

SPÉCIFICITÉS

Diplôme reconnu par l'État au niveau 7 - Bac+5
Enregistré au Répertoire National des Certifications
Professionnelles (RNCP) sous le code n° 41688
Délivré par Sup de V

MODALITÉS

Formation en alternance - contrat d'apprentissage

PÉDAGOGIE & ÉVALUATION

Face à face pédagogique

La certification est organisée en blocs de compétences
et peut être obtenue par blocs de compétences ou
dans son intégralité.

Formateurs titulaires d'un diplôme de niveau BAC+5
dans le domaine enseigné ou d'un diplôme équivalent
à celui enseigné avec une expérience professionnelle
dans le métier de 2 ans sur les 10 dernières années

MODALITÉS D'ADMISSION

Dossier de candidature - Entretien de motivation

PRÉ-REQUIS

- Pour intégrer le dispositif de formation sur 2 ans : être titulaire d'un diplôme Bac+3 ou d'un titre de niveau 6.
- Pour intégrer le dispositif de formation sur 1 an : Être titulaire d'un Bac+4/5 ou d'un titre de niveau 6.

PUBLIC

Jeunes de 16 à 29 ans révolus

Accessible à un public en situation de handicap

DURÉE

24 mois - 840 heures minimum en formation

Alternance de 1 à 2 semaine par mois au CFA

DÉBUT DE SESSION

Septembre

LIEU DE FORMATION

Campus CCI Drôme

52-74 rue Barthélemy de Laffemas 26000 VALENCE

TARIF

Gratuit pour l'alternant

Employeurs du secteur privé : coût de la formation
pris en charge par l'OPCO de l'employeur selon le
coût validé par France Compétences (Sous réserve
d'acceptation du dossier)

Employeurs du secteur public : financement possible
par le CNFPT

CONTACT

☎ 04 75 75 87 29 - ✉ contactcfa@drome.cci.fr



OBJECTIFS

Le diplôme Ingénieur d'Affaires vise à former des managers en charge de projets
d'affaires complexes dans un contexte B to B.

Davantage tourné solution client que promotion produit, l'Ingénieur d'Affaires
(Ingénieur Commercial, Vendeur d'Affaires) est un professionnel confirmé et
consultant recherché par les entreprises.

Sa mission première est de délivrer un chiffre d'affaires important et récurrent
sur un territoire composé d'entreprises de type PME/PMI ou Grands Comptes
(privés ou publics), tant en approche directe que par l'intermédiaire de réseaux
de partenaires. Il agit dans un cadre de grande indépendance, en relation avec
les autres compétences internes de l'entreprise (Marketing, Chefs de Projets,
Ingénieurs) ou avec des partenaires extérieurs, en vue de garantir la croissance
du chiffre d'affaires, de la marge et de l'image de l'entreprise.

L'Ingénieur d'Affaires est proactif, il conçoit et organise ses activités en fonction
des objectifs à réaliser et est soucieux de créer des relations durables avec ses
clients.

A l'issue de la formation, le candidat est capable de :

- Identifier de nouvelles opportunités d'affaires
- Construire une relation de confiance durable avec les clients, à comprendre
leurs enjeux métiers et à co-crée des solutions adaptées
- Négocier et piloter des affaires dans des environnements B2B stratégiques
et internationaux.
- Être en mesure de manager des équipes pluridisciplinaires et multiculturelles,
en assurant la cohésion, la communication et la performance collective.

EMPLOIS VISÉS

Exemples de postes :

- Ingénieur d'affaires, Ingénieur commercial,
- Commercial, responsable commercial, sales manager,
- Business developer,
- Key account manager, responsable grands comptes,
- Chargé d'affaires,
- Ingénieur technico-commercial,
- Consultant d'affaires (en ESN),
- Manager commercial BtoB.

- PROGRAMME -

Bloc 1 - Management de l'information et des réseaux stratégiques en vue de la détection d'opportunités et du développement d'affaires complexes à haute valeur ajoutée - 169 h

1.1 - Conduite d'une démarche d'intelligence économique et stratégique

- Appréhender les nouveaux enjeux stratégiques
- Conduire une démarche d'intelligence économique et stratégique
- Bâtir une stratégie marketing efficace
- Analyser la performance marketing
- Élaborer un diagnostic de l'entreprise et de son marché

1.2 Constitution et animation de réseaux porteurs de développement d'affaires et de partenariats

- Comprendre le secteur (territoire) et analyser les caractéristiques sectorielles
- Constituer et animer un réseau professionnel et créer des partenariats pour générer des gisements de valeur

Bloc 2 - Élaboration d'une stratégie de développement d'affaires complexes à haute Valeur Ajoutée - 243,75 h

2.1 Conception d'un plan stratégique de détection et de développement d'affaires

- Comprendre les stratégies d'entreprises (sectorisées)
- Construire une stratégie marketing omnicanale pour optimiser l'expérience client
- Appréhender les spécificités du marketing de services
- Maîtriser les fondamentaux du marketing digital
- Construire un plan stratégique de développement commercial
- Mettre en place un CRM efficace
- Gagner des marchés publics

2.2 Conception d'un plan de développement Grand Compte

- Conquérir et fidéliser les Grands Comptes

2.3 Développement d'une nouvelle activité

- Élaborer et valider un business model
- Réaliser une étude de marché
- Déterminer le cadre juridique du projet de nouvelle activité
- Concevoir un business plan
- Réussir un pitch

Bloc 3 - Qualification, conception et négociation d'affaires complexes à haute Valeur Ajoutée - 149.25 h

3.1 Qualification des besoins d'une entreprise cliente ou prospect et élaboration d'une solution sur mesure

- Détecter, analyser et qualifier les besoins
- Évaluer le risque client
- Valider le projet commercial en interne
- Élaborer une offre commerciale complexe
- Consolider ses connaissances financières et garantir la rentabilité d'un projet commercial

3.2 Négociation et contractualisation d'une proposition commerciale

- Négocier une offre complexe
- Développer l'intelligence émotionnelle
- Contractualiser et sécuriser une affaire

Bloc 4 - Pilotage de la mise en œuvre, du suivi et de l'évaluation de projets d'affaires complexes à haute valeur ajoutée - 263.5h

4.1 Supervision de la mise en œuvre, du suivi et de l'évaluation de l'affaire

- Piloter des projets commerciaux et constituer une équipe projet
- Analyser le parcours client et évaluer la satisfaction client
- Analyser la performance organisationnelle et financière de l'activité commerciale d'une Business Unit

4.2 Management d'équipes internes et de contributeurs externes impliqués dans la conduite de l'affaire

- Accompagner le développement des compétences / performances de l'équipe et les transformations (digitale, organisationnelle, ...)
- Manager une équipe dans différents contextes (multiculturel, diversité, ...)
- Optimiser son potentiel professionnel par le jeu théâtral et la gestion du stress
- Business English communication skills
- Développer l'innovation et la créativité par le design thinking