

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b>  <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b>  <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'ÉVALUATION</b>  <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>DOMAINE DE COMPETENCES N° 1 : Elaboration et pilotage de la stratégie de développement de son unité/service</b>			
<p><b>Principales activités :</b></p> <p>L'exercice d'une veille économique, concurrentielle et juridique</p> <p>L'élaboration du plan de développement</p> <p>Le pilotage du plan d'actions</p> <p>Le suivi et l'ajustement des actions réalisées</p>	<p><b>En tenant compte de la politique générale de son entreprise et en s'appuyant sur l'analyse de son marché et de son environnement socio-économique, élaborer et piloter la stratégie de développement de son unité/service, en établissant un plan d'actions concerté avec sa direction et en supervisant sa mise en œuvre.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Accomplir une veille documentaire dans les domaines ayant potentiellement un impact sur son activité, en identifiant les sources d'information d'ordres économiques, juridiques, politiques ou socio-culturelles pertinentes au regard de ses problématiques professionnelles et en organisant la collecte et le traitement des données.</li> <li>• Analyser les évolutions et l'actualité de son secteur d'activité, en s'appuyant sur la consultation des informations collectées au cours de sa veille dans les rapports officiels et la presse spécialisée ou à l'occasion de sa participation aux conférences, colloques et salons de son secteur.</li> <li>• Repérer les tendances, menaces, opportunités et gisements de croissance potentiels de son marché, en</li> </ul>	<p>Productions attendues des candidats</p> <p><b>Un plan de développement commercial</b> comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'analyse du marché,</li> <li>- le plan d'actions,</li> <li>- le calendrier des opérations,</li> <li>- le budget prévisionnel.</li> </ul>	<p>Identification des sources pertinentes</p> <p>Qualité du traitement des informations</p> <p>Prise en compte du contexte socio-économique</p> <p>Pertinence de l'analyse du marché</p> <p>Identification de ses forces,</p>

	<p>étudiant les indices de conjoncture économiques et la stratégie de la concurrence, et en évaluant l'incidence des facteurs géopolitiques, socio-culturels et législatifs sur son activité.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les actions et études complémentaires à mener, du type enquêtes de satisfaction ou exploitation des données issues de ses outils de gestion CRM, afin de préciser sa cible client et de caractériser l'évolution de ses comportements, besoins et attentes.</li> <li>• Définir ses avantages concurrentiels au regard des différentes études menées, en analysant ses forces et faiblesses vis-à-vis du marché et de la concurrence, et en identifiant ses voies de progrès et axes d'amélioration.</li> <li>• Concevoir la stratégie de développement commercial de son entité, en se fondant sur le résultat des analyses de son environnement économique et en veillant à sa cohérence avec la politique entrepreneuriale fixée par sa direction générale.</li> <li>• Déterminer les différentes actions concrétisant ses orientations stratégiques, en prévoyant leurs conditions et calendrier de réalisation, et en évaluant les moyens humains et financiers nécessaires à leur mise en œuvre.</li> <li>• Présenter ses préconisations à sa direction générale en développant un argumentaire justifiant leur bienfondé, afin de les faire valider et/ou de définir les ajustements à leur apporter.</li> <li>• Elaborer le plan d'actions définitif en fonction des observations de sa direction, en établissant son retroplanning et son cadre budgétaire, en déterminant les objectifs qualitatifs et quantitatifs visés, et en construisant les outils de mesure et de pilotage permettant de suivre son déroulement.</li> <li>• Superviser la mise en œuvre du plan d'actions, en</li> </ul>	<p><i>Conditions d'évaluation pour les candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas</p> <p>Travail individuel</p> <p>Production écrite et orale</p>	<p>faiblesses et avantages concurrentiels</p> <p>Cohérence de la stratégie adoptée au regard de la politique de l'entreprise et des facteurs externes</p> <p>Pertinence des actions proposées</p> <p>Structuration des modalités de mise en œuvre, de suivi et d'évaluation</p> <p>Réalisme du retroplanning</p> <p>Exactitude et vraisemblance des prévisions budgétaires</p> <p>Qualité de l'argumentaire et de la justification des choix opérés</p>
--	--	--	---

	<p>veillant au respect des critères de coût, délai et qualité fixés au moyen de ses indicateurs de performance, et en décidant des mesures correctives à mettre en œuvre au regard du déroulement des opérations.</p>		
<p><b>DOMAINE DE COMPETENCES N° 2 : Organisation et pilotage de l'activité de son unité/service</b></p>			
<p><b>Principales activités :</b></p> <p>L'organisation du fonctionnement interne de son entité</p> <p>La planification et la supervision de l'activité</p> <p>La supervision de la gestion administrative, juridique et budgétaire</p> <p>Le <i>reporting</i> de l'activité à sa direction générale</p>	<p><b>En organisant de façon optimale sa structure et son fonctionnement au regard des objectifs principalement économiques et commerciaux définis en accord avec sa direction, piloter l'activité de son unité/service, en supervisant le travail de ses collaborateurs et en veillant à la tenue des objectifs visés ainsi qu'à la conformité des conditions de travail et de délivrance de son offre produit/service.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Traduire les orientations politiques et stratégiques de son entreprise dans l'activité de son entité, en définissant de concert avec sa direction les objectifs assignés à sa structure, qu'ils soient d'ordre économique et commercial ou relatifs à son offre produit/service et à la RSE.</li> <li>• Structurer l'organisation interne de son entité, en établissant son organigramme fonctionnel et en déterminant les rôles, périmètre d'action et champ de responsabilité de ses collaborateurs, afin d'optimiser son fonctionnement et d'assurer l'atteinte des objectifs fixés.</li> <li>• Planifier l'affectation des ressources humaines nécessaires au bon fonctionnement et à la continuité de son activité, en tenant compte de ses prévisions d'activité et de ses projets de développement, et en</li> </ul>	<p>Productions attendues des candidats</p> <p>1/</p> <p><b>Un plan d'organisation et de pilotage</b> comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la structuration de l'organisation générale et son organigramme fonctionnel,</li> <li>- la planification de l'affectation des ressources humaines,</li> <li>- les indicateurs de suivi de l'activité et d'évaluation de la performance.</li> </ul>	<p>1/</p> <p>Prise en considération des objectifs à atteindre</p> <p>Analyse du fonctionnement de la structure et des besoins générés par son activité</p> <p>Définition claire et cohérente des périmètres d'action et de responsabilité des collaborateurs</p> <p>Pertinence de la structuration de l'organigramme fonctionnel</p>

	<p>veillant au respect du droit du travail et à l'application de la convention collective de sa branche.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superviser les opérations d'administration du personnel en lien avec le service concerné, en s'assurant de la conformité et de l'effectivité de la gestion de la paie, du temps et des contrats de travail, au regard des obligations réglementaires.</li> <li>• Garantir la protection et la sécurité des employés et du public de son entité, en vérifiant la conformité des espaces de travail et d'accueil au regard des dispositions réglementaires en matière d'hygiène et sécurité, et en mettant en œuvre – le cas échéant – les actions nécessaires à leur mise aux normes.</li> <li>• Mettre en œuvre une stratégie d'achat rationnelle et favorisant l'optimisation et la réduction des coûts, en définissant des critères de sélection de fournisseurs tenant compte des standards de qualité de son entreprise, et en négociant les conditions de délivrance de leurs prestations.</li> <li>• Superviser le travail de ses équipes, en contrôlant la mise en application des procédures et processus garantissant la production ou la fourniture des biens et services à ses clients, dans le respect des standards de qualité de son entreprise.</li> <li>• Gérer les aléas et incidents pouvant survenir en accompagnant ses équipes dans leur résolution, en identifiant les mesures permettant d'assurer la continuité du service ou de la production et préservant les intérêts de ses clients et de l'entreprise.</li> <li>• Vérifier la tenue des objectifs assignés à ses équipes et à son entité, en analysant les indicateurs de performance et tableaux de bord quantifiant les résultats obtenus, afin de déterminer les mesures correctives à mettre en</li> </ul>	<p>2/ <b>La sélection d'un prestataire et la négociation de ses services</b></p>	<p>Evaluation des ressources mobilisables et à mobiliser</p> <p>Planification des besoins en ressources humaines assurant la continuité de l'activité dans le respect de la législation en vigueur</p> <p>Pertinence et commodité de suivi des indicateurs de performance</p> <p>2/ Définition du besoin</p> <p>Pertinence de la détermination des critères de sélection</p> <p>Qualité de la prise d'informations sur les fournisseurs</p> <p>Justesse du choix au regard des critères définis et des</p>
--	--	--	--

	<p>œuvre.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendre compte régulièrement de son activité à sa direction générale, en formalisant les documents restituant les résultats de son entité et en l'assistant dans la prise de décision face aux éventuels problèmes rencontrés.</li> </ul>	<p><i>Conditions d'évaluation pour les candidats issus de la formation</i></p> <p>1/ Etude de cas Travail individuel Production écrite</p> <p>2/ Etude de cas Travail individuel Production orale et écrite</p>	<p>prestations proposées</p> <p>Stratégie de négociation</p>
<p><b>DOMAINE DE COMPETENCES N° 3 : Développement des ressources humaines de son unité/service</b></p>			
<p><i>Principales activités :</i></p> <p>Le recrutement et l'intégration de</p>	<p><b>En organisant la constitution et l'évolution de ses équipes au regard des besoins de son activité et de ses perspectives de développement, développer les ressources humaines de son unité/service, en identifiant et en mettant en œuvre</b></p>	<p>Productions attendues des candidats</p>	

<p>nouveaux collaborateurs</p> <p>L'établissement du plan de formation de son entité</p> <p>La gestion de carrière de ses collaborateurs</p> <p>La conduite d'entretiens individuels</p>	<p><b>les actions permettant l'actualisation et le développement des compétences individuelles et collectives de ses collaborateurs, tout en favorisant leur mobilité et l'évolution de leur carrière.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluer les besoins en recrutement et compétences de son entité, en prenant en considération ses prévisions d'activité, ses perspectives de développement et la mobilité interne ou externe des membres de son équipe, afin d'établir un planning de recrutement anticipant les évolutions de l'entreprise à moyen et long termes.</li> <li>• Définir les profils des candidats recherchés conjointement avec le service des ressources humaines de son entreprise, en tenant compte des besoins en compétences identifiés et des spécificités et exigences particulières des postes à pourvoir.</li> <li>• Superviser le processus de recrutement, en suivant les différentes étapes de recherche et de pré-sélection des candidats, et en coordonnant l'action des équipes internes ou du prestataire externe impliqués.</li> <li>• Recruter de nouveaux collaborateurs, en conduisant les entretiens permettant de vérifier l'adéquation de leurs compétences, de leur expérience et de leur motivation avec les besoins, la culture et le projet de son entreprise, et en mettant en œuvre les conditions favorisant leur intégration au sein de l'entité.</li> <li>• Définir les conditions d'actualisation et de développement des compétences collectives de ses équipes en collaboration avec son service des ressources humaines, en anticipant les besoins consécutifs à</li> </ul>	<p><b>1/ Un plan de développement des ressources humaines,</b> comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- une évaluation qualitative et quantitative des besoins en compétences ;</li> <li>- des profils des postes à pourvoir et des candidats recherchés,</li> <li>- un plan de formation budgétisé.</li> </ul>	<p>1/</p> <p>Pertinence de l'analyse des besoins en compétences</p> <p>Exactitude des évaluations qualitative et quantitative</p> <p>Justesse du calendrier de recrutement établi</p> <p>Adéquation des profils de postes avec les besoins en compétences identifiés</p> <p>Identification des actions de formation à mettre en œuvre</p> <p>Pertinence du calendrier de formation au regard des besoins générés par l'activité</p> <p>Justesse des prévisions budgétaires</p>
--	---	--	--

	<p>l'évolution des métiers et des emplois au regard de l'activité spécifique de son entité.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablir le plan de formation du personnel de son entité en concertation avec le service des ressources humaines de son entreprise, en déterminant la nature des actions à mettre en œuvre, leur calendrier de réalisation et le public concerné, au regard de son planning d'activité et du budget à disposition.</li> <li>• Evaluer les performances de ses collaborateurs, en menant les entretiens individuels visant à vérifier l'atteinte de leurs objectifs qualitatifs et quantitatifs et en identifiant leurs difficultés et les solutions leur permettant de les surmonter.</li> <li>• Contribuer à la gestion de carrière de ses collaborateurs, en organisant de façon concertée leur mobilité interne et en identifiant les outils et actions favorisant leur montée en compétences compte tenu de leur souhait et de leur potentiel.</li> </ul>	<p><b>2/</b></p> <p><b>La conduite d'un entretien de recrutement et/ou d'évaluation d'un collaborateur</b></p> <p><i>Conditions d'évaluation pour les candidats issus de la formation</i></p> <p><b>1/</b></p> <p>Etude de cas</p>	<p><b>2/</b></p> <p>Préparation et fixation des objectifs de l'entretien</p> <p>Choix d'une stratégie de conduite d'entretien</p> <p>Sélection des thèmes à traiter</p> <p>Prise en compte de la durée de l'entretien</p> <p>Respect des conditions définies de l'entretien</p> <p>Comportement mis en œuvre</p> <p>Prise en compte des informations transmises et des arguments développés par son interlocuteur</p> <p>Pertinence de l'évaluation des compétences</p> <p>Analyse des résultats et écarts au regard des objectifs</p> <p>Détermination des axes de</p>
--	---	--	---

		Travail individuel Production écrite  2/ Mise en situation Travail collectif Production orale	progrès
<b>DOMAINE DE COMPETENCES N° 4 : Encadrement et animation des équipes de son unité/service</b>			
<b>Principales activités :</b>  L'animation des équipes La définition et la mise en œuvre des modalités de communication interne La conduite de réunions collectives La gestion et la résolution des conflits et situations litigieuses	<b>En développant une posture et un mode d'interrelation et de management adaptés aux spécificités de son environnement, encadrer les équipes de son unité/service, en mettant en œuvre les actions et principes d'animation garantissant la motivation, l'implication de ses collaborateurs et la préservation de la qualité du climat de travail.</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>Développer une posture managériale adaptée à la multiplicité de profils et d'aptitudes de ses collaborateurs, en adoptant une attitude et un mode d'interrelation tenant compte de leur fonction, de leur autonomie et de leurs aptitudes respectives.</li> </ul>	<div style="background-color: #cccccc; padding: 5px; text-align: center;">Productions attendues des candidats</div> <b>Les modalités de management d'une équipe, comprenant :</b> - l'animation d'une réunion de	Préparation de la réunion Définition de l'ordre du jour et



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Animer ses équipes en les fédérant autour d'un projet commun et porteur de sens, en mettant en œuvre les conditions favorisant le sentiment d'appartenance de ses membres, la valorisation de leurs compétences et la stimulation de leur créativité et de leur efficacité.</li> <li>• Définir les modalités de communication interne, en déterminant la nature, la hiérarchie et la qualité des informations diffusées et en choisissant les supports et canaux d'échange et de transmission appropriés au regard des messages partagés.</li> <li>• Diriger des réunions collectives, en déterminant préalablement leur ordre du jour et les participants concernés, et en veillant à faciliter les échanges et l'expression de chacun.</li> <li>• Gérer les situations problématiques – écart disciplinaire, différend interpersonnel..., en identifiant l'origine et les causes des litiges et en formulant les mesures adaptées permettant leur résolution rapide afin de préserver la sérénité du climat de travail et l'entente entre ses collaborateurs.</li> <li>• Gérer les relations sociales avec les salariés et représentants syndicaux, en prévenant la survenue de conflit par une communication adaptée.</li> </ul>	<p>travail,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le plan de communication interne,</li> <li>- la résolution d'une situation conflictuelle.</li> </ul> <p><i>Conditions d'évaluation pour les candidats issus de la formation</i></p> <p>Mise en situation et étude de cas</p> <p>Travail individuel et collectif</p> <p>Production orale et écrite</p>	<p>des objectifs de la réunion</p> <p>Attitude mise en œuvre et aisance de l'expression orale</p> <p>Conduite de la réunion permettant la participation individuelle</p> <p>Atteinte des objectifs définis</p> <p>Choix des canaux et actions de communication</p> <p>Détermination et hiérarchisation des informations</p> <p>Pertinence du plan de communication au regard du contexte et des messages partagés</p> <p>Prise en compte du contexte du conflit (motif du litige, situation, protagonistes, cadre règlementaire, climat social)</p>
--	--	--	---

			<p>Définition d'une stratégie de gestion de crise</p> <p>Analyse des enjeux et des intérêts portés par les différents acteurs de la situation</p> <p>Recherche des causes et évaluation des conséquences</p> <p>Recherche et sélection d'une solution</p> <p>Développement d'un argumentaire sur le choix effectué</p>
<b>DOMAINE DE COMPETENCES N° 5 : Pilotage de la stratégie financière de son unité/service</b>			
<p><i>Principales activités :</i></p> <p>La supervision de la comptabilité et l'information financière</p> <p>Le contrôle de la gestion financière</p> <p>La gestion de la trésorerie et le</p>	<p><b>En fonction de la situation économique et en tenant compte de l'évolution du contexte financier, juridique et législatif, piloter la stratégie financière de son unité/service, en organisant les opérations liées à la fonction comptable et au contrôle de gestion, et en conseillant sa direction générale en matière d'investissement et de valorisation patrimoniale.</b></p>	<p>Productions attendues des candidats</p> <p><b>Un plan de stratégie financière,</b></p>	

<p>financement des projets de l'entreprise</p> <p>L'établissement du diagnostic financier et patrimonial</p> <p>Le conseil en matière de gestion et de valorisation patrimonial</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exercer une veille sur l'évolution des dispositions réglementaires et législatives en matière de finances et de fiscalité, afin d'évaluer leur incidence et de déterminer leurs modalités de prise en compte dans son activité.</li> <li>• Organiser l'accomplissement des opérations comptables de son entité, en établissant l'ensemble des normes et procédures à appliquer et en définissant le calendrier des échéances à respecter au regard des obligations légales.</li> <li>• Superviser la réalisation des opérations de comptabilité, en veillant à l'enregistrement des événements comptables et en s'assurant de la conformité des documents de synthèse rendant compte de l'état financier de son entité (bilans, arrêtés, comptes de résultat...).</li> <li>• Concevoir les outils d'analyse et de <i>reporting</i> financiers, en définissant les orientations de contrôle à mettre en œuvre et en élaborant les critères, indicateurs et tableaux de bord permettant le suivi et l'évaluation de l'activité.</li> <li>• Evaluer la performance financière et opérationnelle de son entité, en analysant les données collectées et en mesurant les écarts entre les résultats prévisionnels et avérés.</li> <li>• Préconiser les mesures correctives à mettre en œuvre pour optimiser les résultats, en identifiant les gisements d'amélioration et d'optimisation révélés par ses analyses.</li> <li>• Communiquer sur les résultats de son entité, en produisant les états financiers à destination de sa</li> </ul>	<p>comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'analyse du contexte économique et juridique,</li> <li>- l'analyse des documents comptables et de gestion financière,</li> <li>- un projet de gestion et d'investissement financier.</li> </ul> <p><i>Conditions d'évaluation pour les candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas</p> <p>Travail individuel</p> <p>Production orale et écrite</p>	<p>Pertinence de l'analyse du contexte économique</p> <p>Prise en compte de l'environnement juridique et fiscal</p> <p>Prise en considération de la culture et du positionnement de l'entreprise</p> <p>Diagnostic de la situation économique et financière de l'entité</p> <p>Identification des objectifs qualitatifs et quantitatifs</p> <p>Qualité des outils d'analyse et indicateurs mobilisés</p> <p>Exactitude des calculs et prévisions</p> <p>Réalisme, faisabilité et pertinence des préconisations</p> <p>Sécurisation des investissements projetés</p> <p>Qualité de l'argumentaire</p>
---	---	--	--

	<p>direction générale, de ses partenaires et des instances légales, et en concevant les commentaires accompagnant la documentation.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablir le diagnostic de la situation financière et patrimoniale de son entité, en recensant ses biens, actifs, dettes et créances, et évaluant les risques et opportunités générés par la situation.</li> <li>• Conseiller sa direction générale en matière de fiscalité, d'investissement et de plan de financement, en tenant compte de ses objectifs et de l'environnement économique, financier et juridique de l'entité.</li> <li>• Mettre en œuvre une stratégie financière concertée avec sa direction générale, en assurant la gestion et l'allocation des actifs de l'entité, et en procédant aux ajustements et arbitrages permettant d'en optimiser les résultats.</li> </ul>		développé
--	--	--	-----------

**DOMAINE DE COMPETENCES N° 6 : Pilotage de la stratégie digitale de son unité/service**

<p><b>Principales activités :</b></p> <p>L'exercice d'une veille sur les technologies, les pratiques et les innovations digitales</p> <p>Le choix et l'optimisation des outils et contenus de communication en ligne</p> <p>La définition et la supervision du</p>	<p><b>En tenant compte du renouvellement permanent des technologies, usages et pratiques de l'environnement numérique, piloter la stratégie digitale de son unité/service, en définissant les canaux, supports et actions de communication à développer et en supervisant leur mise en œuvre, leur gestion et leur amélioration continue.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser une fonction de veille dédiée à l'univers numérique, en tenant compte de l'évolution rapide et</li> </ul>	<p>Productions attendues des candidats</p> <p><b>Une stratégie marketing et communication adaptée à l'environnement digital</b></p>	<p>Prise en compte de la stratégie globale de l'entreprise et de</p>
--	--	---	--

<p>management de communauté et de la relation client</p> <p>L'élaboration et la supervision de campagnes de communication et de promotion</p> <p>La définition et la mise en œuvre d'une stratégie d'acquisition et d'exploitation des DATA</p>	<p>permanente des technologies et des usages de cet environnement spécifique, et en définissant les sources d'informations permettant l'identification des innovations en matière de marketing, de communication et de tendances de consommation.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analyser les tendances, pratiques et innovations repérées au cours de sa veille, en évaluant leur intérêt et leur opportunité au regard de son offre produit/service, afin de déterminer leurs modalités et conditions de prise en considération et d'adaptation dans l'élaboration de ses plans de communication et marketing digitaux.</li> <li>Concevoir une stratégie de collecte et d'exploitation de données clients/utilisateurs, en identifiant les outils permettant le recueil et le traitement d'informations stratégiques concernant les profils, attentes et comportements de ses cibles consommateurs, afin d'orienter sa stratégie digitale.</li> <li>Elaborer la stratégie digitale de son entité commerciale, en tenant compte de l'analyse des données collectées et du positionnement de son entreprise, de son offre produit/service et de sa cible client, afin d'optimiser sa réputation et sa visibilité en ligne et de développer de nouveaux modes d'interaction avec sa communauté de consommateurs.</li> <li>Définir le positionnement et les modalités de présence de son entité en ligne, en sélectionnant les canaux et outils de communication, d'interaction et de service appropriés au regard de sa cible clients, et en les positionnant dans une logique cross ou omni-canal.</li> <li>Superviser la mise en œuvre, l'évolution et la gestion de ses outils de communication digitaux, en définissant une stratégie d'acquisition et d'optimisation de trafic permettant d'accroître sa visibilité et en s'assurant de la</li> </ul>	<p><i>Conditions d'évaluation pour les candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas</p> <p>Travail individuel</p> <p>Production orale et écrite</p>	<p>son plan de développement</p> <p>Cohérence de l'intégration de la stratégie digitale dans le plan de développement de l'entreprise</p> <p>Pertinence et complémentarité des canaux et supports digitaux sélectionnés</p> <p>Efficiences de la stratégie de référencement</p> <p>Pertinence du <i>brand content</i></p> <p>Adéquation des principes de <i>community management</i> avec l'identité et le positionnement de l'entreprise</p> <p>Pertinence des indicateurs de performance et d'évaluation</p> <p>Qualité de l'argumentaire développé</p>
---	---	--	---

	<p>conformité et de l'adéquation des solutions développées au regard du positionnement et de l'identité de son entreprise.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Piloter les modalités de gestion de la relation client dématérialisée, en veillant au développement d'interfaces ergonomiques et facilitant le comportement d'achat, et en définissant des règles d'interrelation avec sa communauté de clients/utilisateurs contribuant à l'entretien de son e-réputation.</li> <li>• Diriger la mise en œuvre de campagnes de communication et/ou de commercialisation digitales, en déterminant le calendrier et la nature des actions à réaliser, et en suivant le déroulement des opérations afin de vérifier le respect des critères de qualité, coût et délais fixés.</li> <li>• Evaluer l'efficacité et les retombées de sa stratégie digitale en termes de trafic, de notoriété et de gains commerciaux, en analysant les indicateurs de performance clés préalablement établis, afin d'identifier les axes d'amélioration possibles et de déterminer les mesures correctives à mettre en œuvre.</li> </ul>		
<b>DOMAINE DE COMPETENCES N° 7 : Pilotage de la stratégie export de son unité/service</b>			
<p><i>Principales activités :</i></p> <p>Le diagnostic export et la sélection des marchés</p> <p>Le conseil et l'aide à la décision de sa</p>	<p><b>En contribuant à l'analyse et la sélection des marchés étrangers et en s'assurant de ses capacités à s'y positionner favorablement, piloter la stratégie export de son unité/service, en coordonnant les actions de prospection de clients sur zone et en supervisant le processus d'exportation des marchandises.</b></p>	<p>Productions attendues des candidats</p>	

<p>direction générale en matière d'export</p> <p>La définition d'une stratégie de prix et de distribution</p> <p>La prospection des clients</p> <p>La supervision du processus d'exportation</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser la collecte d'informations macro et micro-environnementales concernant des marchés internationaux ciblés au regard des opportunités et projets de développement de son entité, en définissant la nature des données à recueillir et en identifiant les sources primaires et secondaires à consulter.</li> <li>• Analyser les données collectées sur les différents marchés ciblés, en déterminant leur degré d'ouverture compte tenu des dimensions socio-culturelle, juridico-politique et économique, et en identifiant leurs caractéristiques distinctives au regard des clients potentiels et de l'état de la concurrence.</li> <li>• Evaluer le potentiel et l'intérêt représentés par les marchés investigués pour son entité, en mettant en œuvre les méthodes et matrices appropriées afin de qualifier leurs opportunités et risques respectifs selon des critères objectifs préalablement définis et d'identifier les plus porteurs de développement.</li> <li>• Vérifier la capacité de son entité à se positionner favorablement sur les marchés ciblés, en s'assurant de la disponibilité des moyens techniques, humains, financiers et logistiques nécessaires à la réussite de l'opération et en mesurant sa rentabilité, son niveau de marge et ses avantages concurrentiels.</li> <li>• Conseiller sa direction générale sur les décisions à prendre, en lui présentant le résultat formalisé et argumenté de ses diagnostics internes et externes, afin d'arrêter un choix sûr, rationnel et conséquent.</li> <li>• Définir une stratégie de prix et de distribution adaptée au contexte local, en calculant le coût de revient complet à l'export et en établissant une offre de prix tenant</li> </ul>	<p><b>Une étude d'opportunité d'implantation sur un marché étranger</b></p> <p><i>Conditions d'évaluation pour les candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas</p> <p>Travail individuel</p> <p>Production orale et écrite</p>	<p>Qualité des sources d'informations identifiées</p> <p>Prise en compte des facteurs macro et micro-environnementaux</p> <p>Analyse et qualification du marché visé</p> <p>Identification des opportunités et risques présentés par le marché</p> <p>Justesse du diagnostic interne et des capacités de l'entreprise à se positionner sur le marché</p> <p>Clarté de la restitution et du diagnostic posé</p> <p>Définition d'une stratégie adaptée au marché</p> <p>Qualité de l'argumentaire développé</p>
--	---	--	---

	<p>compte des incoterms et des avantages distinctifs de son offre produit/service.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Coordonner la prospection de clients sur les zones ciblées, en cadrant l'action d'agents commerciaux implantés localement et en adoptant une attitude et un mode de communication et d'interrelation tenant compte de la dimension interculturelle et des usages, habitudes et valeurs de la zone concernée.</li><li>• Superviser le processus d'exportation, en veillant à l'application rigoureuse du référentiel qualité et des procédures de conditionnement et d'acheminement, afin de garantir la conformité du bien exporté au regard de son cahier des charges et de prévenir tout risque d'incident, de retard, de blocage ou de malfaçon.</li><li>• Gérer les impondérables pouvant survenir durant le processus d'exportation, en identifiant et en mettant en œuvre rapidement les solutions permettant d'éviter toute immobilisation et rupture d'acheminement des marchandises ou d'en minorer les conséquences financières pour son entité.</li></ul>		
--	---	--	--

---