

## INGENIEUR D'AFFAIRES INDUSTRIELLES POUR L'INTERNATIONAL (MS)

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>Bloc 1 – Réaliser le diagnostic de l'activité industrielle et commerciale d'une entreprise</b></p> <p>A1.1- Etude des informations institutionnelles, statutaires, juridiques et du secteur d'activité de l'entreprise</p> <p>A1.2- Évaluation de la santé économique et financière d'une entreprise</p> <p>A1.3 Évaluation des performances de l'entreprise et des opportunités de développement sur les marchés internationaux</p>	<p>C1.1 - Évaluer la solidité juridique, financière et commerciale des entreprises afin de valider le modèle économique et ou la stratégie commerciale d'une entreprise</p> <p>C1.2-Analyser et interpréter l'environnement interne et externe de l'entreprise afin de conseiller la direction sur les priorités industrielles et commerciales à définir</p>	<p>Ce bloc est évalué lors des mises en situations professionnelles dans le cadre de la mission export*, d'exercices de mises en situation et de la période en entreprise.</p> <p>Évaluation en équipe de 2 lors des missions exports (exposés oraux et livrables pour l'entreprise)</p> <p>Evaluation individuelle lors d'études de cas visant à analyser l'activité commerciale d'une entreprise et son modèle économique</p> <p>Évaluation individuelle dans la thèse professionnelle</p> <p>* La mission export est construite sur l'idée qu'on apprend en faisant et en faisant quelque chose de stratégique pour l'entreprise. Véritable coup d'accélérateur pour les ingénieurs d'affaires en devenir, ce dispositif permet d'appliquer tous les savoir-faire et les savoir-être acquis durant cette année de certification.</p>	<p><i>E1.1 : en amont de la mission export</i> <i>Le candidat réalise une analyse pondérée des risques commerciaux stratégiques et financiers avant la contractualisation avec l'entreprise partenaire des missions exports</i></p> <p><i>E1.2 : Pour la mission Export, les études de cas et la thèse professionnelle :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Le statut, la structuration, la taille de l'entreprise et les acteurs du marché sont identifiés et présentés</i></li> <li>- <i>Les documents de synthèse (comptables et financiers) et le business plan des entreprises sont compris et commentés en lien avec la problématique de l'entreprise</i></li> </ul>

Article L6113-1, LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 (V)

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

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>Bloc 2 – Concevoir et développer une stratégie marketing à l'international</b></p> <p>A2.1- Analyse de la demande et de l'offre sur les marchés étrangers</p> <p>A2.2- Élaboration d'une stratégie permettant à l'entreprise de se différencier et de créer de la valeur</p> <p>A2.3- Sélection des marchés en prenant en compte les critères d'attractivité et d'accessibilité</p> <p>A2.4- Présentation d'un plan de marchéage opérationnel</p> <p>A2.5- Sélection d'une offre technique en adéquation avec le besoin du client</p>	<p>C2.1 - Afin de construire une offre adaptée aux besoins du client, analyser le marché, la concurrence et les différentes forces en présence dans chaque pays</p> <p>C2.2- Afin de construire un plan d'action commerciale, définir une démarche marketing</p> <p>C2.3 - Décliner l'étape stratégique en plusieurs points avec l'étude de marché, la segmentation, le ciblage et le positionnement afin de répondre aux attentes du marché/des clients</p> <p>C2.4 - Décliner l'étape tactique en plusieurs points, notamment le produit, le prix, la distribution et la communication pour mettre en place des indicateurs mesurables</p>	<p>Évaluation en binôme dans le cadre de la Mission export (voyage d'affaires) pour le compte des entreprises partenaires. Les candidats doivent construire une démarche marketing sur les marchés internationaux. Les livrables rendus à l'entreprise sont évalués. Une présentation orale en anglais est évaluée en fin de mission Export. Un questionnaire de satisfaction détaillé sur la mission réalisée est renseigné par l'entreprise.</p> <p>Évaluation individuelle lors d'une mise en situation sur 2 cas pratiques dans le module de stratégie Marketing</p>	<p><i>E2.1</i></p> <p>- Le candidat propose des critères permettant de discriminer le pays ou les pays sur lesquels réaliser l'étude de marché</p> <p>- A partir des informations récoltées en interrogeant les personnes ressources sur les marchés ciblés, le candidat réalise une synthèse pertinente et ordonnée de manière visuelle et synthétique,</p> <p><i>E2.2</i></p> <p>Le candidat choisit des outils adaptés pour l'étude de marché tels que le SWOT et le PESTEL et les renseigne de façon pertinente.</p> <p><i>E2.3</i></p> <p>Le candidat interprète les données renseignées dans les outils et propose une segmentation, un ciblage et un plan d'action structuré qui devra être validé par l'entreprise des Missions Export.</p> <p><i>E2.4</i></p> <p>- Le candidat devra faire des propositions argumentées par écrit intégrant les éléments du marketing mix (prix, produits, distribution et communication).</p> <p>- L'entreprise valide les premiers livrables</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>Bloc 3 – Étudier et élaborer un plan d'action commerciale à visée internationale</b></p> <p>A3.1- Construction d'un plan d'action commerciale à partir des conclusions d'un plan marketing</p> <p>A3.2- Reporting à la direction comportant des indicateurs de suivi mesurables</p> <p>A3.3- Prospection en lien avec le plan d'action commerciale</p> <p>A3.4- Réalisation de rendez-vous d'affaires</p> <p>A3.5- Identification du besoin du client</p>	<p>C3.1- Créer une base de données de prospects adaptée à la cible à partir d'informations récoltées par une veille régulière afin de réaliser les actions de prospection et proposer un plan d'action</p> <p>C3.2-Définir des indicateurs clés afin de mesurer les performances de la prospection commerciale</p> <p>C3.3 -Prospecter des entreprises clientes par différents canaux de communication (notamment en langue anglaise) afin de décrocher des RDVs d'affaires</p> <p>C3.4 - Afin de maximiser son taux de réussite sur une affaire identifiée, comprendre le spectre de décision chez le client et identifier le budget du client</p> <p>C3.5 – Afin de réaliser une prospection efficace et un reporting à sa direction, maintenir régulièrement un CRM à jour</p>	<p>Lors de la mission export et d'ateliers de mises en situations professionnelles</p> <p>-Simulations de prospections téléphoniques</p> <p>- Prospection individuelle pour trouver des entreprises en France pour les missions export</p> <p>- Prospection réalisée à l'international par téléphone et par campagnes de mails dans le cadre du déroulé de la mission export (préparation du voyage d'affaires réalisé à l'international)</p> <p>&gt; Livrable : support adéquat choisi par l'apprenant (CRM, fichier excel...)</p>	<p><i>E3.1</i></p> <p><i>- Le candidat crée une base de données de prospects en ligne avec la cible définie et la maintient à jour tout au long de sa prospection</i></p> <p><i>-Les salons choisis sont en adéquation avec les priorités des Missions Export</i></p> <p><i>E3.2 &amp; E3.3</i></p> <p><i>- Lors de la prospection téléphonique, le candidat parvient à récolter l'ensemble des informations nécessaires à la qualification du client</i></p> <p><i>- Le candidat fournit un suivi chiffré des actions de sa prospection et des rendez-vous décrochés, à la fois pour la recherche d'une entreprise pour la mission export et pour la réalisation de celle-ci</i></p> <p><i>-Les RV sont qualifiés ; avec les clients, les distributeurs, les fournisseurs et les organismes publics dans les pays sélectionnés</i></p> <p><i>E3.4</i></p> <p><i>Le candidat fournit pour les prospects avancés, les éléments du spectre de décision et de budget</i></p> <p><i>E3.5</i></p> <p><i>Le candidat participe à toutes les réunions de suivi commercial et est capable de présenter l'avancement des actions réalisées auprès de chaque prospect et d'analyser son cycle de vente</i></p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>Bloc 4– Négocier et vendre sur les marchés français et étrangers</b></p> <p>A4.1- Identification et conduite du processus de vente en fonction du type de vente : de gré à gré, appel d'offres internationaux, appel d'offres publics...</p> <p>A4.2- Rédaction de propositions commerciales adaptées aux besoins identifiés</p> <p>A4.3- Coordination des réponses à apporter au client (financières, techniques, juridiques) conditions spécifiques, réponses techniques</p> <p>A4.4- Prise en compte des éléments interculturels et des attitudes non verbales dans le cadre des échanges avec les clients</p> <p>A4.5- Négociation des points contractuels comprenant notamment incoterms, financement, paiement, réception...</p> <p>A4.6- Rédaction d'un contrat engageant pour l'entreprise reprenant les points de négociation et les capacités techniques et financières de l'entreprise</p> <p>A4.7- Obtention de la signature et de la commande du client</p>	<p>C4.1 – Afin de rédiger une proposition commerciale convaincante, analyser les points de différenciation entre son offre et celle de ses concurrents et présenter une argumentation solide</p> <p>C4.2 - Coordonner l'offre avec les différents services de l'entreprise afin de ne pas dépasser les capacités de l'entreprise en termes de coût, qualité et délai</p> <p>C4.3 – Construire la réponse aux objections du client afin de mener à bien la négociation</p> <p>C4.4 – Créer le sentiment d'urgence chez le client afin de raccourcir le temps de signature et conclure la vente</p>	<p><i>L'évaluation de ce bloc porte sur la phase 1 de la mission export et d'ateliers de mises en situations professionnelles</i></p> <p>Évaluation en binôme dans le cadre de la Mission export : contenu de la proposition commerciale et présentation de l'offre lors des points de suivi</p> <p>Évaluation individuelle, lors de simulations de négociations commerciales en français et en anglais</p>	<p><i>E4.1 Le candidat présente à l'oral les éléments différenciant son offre par rapport à ses concurrents de manière claire, percutante et convaincante</i></p> <p><i>E4.2 Le candidat identifie les risques de l'offre qu'il soumet aux experts de la formation et s'assure qu'il a les ressources pour y répondre. Le chiffrage de la mission export couvre les frais d'exécution et de déplacement à l'international</i></p> <p><i>E4.3 Lors des simulations de négociation, le candidat reformule les objections, pose des questions et répond de façon argumentée à ces objections</i></p> <p><i>E4.4 Lors des points de suivi des missions export, le candidat présente un plan d'action détaillé et une estimation du temps nécessaire à la conclusion de son affaire</i></p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>Bloc 5 - Réaliser et suivre l'affaire</b></p> <p>A5.1- Communication entre le client et les services techniques de l'entreprise qui vont réaliser le produit ou le service ;</p> <p>A5.2- Négociation de chaque demande de modification et obtention de contreparties</p> <p>A5.3- Management d'une équipe pluridisciplinaire et inclusive</p> <p>A5.4- Fidélisation du portefeuille clients : capitalisation des actions achevées, proposition de contrats de services, préparation des ventes futures</p>	<p>C5.1 - Afin de réaliser l'affaire, identifier les compétences internes nécessaires, constituer une équipe projet et définir les conditions de travail de ses collaborateurs permettant, entre autres, l'inclusion des salariés en situation de handicap</p> <p>C5.2 – Afin de suivre le déroulé de l'affaire et de mesurer l'avancement des projets, construire un tableau de bord avec les outils de management de projet et identifier les points critiques afin de mener à terme le projet de vente et d'éviter l'insatisfaction du client</p> <p>C5.3 - Identifier et négocier les responsabilités, les contreparties et les garanties afin de gérer toute demande d'évolution du projet et les situations conflictuelles</p> <p>C5.4 - Mettre en place une politique de satisfaction clients afin de faciliter la conclusion de nouvelles affaires</p> <p>C5.5- Obtenir la bonne réception/implémentation de la solution par le client afin de clore l'affaire et de la facturer en totalité</p>	<p><i>L'évaluation de ce bloc porte sur l'ensemble de la mission export et sur des ateliers de mises en situation</i></p> <p>Évaluation individuelle et collective lors de mises en situation sur des cas pratiques dans le module de gestion de projet, gestion de crise et résolution des conflits</p> <p>Évaluation en binôme des livrables rendus aux entreprises des missions exports</p> <p>Évaluation de l'ensemble de la mission export par les entreprises via un questionnaire de satisfaction détaillé</p>	<p><i>E5.1</i> Le candidat identifie les compétences nécessaires et propose une équipe adéquate, inclusive au cours des ateliers de mises en situation. Il met en place l'accompagnement nécessaire (matériels et humains) en fonction des profils recrutés</p> <p><i>E5.2</i> Le candidat fournit à l'entreprise partenaire des Missions export un rapport de synthèse contenant une proposition d'outil de pilotage contenant des indicateurs d'avancement mesurables</p> <p><i>E5.3</i> Dans le cas d'une évolution au contrat de mission export, le candidat fait signer à l'entreprise un avenant contractuel couvrant les aspect commerciaux, financier et planning</p> <p><i>E5.4</i> Le candidat adopte une posture professionnelle dans ses échanges avec les entreprises Le candidat propose dans son rapport final des pistes futures de missions export</p> <p><i>E5.5</i> Le candidat inclut dans le livrable rendu à l'entreprise à la fin de la mission export tous les éléments contractuels convenus avec l'entreprise à la signature de la mission</p>

Pour obtenir la certification "Ingénieur d'affaires industrielles pour l'international" (MS) , le/la candidat(e) doit valider la totalité des 5 blocs et rédiger et soutenir oralement une thèse professionnelle basée sur une expérience professionnelle en entreprise de quatre mois minimum..

L'obtention de chaque bloc de compétences est autonome, ils peuvent être validés individuellement.

En cas de non-validation de la thèse professionnelle, le/la candidat(e) n'obtiendra pas la certification.

La thèse professionnelle est une modalité d'évaluation globale et transversale du cursus et fait la synthèse de toutes les compétences acquises, qu'elles soient d'ordre stratégique ou opérationnel. Elle démontre l'aptitude du / de la candidat(e) à exposer et analyser par écrit la problématique retenue et à la présenter de façon claire et convaincante à l'oral devant un jury.

Le/la candidat(e) désirant obtenir la certification par la voie de la VAE devra faire la preuve qu'il a acquis les compétences de chacun des blocs sur la base d'un livret de preuves présenté oralement devant le jury.

