

Manager de l'innovation et du développement entrepreneurial (MS)

RNCP36664 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310
Formacode(s)	32135, 32070, 32025
Code(s) ROME	M1703, M1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	01/07/2022
Date d'échéance	01/07/2024

Certificateur(s)

EARLY MAKERS GROUP · SIRET : 84189203700018

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le management des entreprises est aujourd'hui modifié par les évolutions économiques, sociétales et technologiques de l'environnement. L'hyper-concurrence mondiale, ainsi que la pression créée par la digitalisation des processus, et les nouvelles démarches d'éco-responsabilité, incitent toutes les organisations à innover en combinant rapidité, agilité et pragmatisme. Pour cela, elles ont recours à de nouveaux modèles d'innovation, qui s'appuient sur des processus ouverts (open innovation) et collaboratifs, qui doivent s'inscrire dans une vision stratégique claire. L'innovation passe de plus en plus par des processus entrepreneuriaux (intrapreneuriat, création de startups ou de spin off, développement d'incubateurs, financement par le capital risk ou le crowd funding), tandis que tout projet entrepreneurial s'appuie sur l'innovation pour créer des avantages concurrentiels.

La certification Manager de l'innovation et du développement entrepreneurial (MS) intègre à la fois le management de l'innovation et l'entrepreneuriat, avec le développement de nouveaux business, ces deux dimensions étant de plus en plus intriquées. Ainsi l'innovation et le développement de nouveaux business, en configuration startup ou d'une nouvelle activité d'une entreprise existante, associent dans une logique structurante, l'ensemble des métiers de conseil, d'expertise et d'accompagnement en innovation entrepreneuriale. Cela donne à cette certification une grande capacité à anticiper et suivre les évolutions du marché.

Le contexte actuel est marqué par plusieurs tendances majeures :

- L'employabilité des années 2020 s'inscrit dans une convergence forte des univers de l'innovation et de l'entrepreneuriat
- L'innovation est un enjeu stratégique majeur pour les entreprises avec l'élaboration d'une stratégie et d'un business model créateurs de valeur
- La numérisation et l'accélération de la transition digitale
- La nécessité de mettre en œuvre des méthodologies de gestion de projet d'innovation agiles, réactives, disruptives
- Le développement de l'innovation collaborative, l'interconnexion, le travail en réseaux et partenariats, avec de nouvelles formes d'organisations
- La prise en compte de l'impact sur l'environnement, l'écosystème pour une innovation sociale et environnementale
- Et toujours la recherche de gestion de la performance et du financement de l'innovation

ACTIVITÉS VISÉES

- Veille et analyse stratégiques sur l'environnement externe de l'entreprise

- Construction de la stratégie de développement selon une démarche entrepreneuriale
- Élaboration d'un projet entrepreneurial responsable, prenant en compte les situations de handicap
- Diagnostic stratégique de l'innovation de l'entreprise
- Sélection des projets d'innovation
- Élaboration d'un business model innovant, intégrant les situations de handicap
- Évaluation de la possibilité de créer une entreprise, en continuité d'un projet d'innovation
- Élaboration du plan marketing de lancement d'une innovation sur un marché
- Élaboration de la stratégie commerciale
- Management de l'équipe commerciale et diffusion de la culture commerciale en transverse
- Négociation et gestion de la relation client
- Prototypage de solution innovante
- Pilotage de projet
- Management d'équipes mixtes internes et externes, incluant les personnes en situation de handicap
- Co-développement de projet
- Élaboration du business plan
- Financement des projets d'innovation entrepreneuriale
- Élaboration de tableaux de bord et suivi de la performance

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Sélectionner et accéder à différentes sources de données, pour centraliser l'information pertinente, selon son périmètre de responsabilités (entreprise ou projet).

Synthétiser l'information collectée, pour caractériser les principales tendances, opportunités ou menaces, caractérisant l'environnement de l'entreprise.

Utiliser l'étude et l'analyse d'opportunité, afin de qualifier le contexte concurrentiel, en termes d'acteurs et de dynamique.

Réaliser un diagnostic de l'entreprise, en utilisant les méthodes stratégiques (de type SWOT ou « Océan bleu ») mettant en évidence la création de valeur, afin de faciliter la prise de décisions sur les business model à élaborer.

Construire un nouveau modèle économique en s'appuyant sur la disruption d'un modèle existant, afin de proposer un business model plus durable et performant, intégrant les situations de handicap

Développer un projet entrepreneurial associant les parties prenantes (consommateurs, clients, fournisseurs, partenaires, etc.), afin de créer de nouvelles propositions de valeur.

Évaluer les différentes ressources disponibles ou la stratégie d'acquisition afin de mettre en œuvre une démarche de développement adaptée

Concevoir un projet entrepreneurial en intégrant ses dimensions d'impact social pouvant répondre aux besoins des personnes en situation de handicap et écologique, afin de positionner le projet entrepreneurial dans une démarche responsable.

Proposer des orientations ou des modifications de la stratégie d'entreprise, pour mettre en œuvre une démarche RSE, en évaluant les avantages et les contraintes.

Conduire une étude marketing exploratoire afin de représenter pour la première fois un marché en émergence, en utilisant les méthodes d'exploration spécifiques (entretiens exploratoires terrain) afin de formuler un diagnostic.

A partir du diagnostic d'innovation réalisé, apporter ses recommandations stratégiques et les présenter à sa direction générale, à la fois pour inscrire son projet d'innovation dans la stratégie et le mettre en corrélation avec les ressources de l'organisation, en faisant ressortir éventuellement les écarts.

Passer de l'intention stratégique de l'entreprise, grâce à des audits et à une méthode d'arbitrage, au choix des meilleurs projets d'innovation, afin de faciliter la prise de décision.

Choisir une méthode de créativité et d'innovation adaptée à la situation afin d'augmenter les chances de réussite de la conception en créant des choix possibles.

Effectuer des choix, en utilisant l'évaluation, la sélection de projet, un cahier des charges de l'innovation, afin de se focaliser sur les projets les mieux alignés avec la stratégie de l'entreprise.

Mettre en place une démarche innovation permettant de passer de l'opportunité à la preuve de concept de produit ou service innovant.

Construire un nouveau modèle économique en s'appuyant sur des méthodes (telles que design thinking, lean start up, etc.) pour rendre le modèle durable et performant.

Identifier et évaluer une innovation prometteuse en produisant un business model selon le modèle « Business Canvas » afin de formaliser des propositions de valeur pertinentes adaptées à des segments de marchés.

Formaliser des propositions de valeur pertinentes et différenciantes sous forme de business model, afin de le présenter aux différents acteurs, y compris en contexte international et auprès des institutions représentant les personnes en situation de handicap, pour obtenir les validations successives jusqu'au go/no go de lancement.

Identifier à l'aide d'experts (comme des avocats) les barrières en lien avec l'innovation pour évaluer les risques liés à la Propriété Intellectuelle.

Orienter l'entreprise dans le choix d'une structure juridique adaptée à ses besoins, afin d'accompagner le développement du projet d'innovation.

Identifier les prises de risque des différents acteurs de l'entreprise, afin de pouvoir conseiller le chef d'entreprise sur une mise en jeu éventuelle de sa responsabilité.

Structurer le marché de l'innovation à partir de la définition de cibles visées, dans le positionnement innovant voulu, afin d'élaborer une solution en adéquation avec les besoins.

Réaliser le plan marketing de lancement de la solution innovante afin d'attaquer successivement des segments de marché, en capitalisant sur les réussites précédentes.

Concevoir une campagne marketing en ligne, en s'appuyant sur les différents leviers du marketing digital (SEO, SEA, SMA, display, SMO, emailing, inbound marketing, ..), et en analysant les stratégies marketing existantes des différentes marques, afin d'accélérer le lancement et la diffusion de cette innovation.

Se rendre visible sur les réseaux sociaux, en mettant en œuvre une politique appropriée de référencement, pour toucher de façon adaptée les cibles visées.

Élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise, de son produit ou service, selon son périmètre de responsabilités, afin d'en assurer un lancement réussi.

Accompagner les premiers clients (early adopters) et gérer la relation client tout au long du cycle de vie en mettant en place des actions adaptées, afin d'optimiser la fidélisation et le développement du portefeuille clients.

Décliner la stratégie commerciale en plan d'actions avec son équipe pour atteindre les objectifs visés, en développant également la culture client au sein de l'entreprise.

Animer l'équipe commerciale pour assurer la mise en œuvre du plan d'actions, avec un management adapté pour les personnes en situation de handicap, en actionnant des leviers de motivation individuelle et collective.

Accompagner son équipe vers davantage de performance et d'autonomie en mettant en œuvre un leadership adapté.

Construire son plan de négociation avec ses marges de manœuvre, les concessions envisageables et la planification des temps forts de la négociation pour mieux maîtriser le face à face et la résistance inhérente à la négociation.

Négocier une affaire par une bonne écoute et compréhension des besoins du client en s'appuyant sur son plan de négociation, afin de le convaincre de la valeur ajoutée de la solution proposée, dans une relation gagnant-gagnant et favoriser l'optimisation de l'accord.

Animer des communautés sur les différents réseaux, afin de développer la relation client et la relation à la marque et au produit.

Prototyper une solution innovante en utilisant une méthodologie de prototypage rapide et communiquer sur les projets en utilisant le digital, pour gagner en délai et en réactivité sur la conduite du projet.

Déployer une ou des méthodes agiles de gestion de projet, en s'appuyant sur les référentiels de certification projet existants, pour atteindre les objectifs fixés par le commanditaire du projet.

Planifier l'ensemble des tâches d'un projet afin d'assurer le respect des objectifs et des délais prévus, en s'appuyant sur le cahier des charges ou une note de cadrage du projet.

Conduire les réunions de projet (lancement, avancement, résolution de problèmes, recettage) avec les acteurs et la gouvernance du projet afin d'avancer, de produire, d'alerter et de décider si besoin des mesures correctives.

Elaborer et suivre des indicateurs sur l'avancement et les réalisations du projet afin de mesurer des écarts et de proposer des actions de régulation.

Définir et animer les instances de pilotage, pour la mise en mouvement des équipes autour des résultats et la mise en œuvre de plans d'actions.

Construire et partager une vision inspirante pour garantir la cohésion vers un objectif commun, en favorisant des relations collaboratives au sein des équipes et en conduisant le changement.

Mobiliser des équipes internes, externes, internationales, grâce à l'animation de réunions d'avancement ou de résolution de problèmes, en réduisant les tensions ou conflits avec les personnes ou les services concernés, pour faciliter l'avancement du projet jusqu'à son recettage.

Favoriser l'intégration de personnes en situation de handicap dans les équipes projet, en mettant en place une organisation et une communication adaptée.

Capitaliser sur l'expérience acquise afin de bénéficier du retour d'expérience et diffuser une culture d'innovation au sein de l'entreprise.

Identifier les acteurs clés d'un projet d'innovation ou d'entrepreneuriat, afin de construire un réseau et d'évoluer plus efficacement dans cet écosystème.

Réaliser une cartographie évolutive des acteurs et de leur rôle, afin de faciliter l'accessibilité et le travail en réseaux ultérieur.

Animer et développer un réseau de partenaires (fournisseurs dont les acteurs externes œuvrant sur les thématiques du handicap, consultants, mentors, incubateurs, accélérateurs, experts comptables, etc.), en organisant des réunions, manifestations, événements avec une communication adaptée et une démarche proactive afin de fidéliser les relations avec les acteurs clés identifiés.

Identifier des clients susceptibles de faire du co-développement pour rentrer sur un marché.

Conduire une étude de faisabilité économique d'un projet entrepreneurial ou d'innovation en utilisant les méthodes adaptées, afin de calculer le ROI du projet et de garantir la pérennité de l'entreprise.

Bâtir des hypothèses tangibles et argumentées, afin de fiabiliser les prévisions posées dans le business plan et faciliter ainsi la prise de décisions.

Simuler et fixer les prix de vente en partant des hypothèses marché et en validant les coûts internes, afin de garantir la rentabilité dans le temps des produits et services proposés.

Construire un Business Plan, permettant d'élaborer une offre d'affaires économiquement viable et pérenne pour l'entreprise commanditaire, en répondant à une problématique d'innovation.

Etablir une stratégie de financement de l'innovation optimisée en fonction d'une typologie d'innovation et des structures porteuses des process d'innovation, pour gérer financièrement un projet d'investissement.

Garantir une lecture exhaustive des dispositifs financiers, publics et levée de fonds, pour faciliter la prise de décisions.

Monter les dossiers de financement, de levée de fonds, de subventions, crédit impôt/recherche, et les négocier, afin de trouver les financements nécessaires selon les différentes phases de cycle de vie du produit, de la recherche à la mise sur le marché et à son développement.

Participer activement au costing, au pilotage financier des projets d'investissement et au lancement d'une démarche Balanced ScoreCard (BSC), afin d'améliorer la rentabilité du projet ou de l'investissement envisagé.

Construire les indicateurs clés de performance (ICP) efficaces, les valider, afin de décider si les hypothèses sont atteignables et suivre leur évolution dans le temps.

Elaborer des tableaux de bord synthétiques, pour réduire les risques et faciliter la prise de décision aux différents acteurs concernés.

Communiquer autour des indicateurs pour alerter sur les principaux écarts, minimiser les risques et proposer des actions de régulation ou réajustement.

Blocs de compétences

RNCP36664BC01 — Définir la stratégie d'entreprise

LISTE DE COMPÉTENCES

Sélectionner et accéder à différentes sources de données, pour centraliser l'information pertinente, selon son périmètre de responsabilités (entreprise ou projet).

Synthétiser l'information collectée, pour caractériser les principales tendances, opportunités ou menaces, caractérisant l'environnement de l'entreprise.

Utiliser l'étude et l'analyse d'opportunité, afin de qualifier le contexte concurrentiel, en termes d'acteurs et de dynamique.

Réaliser un diagnostic de l'entreprise, en utilisant les méthodes stratégiques (de type SWOT ou « Océan bleu ») mettant en évidence la création de valeur, afin de faciliter la prise de décisions sur les business model à élaborer.

Construire un nouveau modèle économique en s'appuyant sur la disruption d'un modèle existant, afin de proposer un business model plus durable et performant, intégrant les situations de handicap.

Développer un projet entrepreneurial associant les parties prenantes (consommateurs, clients, fournisseurs, partenaires, etc.), afin de créer de nouvelles propositions de

valeur.

Évaluer les différentes ressources disponibles ou la stratégie d'acquisition afin de mettre en œuvre une démarche de développement adaptée.

Concevoir un projet entrepreneurial en intégrant ses dimensions d'impact social pouvant répondre aux besoins des personnes en situation de handicap et

écologique, afin de positionner le projet entrepreneurial dans une démarche responsable.

Proposer des orientations ou des modifications de la stratégie d'entreprise, pour mettre en œuvre une démarche RSE, en évaluant les avantages et les contraintes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet TEM (Transforming Early Maker) : projet réalisé sur une durée de 2 mois, en groupe de 6 personnes, dossier écrit et présentation orale. Livrable 1 : évaluation de la stratégie et proposition d'un business model.

Projet NBM (New Biz Maker) : projet réalisé sur 6 mois, sur une idée originale des étudiants de chaque groupe ou pour un porteur de projet entrepreneurial appartenant au groupe, présenté en anglais. Dossier écrit et présentation orale. Livrable : élaboration de la stratégie de développement d'un projet entrepreneurial, intégrant les situations de handicap.

Évaluation de la conception produit dans sa dimension éco-responsable / ou évaluation d'une initiative d'entrepreneuriat social : dossier réalisé en groupe de 4 à 6 personnes, écrit et présentation orale, mettant en évidence les aspects de la démarche responsable de conception de produit ou de la responsabilité RSE, pouvant répondre aux besoins des personnes en situation de handicap, du projet entrepreneurial.

RNCP36664BC02 — Élaborer la stratégie d'innovation

LISTE DE COMPÉTENCES

Conduire une étude marketing exploratoire afin de représenter pour la première fois un marché en émergence, en utilisant les méthodes d'exploration spécifiques (entretiens exploratoires terrain) afin de formuler un diagnostic.

À partir du diagnostic d'innovation réalisé, apporter ses recommandations stratégiques et les présenter à sa direction générale, à la fois pour inscrire son projet d'innovation dans la stratégie et le mettre en corrélation avec les ressources de l'organisation, en faisant ressortir éventuellement les écarts.

Passer de l'intention stratégique de l'entreprise, grâce à des audits et à une méthode d'arbitrage, au choix des meilleurs projets d'innovation, afin de faciliter la prise de décision.

Choisir une méthode de créativité et d'innovation adaptée à la situation afin d'augmenter les chances de réussite de la conception en créant des choix possibles.

Effectuer des choix, en utilisant l'évaluation, la sélection de projet, un cahier des charges de l'innovation, afin de se focaliser sur les projets les mieux alignés avec la stratégie de l'entreprise.

Mettre en place une démarche innovation permettant de passer de l'opportunité à la preuve de concept de produit ou service innovant.

Construire un nouveau modèle économique en s'appuyant sur des méthodes (telles que design thinking, lean start up, etc.) pour rendre le modèle durable et performant.

Identifier et évaluer une innovation prometteuse en produisant un business model selon le modèle « Business Canvas » afin de formaliser des propositions de valeur pertinentes adaptées à des segments de marchés.

Formaliser des propositions de valeur pertinentes et différenciantes sous forme de business model, afin de le présenter

aux différents acteurs, y compris en contexte international et auprès des institutions représentant les personnes en situation de handicap, pour obtenir les validations successives jusqu'au go/no go de lancement.

Identifier à l'aide d'experts (comme des avocats) les barrières en lien avec l'innovation pour évaluer les risques liés à la Propriété Intellectuelle.

Orienter l'entreprise dans le choix d'une structure juridique adaptée à ses besoins, afin d'accompagner le développement du projet d'innovation.

Identifier les prises de risque des différents acteurs de l'entreprise, afin de pouvoir conseiller le chef d'entreprise sur une mise en jeu éventuelle de sa responsabilité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude marketing de marchés nouveaux : réalisée en groupes de 4 à 6 participants, donnant lieu à la remise d'un rapport permettant d'étudier et de représenter pour la première fois un marché en émergence. Livrables : analyse d'un marché en émergence, segmentation et plan de développement d'une activité nouvelle.

Mission innovation : réalisée sur une durée de 4 mois, en groupes de 4 à 6 participants, pour une entreprise commanditaire, présentation orale devant l'intervenant et le/la professionnel commanditaire. Livrables : stratégie d'innovation et démarche de design thinking, diagnostic stratégique de l'innovation, étude de propriété intellectuelle, business model de développement

Projet NBM (New Biz Maker) : projet réalisé sur 6 mois, pour un commanditaire entreprise ou pour un porteur de projet entrepreneurial, présenté en anglais. Dossier écrit et présentation orale. Livrables :

validation de l'idée d'innovation entrepreneuriale, validation du business model de développement, en utilisant le business model canvas.

Évaluation individuelle, à partir d'une situation réelle d'entreprise, permettant d'évaluer la proposition de valeur d'une innovation.

RNCP36664BC03 — Construire le marketing de l'innovation dans une logique de « business development » à l'ère du digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Structurer le marché de l'innovation à partir de la définition de cibles visées, dans le positionnement innovant voulu, afin d'élaborer une solution en adéquation avec les besoins.

Réaliser le plan marketing de lancement de la solution innovante afin d'attaquer successivement des segments de marché, en capitalisant sur les réussites précédentes.

Concevoir une campagne marketing en ligne, en s'appuyant sur les différents leviers du marketing digital (Search Engine Optimization SEO, Search Engine Advertising SEA, Social Media Advertising SMA display, Social Media Optimization SMO, emailing, inbound marketing, ..), et en analysant les stratégies marketing existantes des différentes marques, afin d'accélérer le lancement et la diffusion de cette innovation.

Se rendre visible sur les réseaux sociaux, en mettant en œuvre une politique appropriée de référencement, pour toucher de façon adaptée les cibles visées.

Élaborer la stratégie commerciale de l'entreprise, de son produit ou service, selon son périmètre de responsabilités, afin d'en assurer un lancement réussi.

Accompagner les premiers clients (early adopters) et gérer la relation client tout au long du cycle de vie en mettant en place des actions adaptées, afin d'optimiser la fidélisation et le développement du portefeuille clients.

Décliner la stratégie commerciale en plan d'actions avec son équipe pour atteindre les objectifs visés, en développant également la culture client au sein de l'entreprise.

Animer l'équipe commerciale pour assurer la mise en œuvre du plan d'actions, avec un management adapté pour les personnes en situation de handicap en actionnant des leviers de motivation individuelle et collective.

Accompagner son équipe vers davantage de performance et d'autonomie en mettant en œuvre un leadership adapté. Construire son plan de négociation avec ses marges de manœuvre, les concessions envisageables et la planification des temps forts de la négociation pour mieux maîtriser le face à face et la résistance inhérente à la négociation.

Négocier une affaire par une bonne écoute et compréhension des besoins du client en s'appuyant sur son plan de négociation, afin de le convaincre de la valeur ajoutée de la solution proposée, dans une relation gagnant-gagnant et

favoriser l'optimisation de l'accord.

Animer des communautés sur les différents réseaux, afin de développer la relation client et la relation à la marque et au produit.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet NBM (New Biz Maker): projet réalisé sur 6 mois, sur une idée originale du groupe d'étudiants ou d'un membre du groupe porteur de projet entrepreneurial, présenté en anglais. Dossier écrit et présentation orale. Livrables : préconisations élaborées pour le développement en s'appuyant sur un réseau de partenaires, plan de communication sur le secteur/territoire visé, incluant la communication digitale envisagée, plan d'actions commerciales.

Exercices pratiques sur des productions digitales : développement d'un prototype d'application mobile, conception d'un chatbot et de gestion et mise en œuvre de projet web

Étude de cas réel d'entreprise, réalisée en groupe de 4 à 6 participants ; livrables : plan actions commerciales, plan d'animation d'une équipe commerciale mettant en place si nécessaire des ressources supplémentaires pour des personnes en situation de handicap.

Évaluation individuelle sous forme de mises en situations professionnelles, simulations et jeux de rôle d'une négociation d'affaire en utilisant la construction d'un plan de négociation et la structuration de la négociation. Quizz individuels de contrôle des connaissances.

Mission innovation : réalisée sur une durée de 4 mois, en groupes de 4 à 6 participants, pour une entreprise commanditaire, présentation orale devant l'intervenant et le la professionnel commanditaire. Livrables : plan d'actions marketing, rythmé par l'attaque successive de segments avec une offre adaptée et des préconisations d'une campagne de marketing digital

RNCP36664BC04 — Manager des projets d'innovation

LISTE DE COMPÉTENCES

Prototyper une solution innovante en utilisant une méthodologie de prototypage rapide et communiquer sur les projets en utilisant le digital, pour gagner en délai et en réactivité sur la conduite du projet.

Déployer une ou des méthodes agiles de gestion de projet, en s'appuyant sur les référentiels de certification projet existants,

pour atteindre les objectifs fixés par le commanditaire du projet.

Planifier l'ensemble des tâches d'un projet afin d'assurer le respect des objectifs et des délais prévus, en s'appuyant sur le cahier des

charges ou une note de cadrage du projet.

Conduire les réunions de projet (lancement, avancement, résolution de problèmes, recettage) avec les acteurs et la gouvernance du

projet afin d'avancer, de produire, d'alerter et de décider si besoin des mesures correctives.

Élaborer et suivre des indicateurs sur l'avancement et les réalisations du projet afin de mesurer des écarts et de proposer des actions

de régulation.

Définir et animer les instances de pilotage, pour la mise en mouvement des équipes autour des résultats et la mise en œuvre de plans d'actions.

Construire et partager une vision inspirante pour garantir la cohésion vers un objectif commun, en favorisant des relations collaboratives

au sein des équipes et en conduisant le changement.

Mobiliser des équipes internes, externes, internationales, grâce à l'animation de réunions d'avancement ou de résolution de

problèmes, en réduisant les tensions ou conflits avec les personnes ou les services concernés, pour faciliter l'avancement du projet jusqu'à son recettage.

Favoriser l'intégration de personnes en situation de handicap dans les équipes projet, en mettant ne place une organisation et une communication adaptées.

Capitaliser sur l'expérience acquise afin de bénéficier du retour d'expérience et diffuser une culture d'innovation au sein de l'entreprise.

Identifier les acteurs clés d'un projet d'innovation ou d'entrepreneuriat, afin de construire un réseau et d'évoluer plus efficacement dans cet écosystème.

Réaliser une cartographie évolutive des acteurs et de leur rôle, afin de faciliter l'accessibilité et le travail en réseaux ultérieur.

Animer et développer un réseau

de partenaires (fournisseurs dont les acteurs externes œuvrant sur les thématiques du handicap, consultants, mentors, incubateurs, accélérateurs, experts comptables, etc.), en organisant des réunions, manifestations, événements avec une communication adaptée et une démarche proactive afin de fidéliser les relations avec les acteurs clés identifiés.

Identifier des clients susceptibles de faire du co-développement pour rentrer sur un marché.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet NBM (New Biz Maker) : projet réalisé sur 6 mois, pour un commanditaire-entreprise ou pour un porteur de projet entrepreneurial, présenté en anglais. Dossier écrit et présentation orale. Livrables : validation de la conduite du projet entrepreneurial, management de l'équipe projet.

Projet TEM (Transformation Early Maker) : projet réalisé sur une durée de 2 mois, en groupe de 6 personnes, dossier écrit + présentation orale. Livrable 3 : évaluation des contraintes et des risques du projet, en termes de temps, moyens, ressources.

Mission innovation : réalisée sur une durée de 4 mois, en groupes de 4 à 6 participants, pour une entreprise commanditaire, présentation orale devant l'intervenant.e et le/la professionnel commanditaire. Livrable : plan d'actions, avec propositions de développement de réseaux.

RNCP36664BC05 — Financer et piloter l'innovation et la performance dans une démarche entrepreneuriale

LISTE DE COMPÉTENCES

Conduire une étude de faisabilité économique d'un projet entrepreneurial ou d'innovation en utilisant les méthodes adaptées, afin de calculer le ROI du projet et de garantir la pérennité de l'entreprise.

Bâtir des hypothèses tangibles et

argumentées, afin de fiabiliser les prévisions posées dans le business plan et faciliter ainsi la prise de décisions.

Simuler et fixer les prix de vente en partant des hypothèses marché et en validant les coûts internes, afin de garantir la rentabilité

dans le temps des produits et services proposés.

Construire un Business Plan, permettant d'élaborer une offre d'affaires économiquement viable et pérenne pour l'entreprise commanditaire, en répondant à une problématique d'innovation.

Établir une stratégie de financement de l'innovation optimisée en fonction d'une typologie d'innovation et des structures porteuses des process d'innovation, pour gérer financièrement un projet d'investissement.

Garantir une lecture exhaustive des

dispositifs financiers, publics et levée de fonds, pour faciliter la prise de décisions.

Monter les dossiers de financement, de levée de fonds, de subventions, crédit impôt/recherche, et les négocier, afin de trouver les financements nécessaires selon les différentes phases de cycle de vie du produit, de la recherche à la mise sur le marché et à son développement.

Participer activement au costing, au pilotage financier des

projets d'investissement et au lancement d'une démarche Balanced ScoreCard (BSC), afin d'améliorer la rentabilité du projet ou de l'investissement envisagé.

Construire les indicateurs clés de

performance (ICP) efficaces, les valider, afin de décider si les hypothèses sont atteignables et suivre leur évolution dans le temps.

Élaborer des tableaux de bord

synthétiques, pour réduire les risques et faciliter la prise de décision aux différents acteurs concernés.

Communiquer autour des indicateurs

pour alerter sur les principaux écarts, minimiser les risques et proposer des actions de régulation ou réajustement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Projet NBM (New Biz Maker): réalisé sur 6 mois, présenté en anglais, par groupe de 4 à 6 participants. Dossier écrit et présentation orale. Partie business plan chiffré et indicateurs de pilotage.

Projet TEM (Transforming Early Maker) : projet réalisé sur une durée de 2 mois, en groupe de 6 personnes, dossier écrit et présentation orale. Livrable 2 : évaluation de la viabilité économique et financière.

Mission innovation : réalisée sur une durée de 4 mois, en groupes de 4 à 6 participants, pour une entreprise commanditaire, présentation orale devant l'intervenant et le/la professionnel Livrable : Etude des solutions

argumentées de financement de l'innovation : Un dossier de financement étayé de preuves et d'arguments facilitant l'obtention des financements est remis avant les soutenances. Ce dossier intègre des éléments stratégiques, de Propriété Intellectuelle, de techniques financières et de stratégie financière entrepreneuriale

Étude de cas réel d'une start up, en mode ouvert, réalisé en groupe de 4 à 6 participants Réalisation d'un dossier écrit décrivant la stratégie de financement choisie.

Étude de cas individuelle d'une situation réelle d'une entreprise : démarche BSC, pilotage financier d'une activité et de projets d'investissements.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager de l'innovation et du développement entrepreneurial exerce principalement ses activités au sein de :

- Grandes entreprises industrielles, ETI, entreprises de services, tous secteurs d'activités
- PME / PMI en croissance
- Startups en croissance ou en création
- Cabinets de conseil et d'accompagnement en innovation, en stratégie ou en technologies, dans deux types de structures : les cabinets de conseils spécialisés dans le management de l'innovation, et les cabinets de conseil généralistes qui disposent d'un département spécialisé en management de l'innovation

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les fonctions majoritairement occupées sur ce métier sont :

Les fonctions liées à l'innovation, au marketing ou au financement de l'innovation :

- Chef de produit ou de service
- Manager / Responsable produit
- Manager / Chef de projet innovation
- Analyste / Responsable du financement de l'innovation

Les fonctions liées au conseil :

- Consultant en innovation
- Consultant en stratégie et accompagnement du changement

Les fonctions liées au développement d'activités :

- Business Developer
- Business Analyst

Les fonctions liées à l'entrepreneuriat :

- Entrepreneur
- Responsable du développement et de la stratégie

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 983 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)

Projets de recrutement (BMO 2026)	25 448
Jugés difficiles à recruter	31 %
Emplois saisonniers	6 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Dans le cadre règlementaire de la Conférence des Grandes Ecoles, cette certification professionnelle « Manager de l'innovation et du développement entrepreneurial » (MS), niveau 7, s'adresse à de jeunes diplômés des grandes écoles d'ingénieurs ou de management, aux universitaires titulaires d'un M2, aux cadres d'entreprises diplômés de l'enseignement supérieur (Bac+4) ayant 3 années d'expérience professionnelle, et aux candidats détenant un titre RNCP de niveau 7. Cette certification s'adresse également aux titulaires d'un Master 1 sans expérience professionnelle ou L3 ou équivalent justifiant de 3 ans d'expérience minimum ou par une Validation des Acquis Personnels et Professionnels (VAPP, avec 5 ans d'expérience professionnelle a minima) par dérogation à hauteur de 40% maximum des effectifs.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le jury est composé de 4 personnes :

1. Le Directeur du Pôle MS® et MSc – Master of Science d'emlyon business school (Président) ou son représentant
2. Le responsable du programme certifié ou son représentant
3. Un représentant du monde professionnel (entrepreneur)
4. Un représentant du monde professionnel (salarié dans le domaine de l'innovation)

Parité H/F respectée.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Le jury est composé de 4 personnes :

1. Le Directeur du Pôle MS® et MSc – Master of Science d'emlyon business school (Président) ou son représentant
2. Le responsable du programme certifié ou son représentant
3. Un représentant du monde professionnel (entrepreneur)
4. Un représentant du monde professionnel (salarié dans le domaine de l'innovation)

Parité H/F respectée.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 696 €
Selon la branche	7 000 € – 8 953 €
Prise en charge	Branches concernées
8 696 €	Valeur par défaut · 202 branches

8 953 €	CPNE Banque, CPNE FP Branche des magasins du Bricolage, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE des Télécoms
8 813 €	CPNEFP Professions de la Photographie
8 775 €	CPNEFP de la branche des entreprises du bureau et du numérique (commerces et services)
8 600 €	CPNEFP de l'habillement, mercerie, chaussure et jouet
8 396 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	01/07/2022
Durée de l'enregistrement	2 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	01/07/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2020	63	0	88 %	60 %
2019	83	0	89 %	59 %
2018	72	0	92 %	54 %

Liens avec d'autres certifications

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP39094

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://masters.em-lyon.com/fr/mastere-specialise-Entrepreneuriat-et-Management-de-l-Innovation>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36664/>