

Référentiel de formation **Mastère (en 1an)** **"Ingénieur d'Affaires"** Titre I (niveau bac +5) 450 h

La formation "d'Ingénieur d'affaires en hautes technologies", de niveau I, dispensée sur une année, a pour objectif de former les commerciaux qui assureront la vente B to B des offres complexes du secteur des hautes technologies. Elle est accessible aux apprenants ayant préalablement validé un bac+ 4, avec déjà une expérience en vente inter-entreprises.

Modules	Durée en jours	Durée en heures	Objectifs pédagogiques	Contenu détaillé	Coefficients
Prise en main du cursus	1	7	Connaître le cursus, les modalités d'évaluation, les critères de réussite, le règlement intérieur de l'école	Présentation : - Le programme du cursus - Le règlement intérieur de l'école - Les modalités d'évaluation - Les critères de réussite - Les modalités d'évaluation - Ateliers de positionnement professionnel	0
30		Pôle n°1: "Vente et négociation stratégique"			20
Introduction Business game	2	14	Expérimentez la vente complexe et identifier les fondamentaux de la vente B to B	Business Game (2 jours) : - Prospection par mail - Prospection téléphonique - Investigation - Soutenance de l'offre	0
Prospection + Social Selling	4	28	Connaître et mettre en œuvre les techniques de prise de rendez-vous par téléphone	Préparer son action de prospection (1 jour) La qualification et la prise de rendez-vous client (1 jour) L'argumentaire client et la mise en pratique (1 jour)	2
Investigation client	4	28	Maîtriser le questionnement créateur de valeur en environnement complexe	les typologies de questions La maïeutique La méthode SPIN	4
Structuration et soutenance de l'offre commerciale	1	7	Maîtriser la structuration d'une offre commerciale, sa soutenance et la négociation finale	L'argumentation et le traitement des objections La proposition commerciale et la soutenance d'une offre Closing et négociation finale	0
Stratégie commerciale et PAC	1	7	Comprendre et appréhender l'écosystème de la vente complexe en amont de la vente	Stratégie d'approche compte Les interlocuteurs clés Plan de compte et cartographie Le cycle en V dans la vente	1
Stratégie de réponse	5	35	Capable d'avoir une approche globale d'une affaire Appréhender les stratégies d'influence Maîtriser le décodage d'un cahier des charges	Le plan d'affaires : Approche systémique du compte Le cahier des charges Plan d'actions commerciales L'intégration d'une multiplicité d'interlocuteurs	2
Négociation et suivi d'affaires	3	21	Maîtriser le "closing" d'une affaire Connaître et appliquer des techniques de négociation	Monter une équipe de négociation Techniques et stratégie de négociation Négocier les avenants Communication et négociation interculturelle	1
Ventes services achats	2	14	Maîtriser une approche client spécifique par type de métiers Manager la relation avec les distributeurs	Achats 2.0 et vente aux services achats de prestations numériques et digitales	1
Vente indirecte	1	7	Animer, former et gérer le réseau des partenaires pour atteindre les objectifs commerciaux	Management d'un réseau de partenaires Sales Channel	0
Business English	5	37	Intervenir en anglais dans les situations commerciales classiques	Test de positionnement (0,5 jour) Les règles de la prospection en Anglais Présenter son entreprise Soutenir son offre Négocier en Anglais Formaliser son CV en Anglais	3
Soutenance finale de vente	2	14	Maîtriser le cycle de vente à travers la soutenance finale d'une offre commerciale	Evaluation au travers de business games et jeux de rôles	6
19		Pôle n°2 : "Digital Business"			15

Fondamentaux secteur du numérique	2	14	Connaître les offres et les acteurs du secteur	- Présentation du marché numérique : (Constructeurs, ESN, Editeurs, Distributeurs, Intégrateurs,...) (1jour) - Les architectures informatiques (1jour)	2
Solutions numériques pour l'entreprise	5	35	Maîtriser les techniques et les offres du secteur des hautes technologies	- DSI ET Systèmes d'information MOA-MOE - Projets informatiques - Logiciel Métier ERP / CRM/ BIG DATA (2j) - Réseau/télécom Evaluation	3
Digital business	4	28	Maîtriser les techniques et les offres spécifiques au secteur digital	- Social Business (1 jour) - Mobilité (1 jour) - Analytics (1 jour) - Cloud computing et sécurité (1 jour)	2
IT Business Game	2	14	Serious game permettant de récapituler et de mettre en pratique les compétences en investigation et présentation d'une offre commerciale à dimension technologique	- Présentation du cas et investigation client (MOA & MOE) - Présentation du projet en interne avec validation (Go/No Go) - Soutenance d'offre	2
Vente de solutions IT	6	42	Comprendre les attentes clients / identifier et comprendre les métiers et les enjeux simples liés aux systèmes d'information dans l'entreprise	- Produits packagés - Services informatiques (2j) - Infogérance (2j) - Evaluation	6
5		Pôle n°3 : "Pilotage de l'entreprise"			5
Économie et mondialisation	3	21	Comprendre l'environnement et les enjeux économiques mondiaux, les spécificités de l'économie numérique et ses impacts	- Les enjeux de la mondialisation : définition, histoire, évolution - Les interactions démographiques et écologiques de la mondialisation - Géo Economie du commerce international - L'économie numérique et ses impacts économiques, écologiques et sociétaux - Mondialisation et prospective - La régulation financière mondiale : les interactions des zones monétaires, la finance internationale	2
Management d'équipes commerciales	2	14	Apprendre les bons réflexes en termes de management d'équipe et savoir monter une équipe projet	Les fondamentaux du management : 1 jour Rôles et missions du manager Diagnostic de situation L'accompagnement commercial, plan de redressement Le recrutement - Monter et manager une équipe projet : 1 jour Monter une équipe projet Définir les règles de fonctionnement Manager une équipe à distance Conduire le changement organisationnel lié au projet	3
4		Pôle n°4 : "Design thinking et créativité"			4
Prise de parole face au client	2	14	Développer une prise de parole solide, dynamique et structurée	- Exposé en public : 2 jours	3
Ecrits professionnels	1	7	Maîtriser sa communication écrite et structuration de son analyse dans un cadre professionnel	- Ecrits professionnels - Schéma heuristique (mapping) - Synthèse écrite	1
Pilotage de carrière et insertion professionnelle	1	7	Mieux se connaître afin de s'intégrer au sein d'un groupe et se réaliser sur le plan professionnel. S'engager et travailler en groupe pour atteindre un objectif commun.	- Insertion professionnelle et e-réputation : quand un expert spécialisé dans le recrutement d'ingénieurs d'affaires vient conseiller les apprenants dans leurs postures et leur stratégie d'insertion professionnelle à travers notamment le management de sa e-réputation (1 jour)	0
5		Pôle n°5 : "Projet Vente Complexe"			16
Affaire Vente Complexe (Mémoire écrit)	2	14	Produire un document structuré analysant une étude de cas commercial	Accompagnement sur la rédaction et la formalisation du mémoire. Connaître le cahier des charges associé. Comprendre les attentes du jury et y répondre (2 jours)	6
Affaire Vente Complexe (Mémoire Soutenance)	3	21	Soutenir à l'oral son étude de cas client devant un jury professionnel (l'entreprise de l'apprenant est présente)	Entraînement à la soutenance orale (2 jours) Soutenance de l'étude de cas client de 20 minutes devant un jury de professionnels. Le candidat formalisera un support powerpoint pour animer sa soutenance Présentation de l'entreprise, de son contexte et de ses enjeux Description de la phase d'approche commerciale (ciblage, prospection, investigation,...) Analyse de la structuration de l'offre et de la négociation ROI pour l'entreprise et le client (1 jour)	10
Total jours	64	450			60