/département international de l'entreprise</p> <p>A20 L'organisation des activités du service international</p>	<p>En organisant son fonctionnement et en assurant l'encadrement des responsables de zone dans un contexte multiculturel, manager le service international de son entreprise, en gérant son budget général et en coordonnant l'activité de ses collaborateurs.</p> <p>C.20.1 Organiser l'activité générale du département international de son entreprise, en définissant les missions à conduire compte tenu des orientations de l'entreprise et de ses projets de développement, afin d'en optimiser le fonctionnement.</p> <p>C.20.2 Définir les missions et l'affectation des responsables sur chaque zone géographique au regard des missions et projets à conduire, en leur assignant les objectifs à atteindre et en fixant les modalités de <i>reporting</i> permettant d'en assurer le suivi.</p> <p>C.20.3 Etablir l'organisation des conditions de travail de ses collaborateurs, en déterminant les mesures permettant l'inclusion et l'autonomie des salariés en situation de handicap et en définissant des règles et modalités de travail respectueuses de l'environnement, afin de favoriser le bien-être des membres de son département et d'appliquer le volet social de la politique RSE de l'entreprise.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes</p> <p style="text-align: center;">1/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec les compétences C.20.1, C.20.2, C.20.3 & C.21</i></p> <p style="text-align: center;">L'organisation du service international d'une entreprise</p> <p style="text-align: center;"><i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p style="text-align: center;">1/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec les compétences C.20.1, C.20.2 & C.20.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'organisation fonctionnelle du service proposée : - l'analyse menée permet de prendre en compte les spécificités de l'entreprise (culture, taille, ressources, moyens, activité...) ayant un impact sur le fonctionnement du service, - l'organigramme est concordant avec la stratégie et les objectifs de l'entreprise, - l'organisation et les modalités de fonctionnement du service tiennent compte des priorités, des projets et des ressources disponibles, - l'organisation et les modalités de fonctionnement du service sont

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

A21 La gestion du budget du service international	C.21 Gérer le budget du département international de l'entreprise , en suivant les engagements réalisés et en vérifiant leur conformité au regard du prévisionnel et en décidant des mesures correctives à apporter en fonction des écarts identifiés et des aléas et problèmes survenus, afin d'assurer la maîtrise des dépenses.		rationnelles et optimisent le déploiement de l'activité,
A22 Le management d'équipe dans un cadre multiculturel	C.22.1 Développer un mode de management de proximité dans un contexte multiculturel et distanciel , en veillant au respect du niveau de responsabilité et d'autonomie de ses collaborateurs, et en s'adaptant à leurs spécificités culturelles, afin de contribuer au maintien d'un sentiment d'appartenance à l'entreprise et de favoriser leur motivation et leur implication.	2/ <i>En relation avec les compétences C.22.1, C.22.2, C.23.1 & C.23.2</i> Les modalités de management d'une équipe multiculturelle et la réalisation d'entretiens professionnels en anglais	- l'organisation et les modalités de fonctionnement du service respectent les impératifs de développement durable, - l'organisation et les modalités de fonctionnement du service favorisent l'accessibilité et l'autonomie des collaborateurs en situation de handicap,
A23 Le recrutement et la professionnalisation de ses collaborateurs	C.22.2 Coordonner l'activité de ses collaborateurs , en vérifiant la conformité de leurs actions et l'atteinte de leurs objectifs, et en les accompagnant dans la gestion d'affaires délicates et la résolution de situations problématiques, afin de s'assurer de la performance sur leur périmètre.	<i>Conditions de réalisation pour un candidat issu de la formation</i>	<i>En relation avec la compétence C.21</i>
	C.23.1 Contribuer au recrutement, à la professionnalisation et à la mobilité de ses collaborateurs , en collaboration avec le service RH et en respectant la législation du pays en vigueur, en déterminant les compétences à mobiliser au regard des missions à conduire, afin de disposer des ressources suffisantes qualitativement et quantitativement pour assurer le fonctionnement de son département.	Mise en situation professionnelle reconstituée Travail individuel Production orale	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité de la proposition de gestion budgétaire du service : - les différents postes de coût à prévoir pour la gestion du service sont repérés, - l'évaluation des coûts de fonctionnement selon les postes de dépense est juste, - le budget de fonctionnement est réaliste et juste.
	C.23.2 Conduire les entretiens annuels d'évaluation et professionnels de ses collaborateurs, en analysant avec eux leurs résultats et souhaits d'évolution, afin de déterminer les actions à mettre en œuvre pour accompagner leur progression et de décider les modalités de gratification à leur accorder en cas d'atteinte des objectifs.		2/ <i>En relation avec les compétences C.22.1, C.22.2, C.23.1 & C.23.2</i> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de la proposition de management relationnel et de gestion des compétences du service (sur la base de l'entretien professionnel) :

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<ul style="list-style-type: none">- les spécificités de l'entreprise et les caractéristiques des collaborateurs, notamment multiculturelles, sont prises en compte dans la formulation d'une posture managériale adaptée,- la posture managériale proposée favorise la motivation, l'implication et la créativité des collaborateurs,- les facteurs de motivation des collaborateurs sont identifiés,- les critères d'évaluation du collaborateur sont objectifs,- les évolutions et besoins en compétences du service sont identifiés et anticipés en tenant compte des innovations techniques et des nouveaux métiers,- les solutions proposées sont correctement dimensionnées et favorisent l'évolution, la mobilité et la montée en compétences des collaborateurs. <ul style="list-style-type: none">• Qualité de l'usage de l'anglais :<ul style="list-style-type: none">- le choix du vocabulaire employé est juste et adapté au contexte professionnel,- l'expression est claire et fluide,- les échanges sont compris à l'oral comme à l'écrit.
--	--	--	--