

Certification professionnelle
ENTREPRENEUR.E
DE LA TPE

REFERENTIEL D'ACTIVITE

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

1. Détecter et analyser les informations utiles en vue d'élaborer un projet entrepreneurial			
REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Détecter des opportunités de marché	1-1 Identifier, analyser et interpréter les sources d'informations externes (benchmarking) pour avoir une vision de l'écosystème environnant 1-2 Etablir des questionnaires ou des sondages auprès d'un échantillon de la population (famille, amis, proches, test de rue, ...), en extraire les réponses pour repérer les résultats différenciants (Pareto) et valider l'intérêt du projet, du produit/service. 1-3 Evaluer son positionnement par rapport à la concurrence et l'adapter au besoin 1-4 Définir sa clientèle cible en synthétisant les éléments du benchmarking, des questionnaires et de l'évaluation du positionnement par rapport à la concurrence	a/ Mise en situation professionnelle réelle : réalisation d'une « étude marché terrain ». b/ Note de synthèse écrite de l'étude de marché terrain. c/ Exposé oral portant sur : les sources d'information, la démarche utilisée pour l'étude de marché, les résultats quantitatifs et qualitatifs obtenus et les conclusions.	<ul style="list-style-type: none"> • Identification pertinente des clients cibles (Nombre, segment, ...) • Adéquation du positionnement choisi et de la cohérence produit / cible • Identification de la concurrence directe et indirecte (nombre, typologie, zone, ...) dans le secteur géographique ou dans le secteur d'activité • Pertinence de la zone de chalandise • Exhaustivité des sources d'information

1. Détecter et analyser les informations utiles en vue d'élaborer un projet entrepreneurial			
<p>2. Traduire des opportunités en projet entrepreneurial</p>	<p>2-1 Elaborer un Business Model Canvas (BMC) de son projet et le présenter de façon synthétique 2-2 Décrire les produits ou services (arbre à produits) 2-3 Identifier les éléments différenciant, la plus-value du projet et les argumenter (pitch) 2-4 Identifier, comparer et choisir les formes juridiques les plus adaptées</p>	<p>a/ Relecture et correction du Business Model Canvas (BMC) du projet selon la trame fournie b/ Pratique et correction du Pitch de présentation du projet de 5 minutes en petit groupe c/ Rédaction d'une note de synthèse (1 page) sur les différentes formes juridiques envisagées : avantages et inconvénients</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le Business Model Canvas (BMC) est complet, les méthodes utilisées sont bonnes et les calculs sont justes. Les informations présentées sont cohérentes • Résistance au stress lors du pitch de présentation • Esprit de synthèse et force de conviction orale • Exhaustivité de l'arbre à produits • Pertinence des scénarii juridiques

1. Détecter et analyser les informations utiles en vue d'élaborer un projet entrepreneurial			
3. Modéliser un système de veille pour détecter des innovations en intégrant les enjeux de la RSE	3-1 Evaluer les innovations liées à l'activité développée pour identifier sa position dans la chaîne de l'innovation et mettre en œuvre un plan d'action en conséquence 3-2 Mettre en œuvre un travail de veille technologique et commerciale pour connaître son marché 3-3 Evaluer et Anticiper les évolutions de son marché pour définir et mettre en œuvre des actions permettant de garder ou améliorer sa position 3-4 Identifier et appliquer (ou mettre en œuvre) les principaux indicateurs de RSE pour pouvoir les prendre en compte dans son projet	a/ Note de synthèse sur les outils de veille mis en place (1 page) b/ Schéma synthétique des indicateurs RSE de son activité	<ul style="list-style-type: none"> • Au minimum un outil de veille commerciale et un outil de veille technologique mis en place • Pertinence des mots clés utilisés pour la veille en fonction du projet (secteur géographique ou d'activité) • Au moins un indicateur RSE adapté au projet détecté et suivi
4. Identifier et prospecter son circuit de fabrication et de commercialisation	4-1 Décomposer son Workflow Elaborer des appels d'offre et choisir ses partenaires Identifier et construire son circuit de fabrication, choisir les fournisseurs les plus adaptés 4-2 Evaluer et mettre en œuvre les différents circuits de commercialisation adaptés	a/ Tableau des fournisseurs potentiels avec analyse concurrentielle (prix, délais, qualité, engagement RSE, ...) sur la base d'une trame fournie b/ Présentation orale des différentes options de commercialisation (5 minutes)	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre des fournisseurs analysés (en fonction du secteur d'activité ou géographique) • Au moins 5 critères utilisés pour l'analyse et le choix du/des fournisseurs retenus • Pertinence des circuits de commercialisation présentés

2. Elaborer et piloter la stratégie opérationnelle			
REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Choisir les stratégies de développement adaptées à l'activité	1-1 Présenter son projet de façon concise et synthétique 1-2 Définir (ou construire) une stratégie de développement de son projet entrepreneurial et la présenter (Matrice MOFF) 1-3 Identifier et mettre en œuvre des actions différenciantes pour mettre en avant sa plus-value et se démarquer des concurrents 1-4 Traduire cette stratégie de façon opérationnelle, créer un plan d'action 1-5 Evaluer et adapter ses actions en fonction des résultats 1-5 Construire et défendre sa stratégie auprès des parties prenantes du projet (clients et fournisseurs potentiels, associés, banquiers, investisseurs, ...) 1-6 Intégrer les enjeux de la RSE dans sa stratégie de développement pour limiter l'impact de l'entreprise sur la planète.	a/ Présentation écrite des tableaux de bord de son projet entrepreneurial dont 1 spécifique à la RSE sur la base de trames fournies b/ Tableau des forces et des faiblesses de son activité (MOFF) c/ Exposé oral de 5 minutes sur les actions à court et moyen terme prévues suivi de 3 questions sur la matrice MOFF, les actions différenciantes et la RSE	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence et exhaustivité des tableaux de bord et des indicateurs présentés. • Justesse de la construction et des calculs des tableaux de bord • Pertinence de l'étude MOFF • Les réponses aux questions sont argumentées et cohérentes avec le projet

2. Elaborer et piloter la stratégie opérationnelle			
2. Optimiser son temps	2-1 Identifier les différentes tâches de son activité entrepreneuriale et construire un planning caractérisé 2-2 Organiser, planifier et hiérarchiser des actions de prospection, production et commercialisation et gérer son temps entre les actions (matrice d'Eisenhower) 2-3 Construire des outils de management pertinents (tableaux de bord) 2-4 Mettre en rapport sa vie professionnelle et sa vie personnelle	a/ Présentation du planning d'un mois type intégrant les différentes tâches et actions de prospection, production et commercialisation du projet b/ Présentation orale des outils de gestion du temps et de gestion de projet utilisés et leur adaptation au projet	<ul style="list-style-type: none"> • Au moins 3 tâches différentes chaque semaine • 1 outil de gestion du temps ou de gestion de projet utilisé qui correspond aux spécificités du projet.
3. Définir des objectifs et élaborer des indicateurs de suivi et d'évaluation de performance	3-1 Elaborer des indicateurs de suivi de son activité pour évaluer la performance de son entreprise 3-2 Choisir et argumenter les éléments de comparaison et d'évolution pertinents de ces indicateurs 3-3 Décider des objectifs à atteindre et le niveau d'alerte de ces indicateurs (Tableaux de bord)	a/ Présentation orale des indicateurs de suivi du projet et analyse détaillée de 3 d'entre eux. b/ Présentation orale des objectifs à atteindre et du niveau d'alerte c/ Tableau comparatif sur les indicateurs du secteur d'activité	<ul style="list-style-type: none"> • Cohérence des indicateurs du projet en comparaison des indicateurs moyens du secteur d'activité • Aisance orale et force de conviction • Les objectifs présentés sont atteignables, mesurables, réalistes, adaptés au projet

2. Elaborer et piloter la stratégie opérationnelle			
<p>4. Contractualiser les relations commerciales et partenariales</p>	<p>4-1 Construire les principaux documents commerciaux 4-2 Elaborer ces documents dont les devis, les contrats, les factures les CGV... 4-3 Comparer et confirmer leur conformité avec le code du commerce</p>	<p>a/ Liste des principaux documents commerciaux b/ Documents commerciaux élaborés b/ Analyse de 3 d'entre eux</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conformité des documents avec le code du commerce • Pertinence des 3 documents analysés
<p>5. Manager des équipes</p>	<p>5-1 Définir et mettre en œuvre une politique RH conforme au code du travail et aux conventions collectives applicables 5-2 - Construire et animer une équipe autour du projet (organigramme interne)</p>	<p>a/ Classeur du salarié réunissant les démarches à effectuer pour une embauche, les documents à fournir au nouveau salarié, les affichages obligatoires et les entretiens annuels sur la base de la trame fournie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conformité des documents avec le code du travail et/ou la convention collective • Exhaustivité des documents disponibles dans le classeur des salariés.

3. Contrôler la viabilité économique et financière de l'activité			
REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Construire un budget annuel	1-1 Comprendre les principes de la comptabilité pour être capable d'échanger avec son expert-comptable et mettre en œuvre les principes de base 1-2 Evaluer les différents coûts engendrés par son activité et construire son prix de revient 1-3 Construire le coût de revient, calculer son prix de vente 1-4 Elaborer une politique tarifaire en adéquation avec son marché	a/ Business plan écrit à 3 ans	<ul style="list-style-type: none"> Le résultat prévisionnel est en croissance Identification d'un montant de chiffre d'affaires prévisionnel réaliste Evaluation d'un montant de charges cohérent
2. Elaborer des outils de gestion pour suivre son budget	2-1 Calculer correctement les seuils intermédiaires de gestion 2-2 Etablir le point mort de son activité 2-3 Calculer le retour sur investissement des actions de développement 2-4 Planifier et contrôler sa trésorerie et un budget 2-5 Mesurer les écarts entre le réalisé et le prévisionnel pour mettre en place les actions correctives	a/ Exposé oral sur le potentiel économique de l'activité développée b/ Liste des outils de gestion dont plan de financement et besoin en fonds de roulement c/ Plan de trésorerie annuel synthétique d/ Schéma d'évolution de la marge sur 3 ans	<ul style="list-style-type: none"> Calcul de la marge brute Calcul du point mort ou seuil de rentabilité Pourcentage d'évolution du résultat économique sur 3 ans

3. Contrôler la viabilité économique et financière de l'activité			
<p>3. Réaliser un plan de financement initial et prévisionnel</p>	<p>3-1 Planifier le développement de l'activité, les besoins financiers et les moyens de financement 3-2 Identifier des sources de financement 3-3 Etablir son plan de financement prévisionnel 3-4 Justifier et défendre son projet auprès des partenaires financiers (banques, associations, etc.) sur le potentiel de l'activité</p>	<p>a/ Présentation orale du plan de financement à 3 ans avec calcul du BFR (Besoin en Fond de roulement) simulant un entretien avec un financeur b/ Réponse à 3 questions sur le plan de financement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluation avec justesse du BFR (besoin en fond de roulement) • Equilibrage du plan de financement • Aisance orale • Justesse des réponses aux questions posées

4. Elaborer son action commerciale			
REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Définir son offre commerciale	1-1 Argumenter aisément les points forts et les avantages de son activité 1-2 Présenter son offre commerciale pour convaincre ses clients (Argumentaire commercial, pitch)	a/ Pitch de 5 mn pour vendre son activité	<ul style="list-style-type: none"> • Clarté de l'offre commerciale • Aisance orale et force de persuasion • Pertinence de l'argumentaire commercial
2. Définir une stratégie de communication	2-1 Construire son identité visuelle (logo, charte graphique, couleurs, ...) 2-2 Elaborer une stratégie commerciale à moyen et long terme 2-3 Connaître et appliquer les outils et stratégies de communication et promotion (plaquette, site internet, ...) 2-4 Identifier les différents canaux de communication 2-5 Identifier et évaluer ses cibles 2-6 Adapter sa communication à ses cibles 2-7 Mettre en œuvre avec efficacité les réseaux sociaux et les outils de communication digitale	a/ Présentation orale d'outils de communication en fonction des cibles et des canaux de distribution <i>carte de visite, site (blog) internet, brochures etc.)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinence des outils de communication

4. Elaborer son action commerciale			
3. Construire son plan d'actions commerciales	3-1 Définir, prioriser et mettre en œuvre les actions commerciales nécessaires au développement de son activité (plan d'action)	a/ Pitch de 5 mn pour présenter son plan d'actions commerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Clarté de la présentation • Aisance orale • Cohérence du plan d'actions commerciales avec le projet de développement • Les actions sont hiérarchisées
4. Développer et utiliser des outils de communication, promotion et marketing pour son activité	4-1 Construire un argumentaire commercial adaptable sur les différents canaux de communication 4-2 Mettre en œuvre des actions de marketing direct : phoning, mailing et porte-à-porte 4-3 Choisir et intégrer des réseaux de professionnels, animer des réunions/ conférences, participation à des salons 4-4 Savoir convaincre, argumenter	Pitch de 5 mn pour présenter son argumentaire	<ul style="list-style-type: none"> • Clarté de la présentation • Aisance orale et force de persuasion • Pertinence de l'argumentaire commercial par rapport aux canaux de communication choisis
5. Promouvoir le développement commercial de l'activité responsable et adaptée à ses cibles commerciales	5-1 Constituer son portefeuille client 5-2 Développer son réseau de vente	a/ Fichier clients sur la base d'une trame fournie ou d'un logiciel ERP ou facturation.	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre et qualité des clients au regard du secteur d'activité et du service/ produit vendu • Taux de transformation par rapport au taux moyen du secteur géographique ou du secteur d'activité

5. Conduire un projet éco-responsable			
REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
1. Intégrer des préoccupations sociales et environnementales à toutes étapes de la démarche entrepreneuriale (fournisseur, modes de production, politique sociale, ...	1-1 Identifier, interpréter et justifier des valeurs économiquement viables, socialement justes et écologiquement saines dans son activité 1-2 Enumérer et mettre en œuvre les conditions nécessaires à la mise en œuvre et à la réussite d'une démarche éco-responsable 1-3 Mettre en œuvre des actions éco-responsables pour limiter l'impact de l'entreprise sur l'environnement 1-4 Mesurer l'impact des actions mises en place 1-5 Etablir un plan d'amélioration continu	Exposé oral sur des actions planifiées de développement conformes aux principes de la RSE, sur l'évaluation des actions déjà engagées et sur le plan d'amélioration continu	<ul style="list-style-type: none"> • Aisance orale, réutilisation du vocabulaire spécifique de la RSE (environnement, planète, responsabilité, ...) • Au moins 1 action significative conforme à la RSE • Cohérence entre le discours et les actions • Intégration des enjeux RSE • Pertinence du plan d'amélioration continu
2. Rendre compte de sa démarche RSE	2-1 Formuler et mettre en œuvre ses engagements sociétaux 2-2 Evaluer et rapporter les résultats de l'activité de façon transparente (Page site internet, Rapport sociétal, ...)		<ul style="list-style-type: none"> • 2 indicateurs RSE intégrés dans la communication externe du projet