

MIAPC 2628	MANAGER EN INGENIERIE D'AFFAIRES ET PERFORMANCE COMMERCIALE	Année 1	Année 2	Diplôme SUP DE V - CCI PARIS Ile de France
Blocs de Compétences	Programme MIAPC 2026-2028	Heures	Heures	Objectif d'acquisition de compétences du référentiel métier
Bloc 1 - Manager l'information et les réseaux stratégiques en vue de la détection d'opportunités et du développement d'affaires	Analyse des marchés et de l'environnement de l'entreprise, par la mobilisation de méthodes d'intelligence économique, et d'outils IA et de Data Intelligence	87,5		- Elaborer une stratégie de recherche de l'information - Structurer un système d'informations commerciales - Interpréter les données collectées concernant le marché et l'environnement de l'entreprise - Etablir le diagnostic de l'entreprise sur son marché, en croisant l'ensemble des informations - Sélectionner les réseaux et acteurs professionnels avec lesquels nouer des relations - Elaborer une stratégie de pénétration et de développement de réseaux professionnels - Construire son identité et ses modalités de présence et de communication sur les réseaux
	Développement et animation de réseaux porteurs d'opportunités commerciales	35		
Bloc 2 - Elaborer la stratégie commerciale et de développement d'affaires	Conception d'un plan stratégique de développement commercial	28	91	- Analyser les orientations politiques et générales de son entreprise - Définir les axes stratégiques de développement commercial et établir le plan d'action - Analyser les grands comptes potentiels de son entreprise - Concevoir une méthodologie de pénétration des GC sélectionnés et déterminer les conditions de pérennisation de la relation GC - Adapter la stratégie de développement et de relation client aux spécificités - Evaluer l'opportunité et la faisabilité d'un nouveau business model ou d'une nouvelle offre commerciale, et en clarifier la nature et les composantes - Formaliser le business plan d'un nouveau modèle d'affaires
	Elaboration d'une stratégie de développement et de relation avec les clients grands comptes	49	98	
	Evaluation et élaboration de nouveaux modèles d'affaires ou d'offres commerciales durables		98	
Bloc 3.I - Piloter la concrétisation d'opportunités d'affaires complexes à haute valeur ajoutée	Qualification des besoins d'une entreprise cliente ou prospect et élaboration de solution sur-mesure durable	63		- Analyser les besoins de l'entreprise cliente ou prospect en conduisant des entretiens - Evaluer la capacité de son entreprise à répondre aux caractéristiques des besoins identifiés - Concevoir une solution technique adaptée aux besoins du client et élaborer une proposition commerciale - Définir une stratégie de négociation adaptée en déterminant les objectifs à atteindre - Conduire la négociation avec le client et élaborer le contrat de l'affaire - Etablir le phasage de la mise en oeuvre de l'affaire et l'implémentation de la solution - Superviser la mise en oeuvre et établir le bilan de l'affaires, en évaluant les résultats obtenus
	Négociation et contractualisation d'une proposition commerciale sur-mesure	73,5	14	
	Suivi de la réalisation et évaluation de l'affaire, intégrant les aspects contractuels et financiers	84		
Bloc 3.II - Piloter l'activité et la performance commerciale	Optimisation des process, outils et pratiques de vente	112	14	- Organiser les circuits de distribution de l'offre commerciale de l'entreprise et négocier les conditions de collaboration avec les partenaires de distribution stratégique - Analyser les process, les outils et les méthodes de vente pour améliorer la performance et définir des scénarios d'optimisations des processus. - Structurer les modalités de gestion de la relation client et mettre en place un système d'écoute et d'évaluation de la satisfaction des clients, gérer les situations sensibles - Elaborer les outils et indicateurs de suivi et d'évaluation de la performance commerciale - Analyser les indicateurs et définir les ajustements et mesures correctives
	Pilotage de la relation avec les clients de l'entreprise	66,5		
	Analyse de la performance commerciale et ajustement en continu de la stratégie	42		
Bloc 4 - Manager les équipes impliquées dans les projets commerciaux	Constitution des équipes impliquées dans les projets commerciaux de l'entreprise		21	- Définir les besoins en compétences à acquérir ou développer - Recruter de nouveaux collaborateurs et composer les équipes projets - Déterminer l'organisation opérationnelle des équipes commerciales - Définir et suivre la mise en place des aménagements pour les collaborateurs en situation de handicap - Choisir et mettre en oeuvre les outils collaboratifs et de partage de l'information - Elaborer une stratégie de management relationnel adaptée à la culture - Encadrer le travail des équipes et évaluer la performance de ses collaborateurs
	Etablissement des conditions et modalités de collaboration au sein des équipes et choix des outils associés		28	
	Coordination et animation des équipes impliquées dans les projets commerciaux de l'entreprise		56	
Bloc 5 - Bloc Professionnel	Méthodologie mémoire		21	- Rédiger des documents professionnels - Présenter son entreprise et des projets commerciaux
	Epreuves certificatives	21	21	
	Soutenance de mémoire		7	
	Accueil et intégration	14		
		455	455	