

Ingénieur d'affaires

RNCP42246 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	DIPLOVIS — Diplôme visé
Code(s) NSF	312
Formacode(s)	34590, 34254, 34085
Code(s) ROME	H1102
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/08/2027

Certificateur(s)

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE · SIRET : 11004401300040

GROUPE KEDGE BUSINESS SCHOOL · SIRET : 51400512300062

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
GROUPE KEDGE BUSINESS SCHOOL	51400512300120	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification proposée prépare au métier d'Ingénieur d'Affaires.

L'Ingénieur d'Affaires exerce une fonction commerciale et managériale inter-entreprises dans un environnement complexe et à dimension souvent technologique. Il élabore une offre (biens, services, solutions) créatrice de valeur, adaptée aux attentes et besoins spécifiques du client. Il conduit l'affaire dans le respect des objectifs déterminés : délais, qualité et coûts. Il est amené de manière courante à intervenir à l'international.

Sensible aux attentes des parties prenantes, négociateur à forts enjeux, à l'aise dans les problématiques transversales et transdisciplinaires, capable d'aborder la complexité des affaires, l'ingénieur d'affaires possède un profil d'expert à la fois technique, commercial et managérial adapté aux enjeux de compétitivité des entreprises dans des pays, secteurs ou des domaines visés.

Dans des environnements ou des territoires en développement où les attendus des acteurs sont multiples, les ingénieurs d'affaires constituent des ressources clés pour les entreprises en tant qu'apporteurs de solutions en milieu BtoB grâce à leur double compétence management / technologies.

Endossant le rôle de « créateur de valeur », ils sont appelés à gérer des projets où leurs compétences distinctives sont la maîtrise de la co-construction d'une solution complexe avec les parties prenantes et la création de valeur en milieu d'affaires. Pour ce faire, ils interviennent dès l'amont des projets par l'analyse approfondie du marché de l'entreprise afin de détecter des opportunités d'affaires en intégrant les aspects fonctionnels, techniques et financiers d'une affaire ainsi que la prise risque (offre « sur mesure »).

En véritable chef de projet, l'ingénieur d'affaires détient un haut degré de connaissances techniques, technologiques et méthodologiques en ce qui concerne la structuration d'une affaire et son suivi. A ce titre, il exerce des responsabilités dans le cadre d'enjeux business forts et de cycles d'affaires souvent longs. En parallèle de la gestion de ses projets, l'ingénieur d'affaires doit entretenir son portefeuille clients via des contacts réguliers. « Inventeur » de

business, son objectif est de leur proposer de nouveaux produits tout en veillant au maintien d'un niveau de rentabilité satisfaisant.

Il est presque toujours rattaché à la direction commerciale ou à la direction générale. Il entretient des liens fonctionnels et transversaux avec le service Recherche et Développement, la production, les services techniques, le juridique et le financier, ceci avec une large autonomie.

ACTIVITÉS VISÉES

Spécialiste par excellence de la vente BtoB et de la négociation de prestations de produits et services complexes et à forte valeur ajoutée, l'ingénieur d'affaires est un concepteur d'offres sur mesure, spécialiste de la conception d'une solution globale répondant au plus près aux besoins de son client. Il doit détecter dans un premier temps ces besoins (techniques, fonctionnels, marketing, services...) et organise une veille systématique dans ce sens, pour ensuite qualifier la nature et les enjeux (métier et business) du besoin du client.

Hors affaire, il conduit des analyses stratégiques de type études de marché pour estimer son potentiel de développement d'affaires et répond aux appels d'offre. A ce niveau, les « analyses de milieu » qu'il mène lui permettent d'identifier les cibles d'affaires mais aussi les partenaires stratégiques ou opportunistes qu'il pourra également approcher grâce aux actions de lobbying et d'influence qu'il conduit sur le terrain. Il initie à ce niveau un plan d'action relationnel.

Ces initiatives vont lui permettre de formuler des tactiques de développement d'affaires souvent complexes (longues et techniques). Il conçoit, rédige et suit un plan de développement d'affaires, en lien et avec l'appui de sa direction générale, de même qu'il interagit avec les responsables de comptes clés et les parties prenantes externes ou internes de son entreprise (R&D, marketing, achats, Finance, juridique, qualité...), notamment lors de la conception des offres clients.

A force d'analyser l'expérience et les usages de ses actuels et futurs clients, il est en mesure à terme de développer des solutions/offres innovantes couvrant des territoires de besoins non couverts chez ses prospects et clients. La proposition commerciale qu'il formalise au client nécessite qu'il puisse connaître les tenants et aboutissants non seulement techniques, mais aussi juridiques, financiers et RSE de l'offre. Ses qualités de négociateur sont essentielles, tout au long de la gestion de l'affaire et nécessitent de bonnes capacités argumentaires ainsi qu'une bonne maîtrise de la communication commerciale tant à l'oral qu'à l'écrit. Il est en mesure de négocier en langue anglaise de la même façon.

L'ingénieur d'affaire est un spécialiste de la conduite de projets à forts enjeux, et à ce titre notamment lorsqu'il travaille à l'international, il est capable d'animer des équipes pluridisciplinaires et multiculturelles. Il pilote la stratégie achats de son projet d'affaires, détermine le cadre, la nature et le financement des actions à mener ; pour mesurer l'impact de ses actions, il s'appuie sur les outils et tableaux de bord permettant de mesurer la performance tant financière que non financière du projet ; il sait également définir et anticiper les risques.

Sa forte expertise technique du domaine dans lequel il interagit, dans un contexte où il est également en mesure de mobiliser des ressources technologiques et numériques nécessaires à l'amélioration des réponses (configuration de l'offre) apportées au client, est essentielle.

Manager de projets mais aussi d'équipes, il anime et fédère des collectifs et des individus.

Les activités sont donc ainsi structurées :

A.1 Conduite d'une analyse stratégique

- Organisation de la veille stratégique
- Mise en oeuvre d'une étude de marché destinée à évaluer un potentiel d'affaires (en France et à l'international)
- Identification des besoins non satisfaits
- Conception de la stratégie marketing « porte d'entrée »

A2.1 Collecte et analyse de données

- Documentation d'un outil de remontée d'informations/veille sur les appels d'offres
- Analyse de milieu (marketing « hors affaires »)

A2.2 Préparation de la stratégie de Développement d'affaires

- Conception, rédaction et suivi du plan d'affaires
- Formalisation et exécution des plans de compte avec les Responsables comptes clés
- Communication et ajustements avec la Direction Générale
- Définition et construction d'une offre technique par segment de clientèle (produit/service, solution)

A3. Maîtrise complète d'un cycle de vente d'affaires complexes

- Mobilisation de tactiques d'influence en amont
- Formalisation d'une proposition commerciale adaptée spécifiquement au client

- Définition de tactiques avalées à l'issue de la signature de l'affaire

A4.1 Préparation d'une négociation d'affaires

- Elaboration du cahier des charges avec spécificités des attentes /du besoin client
- Préparation de voies d'optimisation possibles dans la réponse au client
- Construction argumentaire de l'offre proposée, en lien avec le marketing

A4.2 Gestion de la négociation d'affaires

- Définition d'une stratégie d'approche et de négociation spécifique (proposition de valeur)
- Elaboration de supports et de présentations impactantes en français et/ou en anglais
- Négociation permanente des allocations de ressources en interne (RH, techniques, financières)

A5.1 Organisation du projet d'affaires

- Définition du cadre d'action du projet
- Choix et briefing des parties prenantes

A5.2 Mise en œuvre et conduite du projet d'affaires

- Elaboration de la stratégie d'achats
- Contrôle de la performance, de la conformité et de l'efficacité du projet (outils, processus)
- Estimation des risques
- Reporting permanent sur l'avancement
- Conduite des équipes et résolution de problèmes

A6.1 Identification de partenariats stratégiques en France et à l'international

- Actions de rapprochement des acteurs socio-économiques clés
- Prises de contact avec les acteurs (business et non business) de la zone d'affaires cible

A6.2 Pilotage d'un plan d'action relationnel sur chaque affaire

- Mise en place (en amont) d'événements ou participation à des événements apporteurs d'affaires
- Identification de partenaires clés sur chaque affaire à déployer

A7. Design de solutions au client

- Choix de logiciels et systèmes technologiques adaptés à la proposition d'offre
- Mobilisation des ressources technologiques :
- Conception d'un design d'offre améliorant l'expérience client
- Optimisation de la proposition aux plans financier, achat, opérations et ressources allouées au projet d'affaires.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1- Organiser une veille stratégique (économique, financière et sectorielle) relative aux marchés visés, en suivant l'actualité des comptes clés, prospects et concurrents, en vue de détecter les opportunités et menaces commerciales

C2- En s'appuyant sur les analyses de veille, initier une mesure des potentiels d'un territoire ou d'un domaine (en France et à l'international) par la conduite d'une étude de marché incluant l'analyse de la concurrence et des facteurs culturels et structurels caractérisant ce domaine/territoire, dans le but d'estimer un potentiel de développement d'affaires et leurs facteurs clés de succès relatifs

C3- Identifier les besoins du marché non satisfaits en analysant l'expérience des clients et usagers afin de développer des solutions innovantes et différenciantes, en France comme à l'international

C4- Proposer une stratégie marketing «porte d'entrée» sur un territoire ou un domaine de développement, prévoyant la détermination de critères de sélection des opportunités d'affaires (matrice screening), afin de clairement identifier les acteurs-cibles du portefeuille

C5- Piloter les actions de documentation de l'outil de gestion de portefeuille, en organisant la remontée des informations business collectées, afin de décider de l'opportunité de répondre à un appel d'offres

C6- Conduire une analyse de milieu en récoltant et en interprétant des informations secondaires et primaires afin d'identifier les acteurs à cibler dans une démarche de marketing "hors affaire" (lobbying, actions d'influence...)

C7- Concevoir, rédiger et suivre un plan de développement d'affaires, en veillant à informer régulièrement sa direction générale sur le potentiel de prise de commande, afin d'ajuster le plan de développement si nécessaire

C8- Interagir régulièrement avec les responsables de compte clé, en échangeant les informations détaillées sur les projets clients, afin de formaliser et exécuter des «plans de compte»

C9- Elaborer une stratégie d'offre générique par segment soutenue par une analyse fonctionnelle, en vue de la défendre devant le client.

C10 - Concevoir et mettre en œuvre des tactiques de développement "amont" (influence, compréhension et clarification des attentes client, analyse de l'environnement de l'affaire...) afin de faire émerger un projet d'affaires conforme aux intérêts du client et de l'entreprise

C11- Formaliser au client une proposition commerciale présentant des solutions techniques, financières, juridiques, environnementales et sociétales adaptées, compte tenu notamment du cadre spécifique de la zone géographique ciblée, afin de maximiser les possibilités de remporter l'affaire

C12 - A l'issue de la signature de l'affaire avec le client, définir des tactiques de développement "avales" (choix de traitement intégral de l'affaire, co- ou sous-traitement...) en tenant compte des aléas possibles, et afin de conserver la rentabilité/compétitivité attendue (performance, coûts, délais)

C13- En amont de la négociation, clarifier les attentes (explicites ou latentes) du client en questionnant son cahier des charges sur des points précis, par différentes voies d'échanges (réunions, visioconférences, mails, ...), afin de tester son ouverture à des propositions d'optimisation.

C14- Co-construire avec les experts marketing l'argumentaire de réponse au client relatif aux solutions que l'entreprise souhaite soumettre, en formalisant la proposition de valeur, les clients cibles et les bénéfices clients sur les différents segments, afin de renforcer l'adhésion et la compréhension du client sur les solutions proposées

C15- Tout au long de la négociation avec le client, et afin de capter son intérêt pour l'affaire, valoriser l'offre auprès de lui et des parties prenantes du projet, par le biais de présentations impactantes - formulées en français ou en Anglais - et en apportant des réponses aux questions survenant au fil des exposés

C16- Négocier en interne l'allocation des ressources nécessaires au développement du/des projets d'affaires en cours, en intervenant dans les instances ad hoc (comité d'engagement...), afin maintenir le niveau des engagements (techniques, technologiques, financiers, humains...) permettant de se positionner sur les projets

C17- Définir un cadre d'action projet dans une logique de pilotage intégré, en phasant l'engagement des différentes parties prenantes du projet (institutions, clients, fournisseurs), afin de respecter l'échéancier et le budget définis.

C18- Elaborer la stratégie achats du projet en relation avec le ou les services achats concernés, en intégrant les fournisseurs et partenaires sélectionnés, afin de gérer le flux continu d'approvisionnements du projet.

C19- Piloter la performance et le contrôle d'efficacité du projet par un suivi de délais, coûts et ressources engagées, de manière proactive et réactive, en s'appuyant des tableaux de bord et de planification, afin de limiter les dérives liées à l'intégration des éléments imprévus.

C20- Structurer les projets d'affaire, en s'appuyant sur les différents outils de décomposition des tâches et ressources, (WBS, OBS etc.), en tenant compte de la nature de l'affaire (éléments géographiques, fonctionnels, chronologiques, ...) de manière à en assurer le contrôle et d'être en capacité de produire le reporting attendu.

C21- Procéder à des réestimations régulières des risques projet, en contrôlant les attendus de conformité aux différentes étapes et en analysant les modes de défaillance, leurs effets et leur criticité

C22- Développer un management d'ensemble adapté à la conduite transversale d'équipes projet, incluant la résolution de problèmes et privilégiant un fonctionnement réseau, afin de garantir la qualité de coordination, de suivi et d'évaluation du travail collectif réalisé

C23- Identifier les interlocuteurs socio-économiques en lien avec les choix de développement souhaités par l'entreprise, tant internes qu'externes aux dispositifs, dans le but de créer un réseau de partenaires susceptibles d'appuyer une logique d'alliance stratégique et d'intelligence compétitive (partenariats opportunistes)

C24- Orchestrer un réseau d'acteurs business et non business en démarchant influenceurs et prescripteurs du domaine d'activité et de la zone concernées afin de spécifier les données client (CRM) et d'orienter le plan marketing.

C25- Densifier son réseau avec les parties prenantes clé d'un milieu en organisant et participant à des événements afin de se légitimer, d'anticiper voire de faire émerger les futures affaires.

C26- Initier un plan d'action relationnel sur l'affaire, en s'appuyant sur les acteurs clés identifiés, afin de maximiser les chances de succès de son entreprise.

C27- Manipuler les logiciels et systèmes issus des nouvelles technologies (data science, intelligence artificielle...) afin de faciliter le design des solutions proposées au client (études de marché, analyses d'opportunités, solutions cloud...) ainsi que le dialogue entre les équipes techniques (ingénieurs, R&D...) et commerciales

C28- Mobiliser les ressources technologiques et numériques nécessaires à l'amélioration des processus (expérience client, chaînes d'approvisionnement, rendement financier...) afin de mieux atteindre les objectifs de développement et d'optimiser les opérations

Blocs de compétences

RNCP42246BC01 — Dessiner le cadre stratégique des affaires

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1- Organiser une veille stratégique (économique, financière et sectorielle) relative aux marchés visés, en suivant l'actualité des comptes clés, prospects et concurrents, en vue de détecter les opportunités et menaces commerciales.
- C2- En s'appuyant sur les analyses de veille, initier une mesure des potentiels d'un territoire ou d'un domaine (en France et à l'international) par la conduite d'une étude de marché incluant l'analyse de la concurrence et des facteurs culturels et structurels caractérisant ce domaine/territoire, dans le but d'estimer un potentiel de développement d'affaires et leurs facteurs clés de succès relatifs.
- C3- Identifier les besoins du marché non satisfaits en analysant l'expérience des clients et usagers afin de développer des solutions innovantes et différenciantes, en France comme à l'international.
- C4- Proposer une stratégie marketing «porte d'entrée» sur un territoire ou un domaine de développement, prévoyant la détermination de critères de sélection des opportunités d'affaires (matrice screening), afin de clairement identifier les acteurs-cibles du portefeuille.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Dossier de recommandation (validation C1 à C4)

Au travers d'une simulation de type business game, le candidat doit formuler :

- L'analyse et le diagnostic de l'offre concurrentielle
- L'identification des éléments structurant le plan marketing
- La qualification des cibles marketing

Epreuve écrite individuelle

2/ Elaboration d'une offre/solution innovante et différenciante en réponse à un besoin détecté (validation C3-C4)

La proposition est élaborée à partir d'une démarche «design thinking » incluant :

- La caractérisation des types d'utilisateurs
- L'analyse des parcours d'usage
- L'identification des besoins non satisfaits (insights).
- La réalisation d'un benchmark des solutions existantes (concurrence directe et indirecte)
- L'identification des sources optimales de création de valeur
- Des propositions innovantes permettant l'amélioration de l'expérience client

Epreuve écrite individuelle

RNCP42246BC02 — Elaborer une stratégie de développement internationale d'affaires à forte dimension technique

LISTE DE COMPÉTENCES

- C5- Piloter les actions de documentation de l'outil de gestion de portefeuille, en organisant la remontée des informations business collectées, afin de décider de l'opportunité de répondre à un appel d'offres.
- C6- Conduire une analyse de milieu en récoltant et en interprétant des informations secondaires et primaires afin d'identifier les acteurs à cibler dans une démarche de marketing "hors affaire" (lobbying, actions d'influence...).
- C7- Concevoir, rédiger et suivre un plan de développement d'affaires, en veillant à informer régulièrement sa direction générale sur le potentiel de prise de commande, afin d'ajuster le plan de développement si nécessaire.
- C8- Interagir régulièrement avec les responsables de compte clé, en échangeant les informations détaillées sur les projets clients, afin de formaliser et exécuter des «plans de compte».
- C9- Elaborer une stratégie d'offre générique par segment soutenue par une analyse fonctionnelle, en vue de la défendre devant le client.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas marketing, comprenant deux types d'informations attendues :

1. L'analyse d'un prospect-clé intégrant les éléments suivants (validation C5 à C8) :

- L'identification des acteurs du centre d'achat (profil et fonctions)
- Les rôles et positionnements de ces acteurs : motivations, niveau décisionnel, ouverture à des propositions innovantes, périmètres décisionnels, phase dans laquelle ils sont mobilisés
- Le plan d'action relationnel et technico-fonctionnel maximisant les chances de succès de l'entreprise, au regard des éléments précédemment caractérisés.

1. Une proposition de valeur argumentée à destination d'un client cible identifié (validation C9)

La proposition inclut :

- Le contenu et la structuration de l'offre, le détail des sources de création de valeur : bénéfices supplémentaires,

baisse des coûts des risques ou autres

- La formulation de la proposition de valeur de cette offre en 4 points : profil client-cible (caractéristiques), bénéfice principal pour le client, preuves et promesse.

Epreuve écrite collective et soutenance individuelle

RNCP42246BC03 — Formuler des tactiques de développement d'affaires complexes

LISTE DE COMPÉTENCES

C10 - Concevoir et mettre en oeuvre des tactiques de développement "amont" (influence, compréhension et clarification des attentes client, analyse de l'environnement de l'affaire...) afin de faire émerger un projet d'affaires conforme aux intérêts du client et de l'entreprise.

C11- Formaliser au client une proposition commerciale présentant des solutions techniques, financières, juridiques, environnementales et sociétales adaptées, compte tenu notamment du cadre spécifique de la zone géographique ciblée, afin de maximiser les possibilités de remporter l'affaire.

C12 - A l'issue de la signature de l'affaire avec le client, définir des tactiques de développement "avales" (choix de traitement intégral de l'affaire, co- ou sous-traitement...) en tenant compte des aléas possibles, et afin de conserver la rentabilité/compétitivité attendue (performance, coûts, délais).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas (validation C10 à C12), validant les acquis sur toutes les étapes de la méthodologie employée par le consultant.

Celui-ci se verra proposer une mission de conseil avec une analyse de la situation, qui lui permettra de réaliser le cadrage, le diagnostic et l'étude d'impacts avant de formuler des scénarios et des préconisations dans le cadre de la conduite du changement.

Epreuve écrite individuelle

RNCP42246BC04 — Négocier un projet d'affaires à forts enjeux

LISTE DE COMPÉTENCES

C13- En amont de la négociation, clarifier les attentes (explicites ou latentes) du client en questionnant son cahier des charges sur des points précis, par différentes voies d'échanges (réunions, visioconférences, mails, ...), afin de tester son ouverture à des propositions d'optimisation.

C14- Coconstruire avec les experts marketing l'argumentaire de réponse au client relatif aux solutions que l'entreprise souhaite soumettre, en formalisant la proposition de valeur, les clients cibles et les bénéfices clients sur les différents segments, afin de renforcer l'adhésion et la compréhension du client sur les solutions proposées.

C15- Tout au long de la négociation avec le client, et afin de capter son intérêt pour l'affaire, valoriser l'offre auprès de lui et des parties prenantes du projet, par le biais de présentations impactantes - formulées en français ou en Anglais - et en apportant des réponses aux questions survenant au fil des exposés.

C16- Négocier en interne l'allocation des ressources nécessaires au développement du/des projets d'affaires en cours, en intervenant dans les instances ad hoc (comité d'engagement...), afin maintenir le niveau des engagements (techniques, technologiques, financiers, humains...) permettant de se positionner sur les projets.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation successives de négociation, dans le cadre d'une vente de solution complexe, à forts enjeux (validation C13 à C16).

Sur la base de 3 mises en situations professionnelles successives, les résultats à l'issue de chacune influant sur la ou les suivantes, recréant une situation de négociation complexe multipartite, dans un contexte de vente internationale d'équipements pour l'industrie pétrolière incluant des enjeux techniques d'exploitation (conditions extrêmes), économiques (baisse de budget), sécuritaires, écologiques (impact environnemental) et de propriété intellectuelle (innovation). Le candidat, endossant le rôle de l'ingénieur d'affaires, doit parvenir à un accord équilibré avec le client, en respectant les marges de manoeuvre qui lui sont données (points négociables et non négociables) et en atteignant les objectifs qui lui sont fixés.

La négociation doit :

- Intégrer les différents points constitutifs du cahier des charges
- Proposer des solutions techniques, économiques, juridiques et logistiques adaptées,
- Répondre aux objections du client, en faisant évoluer, si nécessaire, la proposition de valeur, tout en respectant le cadre des négociations
- Obtenir l'accord final du client

Les négociations réalisées sont évaluées par l'équipe pédagogique.
Epreuve orale individuelle

RNCP42246BC05 — Piloter un projet d'affaires à forts enjeux

LISTE DE COMPÉTENCES

- C17- Définir un cadre d'action projet dans une logique de pilotage intégré, en phasant l'engagement des différentes parties prenantes du projet (institutions, clients, fournisseurs), afin de respecter l'échéancier et le budget définis.
- C18- Elaborer la stratégie achats du projet en relation avec le ou les services achats concernés, en intégrant les fournisseurs et partenaires sélectionnés, afin de gérer le flux continu d'approvisionnements du projet.
- C19- Piloter la performance et le contrôle d'efficacité du projet par un suivi de délais, coûts et ressources engagées, de manière proactive et réactive, en s'appuyant des tableaux de bord et de planification, afin de limiter les dérivées liées à l'intégration des éléments imprévus.
- C20- Structurer les projets d'affaire, en s'appuyant sur les différents outils de décomposition des tâches et ressources, (WBS, OBS etc.), en tenant compte de la nature de l'affaire (éléments géographiques, fonctionnels, chronologiques, ...) de manière à en assurer le contrôle et d'être en capacité de produire le reporting attendu.
- C21- Procéder à des réestimations régulières des risques projet, en contrôlant les attendus de conformité aux différentes étapes et en analysant les modes de défaillance, leurs effets et leur criticité.
- C22- Développer un management d'ensemble adapté à la conduite transversale d'équipes projet, incluant la résolution de problèmes et privilégiant un fonctionnement réseau, afin de garantir la qualité de coordination, de suivi et d'évaluation du travail collectif réalisé.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas relative à l'Ingénierie et au Management de grands projets, qui comprend (validation C17 à C22) :

- Une structuration initiale du projet
- La charte de management de projet soutenant la communication des éléments clés aux parties prenantes
- Les modes de coopérations retenus pour les différents partenaires et fournisseurs
- Le schéma de gestion des approvisionnements dans le cadre d'une stratégie d'externalisation et de coopération
- Une prise en compte des coûts associés et des risques

Composition écrite individuelle

RNCP42246BC06 — Mettre en œuvre une politique d'alliances stratégiques et de partenariats opportunistes

LISTE DE COMPÉTENCES

- C23- Identifier les interlocuteurs socio-économiques en lien avec les choix de développement souhaités par l'entreprise, tant internes qu'externes aux dispositifs, dans le but de créer un réseau de partenaires susceptibles d'appuyer une logique d'alliance stratégique et d'intelligence compétitive (partenariats opportunistes).
- C24- Orchestrer un réseau d'acteurs business et non business en démarchant influenceurs et prescripteurs du domaine d'activité et de la zone concernées afin de spécifier les données client (CRM) et d'orienter le plan marketing.
- C25- Densifier son réseau avec les parties prenantes clé d'un milieu en organisant et participant à des événements afin de se légitimer, d'anticiper voire de faire émerger les futures affaires.
- C26- Initier un plan d'action relationnel sur l'affaire, en s'appuyant sur les acteurs clés identifiés, afin de maximiser les chances de succès de son entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas menée dans le cadre de la réalisation d'un développement international d'une entreprise travaillant à l'étranger, le candidat aura à réaliser (validation C23 à C26) :

- 1/ Hors affaire : une analyse de milieu dans un pays étranger donné qui les conduira à définir les cibles relationnelles et les moyens de les atteindre
 - 2/ Sur une affaire : une analyse visant à identifier les partenaires à intégrer, afin de maximiser ses chances de succès
- Epreuve écrite individuelle

RNCP42246BC07 — Maîtriser la technologie au service du développement d'affaires

LISTE DE COMPÉTENCES

- C27- Manipuler les logiciels et systèmes issus des nouvelles technologies (data science, intelligence artificielle...) afin de faciliter le design des solutions proposées au client (études de marché, analyses d'opportunités, solutions cloud...) ainsi que le dialogue entre les équipes techniques (ingénieurs, R&D...) et commerciales
- C28- Mobiliser les ressources technologiques et numériques nécessaires à l'amélioration des processus (expérience

client, chaînes d'approvisionnement, rendement financier...) afin de mieux atteindre les objectifs de développement et d'optimiser les opérations

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1/ Certification TOSA Excel (validation C27)

2/ Dossier d'analyse stratégique (validation C27-C28)

Il s'agit de développer une campagne de marketing digital d'une marque.

Le candidat doit développer les moyens nécessaires à l'atteinte d'un objectif donné. Le dossier abordera : buyer persona, nature des canaux de distribution, contenus, analyse concurrentielle, données massives, indicateurs de performance, objectifs SMART, budget et planification, allocation des ressources.

Epreuve écrite individuelle

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

On trouve des ingénieurs d'affaires dans des entreprises de toutes tailles. Dans de grandes entreprises industrielles, mais aussi au sein de cabinets d'ingénierie ou d'entreprises prestataires de services en conseil et en audit.

Secteurs d'activités*:

Les secteurs d'activités sont, de la même façon, variés. L'expertise métier que privilégie le/la candidat(e) à l'issue de la formation, lui donne l'opportunité d'occuper des postes de cadres commerciaux à haut niveau de responsabilités, dans des organisations soucieuses de développer des activités et/ou des projets où la dimension de développement de solutions très techniques, technologiques ou innovantes est avérée.

Nos certifiés sont particulièrement employés dans les secteurs suivants :

- BTP / Construction
- Aéronautique / Défense / Navale / Ferroviaire
- Transport
- Energie / Environnement
- Mécanique / Electronique
- Télécom / Numérique
- Services à l'industrie
- Chimie / bio-industries
- Industrie automobile
- Sociétés d'ingénierie, bureaux d'étude

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Management Commercial :

- Management Commercial
- Ingénieur d'affaires
- Business manager
- Business développeur
- Ingénieur commercial
- Ingénieur avant-vente
- Key Account Manager

Achats Industriels :

- Achats industriels
- Acheteur industriel projet
- Responsable supply chain projets
- Responsable logistique projets

Conseil :

- Conseil
- Consultant métiers
- Consultant en ingénierie
- Conseil en technologie et bureau d'études
- Consultant en transformation digitale
- Chef de projet

Emplois accessible après expérience :

- Responsable du développement commercial - Directeur commercial
- Senior partner associé - Business developer seniors
- Responsable grands comptes

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

NON

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)	Élevée (4/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 3 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Intensité d'embauche, Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 556 €
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée)
Projets de recrutement (BMO 2026)	31 127
Jugés difficiles à recruter	41 %
Emplois saisonniers	2 %
Familles professionnelles (FAP)	R2X80 — Attachés commerciaux R4X91 — Technico-commerciaux

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Sont attendus les candidats présentant les prérequis suivants :

- Les candidats sans expérience professionnelle, issus des filières scientifiques, technologiques, technico-commerciales, disposant a minima d'un diplôme de niveau BAC+2 (BTS, DUT, Licence 2, etc.) ou d'un équivalent comprenant 120 crédits ECTS validés.
- Les candidats sans expérience professionnelle titulaires d'une certification de niveau 5 inscrite au RNCP
- Les candidats bénéficiant d'expériences professionnelles et personnelles et souhaitant faire valoir leurs acquis.

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

- Président du jury (enseignant-chercheur) nommé par le Recteur d'Académie
- Recteur d'Académie, Chancelier des Universités ou de son représentant, qui assure le rôle de secrétaire du Jury
- Directeur Général de KEDGE BS, ou de son représentant
- Directeur du programme ou de son représentant
- Un représentant du corps professoral, usuellement le Doyen Associé à la faculté ou son représentant
- En cas d'impossibilité de siéger pour le Président, le Recteur d'Académie désigne le Vice-Président susceptible de le remplacer.

COMPOSITION DU JURY — VAE

- Directeur de la Formation Continue de KEDGE BS, ou son représentant, Président du jury
- Directeur de Programme, ou de son représentant
- 3 professeurs permanents, choisis en fonction de la nature de la validation demandée par le candidat
- Un ou deux représentants du monde professionnel : salarié, expert, entrepreneur, membre d'un syndicat ou autre, en activité dans le métier, le secteur ou l'activité considérée.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/08/2027

Date de dernière délivrance possible 31/08/2029

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	100	0	97 %	78 %
2018	93	0	98 %	82 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36320

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/42246/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 09/2025 à 09/2028

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).