

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS – WEBMARKETING&CO'M

La certification s'adresse aux porteurs de projet de création d'une entreprise pour leur activité d'indépendant (par exemple consultants, formateurs, prestataires de services, artisans, commerçants...), ayant besoin d'acquérir les compétences entrepreneuriales nécessaires leur permettant de concrétiser leur projet.

Prérequis : Le candidat devra avoir un projet de création d'une activité d'indépendant et maîtriser les bases des outils bureautiques courants (navigateur internet, messagerie, traitement de texte, tableur).

Candidat en situation de handicap : Tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur le conseil du référent Handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adapté.

REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Créer son entreprise pour une activité d'indépendant		
C1. Evaluer la faisabilité de son projet d'activité d'indépendant , en menant une étude de marché terrain simplifiée, en se comparant aux structures de taille équivalente et en mobilisant les réseaux professionnels, afin de valider l'existence d'une demande et d'une opportunité sur son marché.	Type d'évaluation : Mise en situation réelle portant sur la création d'une entreprise pour son activité d'indépendant avec remise de rapport et soutenance orale. Le candidat prépare en amont de la soutenance orale un dossier de projet (rapport) de création d'entreprise pour son activité d'indépendant qu'il aura à soutenir à l'oral. Celui-ci sera transmis au jury d'évaluation avant la session d'examen.	Cr1.1. L'étude de marché produite par le candidat s'appuie notamment sur l'analyse de données terrain ciblées (de type enquête, sondage en ligne, entretiens...) et la mobilisation d'au moins 1 réseau professionnel. Cr1.2. Au moins 2 structures de taille et de secteur équivalents font l'objet d'une comparaison concurrentielle détaillée par le candidat, le choix de ces références étant justifié.

	Au cours de la mise en situation professionnelle réelle, il est demandé au candidat de : - Evaluer la faisabilité de son projet d'activité d'indépendant (en lien avec C1) - Déterminer le positionnement et l'offre de son activité d'indépendant (en lien avec C2) - Elaborer le modèle économique de son activité d'indépendant (en lien avec C3) - Structurer juridiquement et administrativement son activité d'indépendant (en lien avec C4) - Concevoir une stratégie commerciale adaptée à une activité d'indépendant (en lien avec C5) - Structurer le pilotage de son activité d'indépendant (en lien avec C6)	Cr1.3. L'existence d'une demande et d'une opportunité sur son marché est démontrée explicitement par le candidat sur la base des résultats des études et analyses réalisées.
C2. Déterminer le positionnement et l'offre de son activité d'indépendant, en caractérisant précisément sa cible, en développant son personal branding et l'offre de produits ou services associée (tout en anticipant des adaptations pour les usagers finaux en situation de handicap et en limitant son impact environnemental), en définissant ses tarifs en lien avec son étude de marché, afin de se démarquer sur un marché concurrentiel.	La mise en situation professionnelle fera l'objet d'un rapport rédigé par le candidat. Celui-ci devra ainsi contenir : - Une brève description du contexte dans lequel s'inscrit son projet d'activité d'indépendant. - L'évaluation de la faisabilité de son projet sur la base d'une étude de marché simplifiée et adaptée. - L'explicitation de sa cible et de son positionnement. - Son offre de produits / services et de tarification et les mesures d'adaptations en faveur de l'accessibilité et de l'écoresponsabilité. - Le business model de son activité d'indépendant, incluant sa protection sociale et l'estimation de sa rémunération nette, ainsi qu'un scénario de simulation de rentabilité.	Cr2.1. La cible client est caractérisée par un ou plusieurs profils type (âge, lieu de résidence, revenu, intérêt, besoins...). Cr2.2. Le positionnement choisi par le candidat comprend au moins 1 élément explicite de différenciation (spécialisation, savoir-faire, méthode, service+...) et 1 élément en lien avec son personal branding (valeurs, talents, compétences, vision...). Cr2.3. L'offre présentée inclut une formulation claire des produits/services et de leur tarification, alignée avec le positionnement, la cible et les résultats de l'étude de marché. Cr2.4. L'offre présentée intègre au minimum : - Une adaptation d'accessibilité à destination des usagers finaux en situation de handicap. - Une adaptation limitant son impact environnemental. Le cas échéant, l'impossibilité d'intégrer l'une ou l'autre dans son offre doit être justifiée par le candidat.

C3. Elaborer le modèle économique de son activité d'indépendant, en réalisant un business model simplifié sur la base de son offre et de simulations de rentabilité, tout en évaluant sa rémunération nette et en anticipant sa protection sociale, afin d'assurer la viabilité financière de son projet.	- La structuration juridique et administrative de son activité. - Sa stratégie commerciale. - Le tableau de bord lui permettant de piloter son activité. Soutenance orale du projet A l'oral, il est attendu du candidat qu'il soutienne devant le jury d'évaluation son projet de création d'entreprise pour son activité d'indépendant, en explicitant et en justifiant ses choix en complément de sa production écrite. En fin de soutenance orale, le jury d'évaluation procède à un questionnement du candidat sur les points présentés qui nécessitent des justifications ou des éclairages supplémentaires.	Cr3.1. Le business model présenté est structuré et comprend au moins : les segments clients, la proposition de valeur, les flux de revenus et de charges, et les ressources clés. Cr3.2. La viabilité financière du projet est démontrée par la présentation d'au moins 1 scénario de simulation de rentabilité et d'une analyse de la rémunération nette dégagée. Cr3.3. Son régime de protection sociale est identifié par le candidat.
C4. Structurer juridiquement et administrativement son activité d'indépendant, en vérifiant les obligations propres à son secteur (qualification, autorisations, statuts), en réalisant les démarches spécifiques nécessaires à sa création, et en sélectionnant les outils digitaux permettant une gestion optimisée (outil de facturation, de suivi des frais...), afin de sécuriser son lancement et de faciliter sa gestion quotidienne.		Cr4.1. Les obligations réglementaires et liées au secteur d'activité visé (qualification, autorisations, statut spécifique...) sont identifiées par le candidat. Cr4.2. Les démarches administratives de création de la structure juridique et administrative de son activité sont présentées de façon chronologique par le candidat et en précisant les documents ou plateformes à mobiliser (ex : guichet unique, URSSAF...). Elles comprennent au moins : choix du statut, immatriculation, obligations fiscales de base. Le choix du statut est déjà réalisé et justifié. Cr4.3. Au moins 2 outils digitaux de gestion (ex. facturation, suivi comptable, gestion des frais) sont sélectionnés par le candidat. Ses choix sont justifiés au regard des bénéfices attendus en termes d'optimisation et/ou de facilitation de sa gestion.

C5. Concevoir une stratégie commerciale adaptée à une activité d'indépendant, en fixant des objectifs opérationnels échelonnés, en sélectionnant des canaux d'acquisition ciblés, en planifiant des actions adaptées (prospection digitale, partenariats, stratégie de contenus...), **afin de générer des affaires et de développer son activité de façon responsable.**

Cr5.1. Les objectifs commerciaux fixés par le candidat sont échelonnés dans le temps (court, moyen et long terme), mesurables (ex : CA visé, nombre de clients...) et réalistes.

Cr5.2. Au moins 2 canaux d'acquisition distincts (réseaux, plateformes professionnelles, site...) sont identifiés par le candidat et justifiés au regard de son activité d'indépendant et des caractéristiques de la cible visée.

Cr5.3. La stratégie commerciale comporte au moins 2 actions commerciales ciblées (ex : prospection téléphonique, emailing, partenariats, offre découverte, promotion...) et leurs modalités de mise en œuvre.

C6. Structurer le pilotage de son activité d'indépendant, en identifiant les indicateurs-clés de suivi et de performance adaptés et en les intégrant dans un tableau de bord digital, **afin de faciliter la prise de décision tout en favorisant la pérennité de son activité.**

Cr6.1. Les modalités de pilotage de son activité d'indépendant sont précisées par le candidat et incluent la structuration claire d'un tableau de bord et ses conditions d'exploitation (fréquence de mise à jour, analyse des résultats, facteurs décisionnels).

Cr6.2. Le tableau de bord digital présenté contient au moins 3 indicateurs-clés de suivi de l'activité et de performance (ex : chiffre d'affaires, marge brute, nombre de clients, coût d'acquisition client, taux de transformation...). Leur choix est justifié par le candidat.