

SCHOOL FOR MATE

LIVRET PÉDAGOGIQUE

Entrepreneur de TPE

RNCP42154 · Certification RNCP · Niveau 6

Ce parcours certifiant de 440 heures prépare au titre RNCP42154 Entrepreneur de TPE (niveau 6). Il accompagne pas à pas le créateur, le repreneur ou l'intrapreneur, de l'étude de marché jusqu'au pilotage financier, commercial et écoresponsable de son entreprise.

VOLUME HORAIRE	COURS	BLOCS
440 h	20	5

01 · PRÉSENTATION

La formation en bref

Intitulé	Entrepreneur de TPE
Code	RNCP42154
Type	Certification RNCP
Niveau	Niveau 6
Certificateur	UNION DES COUVEUSES
Durée	440 h, 20 cours
Modalité	Formation à distance (e-learning), tutorat assuré par l'organisme de formation
Formats	SCORM 1.2 / 2004, xAPI, sources éditables
Mise à jour	Novembre 2026
Fin d'enregistrement de la certification	30/04/2029

Le métier et les compétences visées

L'entrepreneur de TPE crée, reprend ou développe une petite entreprise, ou pilote un projet économique autonome au sein d'une entreprise hôte. Selon son cœur de métier, il exerce dans les services aux particuliers ou aux entreprises, le commerce, l'artisanat, la culture ou l'économie sociale et solidaire. Il détecte et analyse les informations utiles à son projet, construit et pilote sa stratégie opérationnelle, contrôle la viabilité économique et financière de son activité et élabore son action commerciale. Il intègre les enjeux sociaux et environnementaux à chaque étape et en rend compte à ses parties prenantes. Il manage une équipe de façon inclusive et fait évoluer son entreprise, de l'entreprise individuelle jusqu'à la TPE ou PME employant des salariés.

Public visé

- Demandeurs d'emploi porteurs d'un projet de création d'entreprise
- Actifs en reconversion souhaitant devenir chef d'entreprise
- Jeunes, diplômés ou non, engagés dans une démarche entrepreneuriale
- Futurs repreneurs d'une TPE ou d'une petite PME
- Intrapreneurs chargés de gérer un projet économique autonome au sein d'une entreprise hôte

Prérequis

- Disposer d'un niveau de culture générale équivalent au baccalauréat
- Avoir un projet de création d'entreprise, de reprise ou de gestion d'un projet économique autonome (intrapreneuriat)
- Disposer d'un projet déjà formalisé

Objectifs pédagogiques

À l'issue du parcours, l'apprenant est capable de :

- Conduire une étude de marché complète combinant enquêtes terrain, sources fiables et veille concurrentielle
- Formaliser une offre et une stratégie à l'aide de l'arbre à produit, de la matrice SWOT et du workflow de production
- Structurer son projet dans un Business Circular Canvas et le piloter par une roadmap, des jalons et des indicateurs SMART
- Choisir le statut juridique le plus adapté à son projet et à sa situation personnelle à partir d'une étude comparative
- Construire un plan de financement initial, un budget annuel et un business plan à 3 ans conforme aux attentes bancaires
- Calculer le prix de revient, les seuils de rentabilité et le point mort, puis suivre budget et trésorerie dans un tableau de bord
- Bâtir une identité de marque accessible et un plan d'action commercial multicanal respectueux du RGPD
- Prospecter, enregistrer ses leads et fidéliser sa clientèle de façon structurée
- Recruter et manager une équipe de façon inclusive, dans le respect du cadre légal et des besoins liés aux situations de handicap
- Conduire, mesurer et communiquer une démarche RSE en amélioration continue avec l'ensemble des parties prenantes

02 · FIL ROUGE PÉDAGOGIQUE

Atelier Colibri

IM

Inès Marchal

Porteuse de projet puis fondatrice et dirigeante de l'Atelier Colibri

Économie circulaire : rénovation, revente de mobilier de seconde main et ateliers de réparation

Inès Marchal, 38 ans, a passé douze ans comme acheteuse mobilier pour une enseigne de distribution. En reconversion, elle porte le projet Atelier Colibri : une TPE de l'économie circulaire qui collecte, rénove et revend du mobilier de seconde main, et propose des ateliers de réparation aux particuliers dans l'agglomération angevine. Son projet est formalisé mais reste à confirmer : clientèle, prix, financement et statut juridique. En cours de parcours, une opportunité se présente. Gérard Delorme, tapissier d'ameublement proche de la retraite, cherche un repreneur pour son atelier de deux salariés. Inès doit alors arbitrer entre création pure et reprise, structurer une équipe inclusive, convaincre sa banque et faire de sa démarche RSE un véritable levier de rentabilité.

Chaque cours se termine par une mise en situation dans cette entreprise : l'apprenant accompagne Inès dans des situations professionnelles réalistes, de plus en plus complexes, jusqu'à la préparation des épreuves.

La progression

1. Bloc 1 : Inès confronte son intuition au terrain, analyse la concurrence et les bilans de la Tapisserie Delorme, puis rédige le manifeste de l'Atelier Colibri.
2. Bloc 2 : Inès formalise son Business Circular Canvas, choisit son statut juridique, construit sa roadmap et prépare le recrutement inclusif de ses premiers collaborateurs.
3. Bloc 3 : Inès calcule ses prix de revient et son point mort, monte son plan de financement et défend son business plan à 3 ans devant sa banque.
4. Bloc 4 : Inès construit l'identité de marque de l'Atelier Colibri, fait évoluer celle de l'atelier repris et lance sa prospection multicanal.
5. Bloc 5 : Inès fédère ses partenaires autour d'engagements RSE, suit leurs indicateurs et publie un premier bilan transparent de son impact.

03 · ARCHITECTURE

Organisation du parcours

Le parcours est construit sur les blocs de compétences du référentiel officiel : chaque bloc regroupe les cours qui préparent à son évaluation.

N°	Bloc et cours	Durée
RNCP42154BC01 · Détecter et analyser les informations utiles en vue d'élaborer un projet entrepreneurial		**110 h**
1	Étude terrain et étude de marché : confirmer les besoins	22 h
2	Concurrence, clientèle cible et analyse d'une entreprise à reprendre	22 h
3	Formaliser l'offre, la production et les circuits de commercialisation	22 h
4	Veille stratégique, innovation et indicateurs RSE	22 h
5	Compétences, posture et vision du futur dirigeant	22 h
RNCP42154BC02 · Élaborer et piloter la stratégie opérationnelle de son projet entrepreneurial		**88 h**
6	Business Circular Canvas, priorités et statut juridique	22 h
7	Roadmap, jalons et pilotage par objectifs	22 h
8	Ressources humaines, recrutement et management inclusifs	22 h
9	Posture de chef d'entreprise : pitch, temps et réseau	22 h
RNCP42154BC03 · Contrôler la viabilité économique et financière de son projet entrepreneurial		**88 h**
10	Comptabilité, coûts et construction du prix	22 h
11	Seuils de rentabilité, budget annuel et rémunération du dirigeant	22 h
12	Financer son projet : plan de financement et business plan	22 h
13	Pilotage financier : trésorerie, écarts et reporting	22 h
RNCP42154BC04 · Élaborer l'action commerciale de son projet entrepreneurial		**110 h**
14	Cible, offre et pitch commercial	22 h
15	Identité de marque et identité visuelle accessible	22 h
16	Réseaux sociaux, canaux de conquête et usages de l'IA	22 h
17	Prospection et développement du réseau commercial	22 h
18	Documents commerciaux, gestion des leads et fidélisation	22 h
RNCP42154BC05 · Conduire un projet entrepreneurial écoresponsable		**44 h**
19	Parties prenantes, valeurs et démarche écoresponsable	22 h
20	Piloter, améliorer et communiquer sa démarche RSE	22 h

Total du parcours	440 h

Répartition des modalités pédagogiques

Chaque sous-chapitre s'ouvre sur une vidéo de 3 à 5 minutes. La vidéo représente 30 % du volume horaire, complétée par du cours texte enrichi, des infographies, des études de cas, des mises en situation et des QCM.



- Vidéos : 132 h
- Cours texte et infographies : 138 h 30
- Études de cas et mises en situation : 108 h
- QCM et évaluations : 61 h 30

04 · PROGRAMME DÉTAILLÉ

Contenu des cours

RNCP42154BC01 · 110 h

Détecter et analyser les informations utiles en vue d'élaborer un projet entrepreneurial

Cours 1 · Étude terrain et étude de marché : confirmer les besoins — 22 h

OBJECTIFS

- Conduire une étude terrain et des enquêtes directes auprès de clients potentiels
- Collecter et interpréter des données issues de sources fiables pour confirmer la faisabilité du projet

ÉVALUATION FORMATIVE

QCM de connaissances et production d'un questionnaire d'enquête commenté

CONTENUS

- Les finalités et les étapes d'une étude de marché pour une TPE
- Préparer et conduire une étude terrain : rencontres de pairs, salons, conférences
- Concevoir un questionnaire et mener des enquêtes (entourage, en ligne, enquêtes de rue)
- Répertorier et exploiter les sources réputées sûres : INSEE, CCI, presse professionnelle
- Le benchmarking de l'écosystème : méthode et grille d'analyse
- Traiter, croiser et interpréter les résultats collectés
- Rédiger la synthèse de faisabilité du projet

Fil rouge · Inès visite un salon de la décoration et de l'upcycling, puis diffuse un questionnaire en ligne et réalise une enquête de rue sur un marché angevin. Elle croise les réponses avec les données de la CCI pour vérifier que la demande de mobilier rénové existe sur son territoire.

Cours 2 · Concurrence, clientèle cible et analyse d'une entreprise à reprendre — 22 h

OBJECTIFS

- Réaliser une veille concurrentielle initiale et définir ses avantages concurrentiels
- Définir sa clientèle cible et structurer une problématique entrepreneuriale
- Analyser les bilans d'une entreprise à reprendre par les méthodes patrimoniale et comparative

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas notée : grille de veille concurrentielle et synthèse d'analyse des bilans

CONTENUS

- Identifier les concurrents directs et indirects et leurs critères différenciants
- Définir ses avantages concurrentiels potentiels
- Synthétiser benchmarking, questionnaires et positionnement pour définir la clientèle cible
- Lire les bilans et comptes de résultat d'une entreprise à reprendre
- Évaluer une entreprise : méthode patrimoniale et méthode comparative
- Organiser les données de l'étude de marché en besoins et solutions
- Formuler une problématique entrepreneuriale pertinente

Fil rouge · Inès dresse le tableau des recycleries, brocantes en ligne et enseignes d'ameublement de son secteur. Elle étudie ensuite les trois derniers bilans de la Tapisserie Delorme pour estimer la performance actuelle et potentielle de l'atelier.

Cours 3 · Formaliser l'offre, la production et les circuits de commercialisation

22 h

OBJECTIFS

- Formaliser l'offre sous forme d'arbre à produit et l'analyser avec une matrice SWOT
- Décomposer la production en workflow et identifier fournisseurs et circuits de commercialisation

ÉVALUATION FORMATIVE

Livrable intermédiaire : arbre à produit, SWOT et workflow annotés, avec retour du formateur

CONTENUS

- Construire l'arbre à produit de son offre
- Réaliser une matrice SWOT et en tirer des choix stratégiques
- Modéliser son processus de production sous forme de workflow, de la conception à la livraison
- Positionner les fournisseurs nécessaires sur le workflow
- Rédiger un appel d'offres fournisseur pertinent et complet
- Comparer les circuits de commercialisation : vente directe, site internet, distributeur, agent commercial
- Construire les partenariats nécessaires aux circuits retenus

Fil rouge · Inès structure son offre en trois branches (mobilier rénové, réfection de sièges, ateliers de réparation) et cartographie son workflow, de la collecte des meubles à la livraison. Elle rédige un appel d'offres pour ses fournitures de peintures et de tissus.

Cours 4 · Veille stratégique, innovation et indicateurs RSE

22 h

OBJECTIFS

- Mettre en place une veille stratégique, technologique et commerciale structurée
- Évaluer les innovations de son secteur et anticiper les évolutions du marché
- Identifier les principaux indicateurs RSE à intégrer dans sa stratégie

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : plan de veille personnalisé et QCM sur l'innovation et la RSE

CONTENUS

- Structurer un réseau de contacts de veille : institutions, réseaux de pairs, forums
- Repérer les évolutions et ruptures : innovations technologiques ou sociétales, nouveaux acteurs, transferts de pratiques
- Situer son activité dans la chaîne de l'innovation et bâtir un plan d'action
- Outiller sa veille technologique et commerciale au quotidien
- Anticiper les évolutions du marché pour garder ou améliorer sa position
- Les principaux indicateurs RSE et leur intégration dans la stratégie

Fil rouge · Inès rejoint un réseau régional de l'économie circulaire et configure ses alertes de veille sur le réemploi et la réglementation des filières de meubles usagés. Elle sélectionne ses premiers indicateurs RSE, comme le volume de meubles détournés de l'enfouissement.

Cours 5 · Compétences, posture et vision du futur dirigeant

22 h

OBJECTIFS

- Identifier les compétences clés du projet et construire un plan de montée en compétences
- Valider la cohérence du projet avec ses aspirations et rédiger son manifeste entrepreneurial

ÉVALUATION FORMATIVE

Production du manifeste entrepreneurial et auto-évaluation de posture guidée

CONTENUS

- Rédiger les fiches de poste nécessaires au projet de création ou de reprise
- Comparer les compétences requises à son profil et à celui de ses éventuels associés
- Activer les leviers de montée en compétences : formation, partenariats, association
- Solliciter des partenaires pour un feedback objectif sur l'offre et sur sa posture
- Les règles du storytelling appliquées au projet entrepreneurial
- Rédiger son manifeste sous forme de texte ou d'iconographie

Fil rouge · Inès rédige les fiches de poste de valoriste et de tapissier, constate un manque de compétences en tapisserie et envisage de s'associer au salarié le plus expérimenté de Gérard Delorme. Elle soumet ensuite son manifeste à un chef d'entreprise mentor.

RNCP42154BC02 · 88 h

Élaborer et piloter la stratégie opérationnelle de son projet entrepreneurial

Cours 6 · Business Circular Canvas, priorités et statut juridique

22 h

OBJECTIFS

- Définir les objectifs opérationnels du projet dans un Business Circular Canvas
- Définir les KPI par catégorie du BMC et prioriser les objectifs
- Choisir un statut juridique de façon motivée

ÉVALUATION FORMATIVE

Livrable intermédiaire : BCC, tableau de bord initial et note comparative des statuts

CONTENUS

- Du Business Model Canvas au Business Circular Canvas : intégrer l'environnement dès la conception
- Traduire l'analyse en objectifs opérationnels
- Définir les KPI de chaque catégorie du BMC et bâtir le tableau de bord
- Prioriser les objectifs avec la matrice d'Eisenhower
- Analyser les besoins de l'entreprise et ses besoins personnels de dirigeant
- Étude comparative des formes juridiques : atouts et contraintes
- Formaliser une décision motivée de statut juridique

Fil rouge · Inès remplit le Business Circular Canvas de l'Atelier Colibri en intégrant les flux de matières récupérées. Elle compare entreprise individuelle, SARL et SAS et argumente son choix au regard de la reprise envisagée et de sa protection sociale.

Cours 7 · Roadmap, jalons et pilotage par objectifs

22 h

OBJECTIFS

- Planifier les actions dans une roadmap jalonnée
- Évaluer l'avancement du projet avec des indicateurs SMART et un plan d'action PDCA

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : roadmap jalonnée avec indicateurs SMART et plan PDCA commenté

CONTENUS

- La logique du pilotage par objectifs
- Séquencer les tâches et répartir sa charge de travail dans une roadmap
- Positionner les jalons et organiser les bilans intermédiaires
- Définir des indicateurs SMART pour chaque jalon
- Construire et suivre un plan d'action PDCA
- Analyser les écarts : retour au plan initial ou évolutions décidées
- Sanctuariser des temps réguliers d'analyse du plan d'action

Fil rouge · Inès construit la roadmap de ses douze premiers mois, avec un jalon d'ouverture de la boutique et un jalon de signature de la reprise. Lors de son premier bilan intermédiaire, elle constate un retard d'aménagement du local et ajuste son PDCA.

Cours 8 · Ressources humaines, recrutement et management inclusifs

22 h

OBJECTIFS

- Élaborer un plan de recrutement, de formation et de sous-traitance conforme au cadre légal
- Recruter et manager de façon inclusive en intégrant les besoins liés aux situations de handicap

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas notée : annonce de recrutement inclusive et plan RH commenté

CONTENUS

- Identifier les ressources internes et externes à partir du plan d'action
- Arbitrer entre recrutement, formation et sous-traitance
- Les bases de la politique RH : Code du travail et conventions collectives
- Intégrer le handicap dans le plan de recrutement avec les acteurs pertinents, dont l'Agefiph
- Rédiger des annonces et appels à partenariat inclusifs, se former et former aux principes de non-discrimination
- Manager une équipe en tenant compte des situations de handicap : rôles, responsabilités, outils accessibles
- Concevoir un organigramme interne adapté

Fil rouge · Inès prépare le recrutement d'une valoriste et prend contact avec l'Agefiph pour adapter le poste d'une candidate en situation de handicap. Elle redéfinit les rôles de l'équipe reprise et choisit des outils de communication accessibles.

Cours 9 · Posture de chef d'entreprise : pitch, temps et réseau

22 h

OBJECTIFS

- Préparer et maîtriser le pitch de présentation du projet
- Gérer son temps durablement et mobiliser son réseau professionnel

ÉVALUATION FORMATIVE

Pitch enregistré évalué selon une grille et plan personnel de gestion du temps

CONTENUS

- Construire le pitch de présentation du projet entrepreneurial
- Adapter son pitch aux partenaires, fournisseurs et candidats à l'embauche
- S'entraîner régulièrement et progresser grâce aux retours
- Les outils de gestion du temps du dirigeant
- Protéger sa vie personnelle pour tenir le projet dans la durée
- Rythmer le suivi régulier de son plan d'action
- Partager ses difficultés hors les murs : salons, forums, groupes de réflexion

Fil rouge · Inès s'entraîne à présenter l'Atelier Colibri en deux minutes avant un rendez-vous avec un fournisseur de tissus. Elle bloque ensuite ses soirées dans son agenda et rejoint un groupe d'entrepreneurs pour échanger sur sa charge de travail.

RNCP42154BC03 · 88 h

Contrôler la viabilité économique et financière de son projet entrepreneurial

Cours 10 · Comptabilité, coûts et construction du prix

22 h

OBJECTIFS

- Comprendre les principes comptables pour dialoguer avec son expert-comptable
- Construire son prix de revient et définir un prix de vente cohérent avec le marché

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercices de calcul corrigés et QCM de comptabilité

CONTENUS

- Les principes de la comptabilité : bilan, compte de résultat, écritures de base
- Préparer et conduire les échanges avec son expert-comptable
- Lister de façon exhaustive les coûts de l'activité : fixes, variables, directs, indirects
- Construire son prix de revient
- Recenser les coûts d'une activité reprise et reconstruire son prix de revient
- Benchmarker son secteur et son territoire pour fixer un prix de vente
- Mettre en place une veille légale sur les obligations fiscales et financières

Fil rouge · Inès calcule le prix de revient d'une commode rénovée (collecte, temps de travail, fournitures, quote-part du loyer) et le compare aux prix pratiqués localement. Elle recense aussi les coûts réels de l'atelier Delorme pour recalculer ses tarifs de réfection.

Cours 11 · Seuils de rentabilité, budget annuel et rémunération du dirigeant

22 h

OBJECTIFS

- Calculer les seuils de viabilité, les seuils intermédiaires de gestion et le point mort
- Construire un budget annuel et évaluer la rémunération du dirigeant

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas chiffrée notée sur tableur

CONTENUS

- Construire un budget de fonctionnement annuel
- Calculer les seuils de viabilité économique d'un projet ou d'une entreprise à reprendre
- Les soldes et seuils intermédiaires de gestion : formules et lecture
- Repérer les points de fuite au plus tôt
- Identifier le point mort et suivre le délai d'atteinte de l'équilibre
- Évaluer la rémunération annuelle du dirigeant selon son statut et les bénéfices attendus

Fil rouge · Inès établit le budget annuel de l'Atelier Colibri et détermine le mois où elle atteindra son point mort. Elle simule plusieurs niveaux de rémunération pour vérifier qu'elle peut se verser un revenu sans fragiliser l'entreprise.

Cours 12 · Financer son projet : plan de financement et business plan

22 h

OBJECTIFS

- Identifier les sources de financement adaptées et construire un plan de financement initial
- Rédiger un business plan à 3 ans et préparer un rendez-vous de financement

ÉVALUATION FORMATIVE

Livrable intermédiaire : plan de financement et business plan à 3 ans, avec simulation d'entretien bancaire

CONTENUS

- Panorama des financements : économies personnelles, emprunt privé, banques, prêts d'honneur
- Sélectionner les financements applicables à sa situation
- Construire le plan de financement initial
- Rédiger un business plan à 3 ans selon le modèle type attendu par les banques
- Anticiper les besoins de financement futurs
- Préparer le pitch et le dossier de financement d'un projet de diversification ou de croissance
- Conduire un rendez-vous bancaire

Fil rouge · Inès combine apport personnel, prêt d'honneur et emprunt bancaire pour financer la reprise de l'atelier Delorme. Plus tard, une fois l'équilibre atteint, elle présente à sa banque un dossier de diversification vers les ateliers pour entreprises.

Cours 13 · Pilotage financier : trésorerie, écarts et reporting

22 h

OBJECTIFS

- Suivre budget mensuel et trésorerie à l'aide de KPI et corriger les écarts
- Calculer le retour sur investissement et définir un reporting financier

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : tableau de bord financier commenté et analyse d'écarts

CONTENUS

- Définir les KPI financiers du tableau de bord
- Suivre son budget mensuel et son plan de trésorerie
- Mesurer les écarts entre réel et prévisionnel
- Intégrer les résultats dans la revue des KPI et décider des actions correctives
- Calculer le retour sur investissement d'une action de développement
- Définir un format de reporting financier selon les logiciels utilisés
- Préparer les échanges avec banquier et expert-comptable

Fil rouge · Au sixième mois, Inès constate un écart de chiffre d'affaires sur la revente en ligne et réoriente ses efforts vers la boutique. Elle calcule le retour sur investissement d'une camionnette de collecte et prépare son reporting trimestriel pour son expert-comptable.

RNCP42154BC04 · 110 h

Élaborer l'action commerciale de son projet entrepreneurial

Cours 14 · Cible, offre et pitch commercial

22 h

OBJECTIFS

- Définir sa cible commerciale et ses leviers d'achat
- Construire un argumentaire, un pitch commercial et un pitch deck convaincants

ÉVALUATION FORMATIVE

Pitch deck et persona évalués selon une grille critériée

CONTENUS

- Réaliser le portrait type de son client (persona) et identifier ses leviers d'achat
- Adapter son discours commercial à la cible
- Lister avantages et points forts pour une description argumentée de l'offre
- Construire son pitch commercial
- Concevoir son pitch deck
- En reprise : comparer offres, cibles et ton de la communication précédente
- Justifier un virage de communication en douceur ou en rupture

Fil rouge · Inès construit deux personas : le jeune couple qui meuble son premier logement et le particulier attaché à un fauteuil de famille. Elle compare la communication historique de la Tapisserie Delorme à sa cible et choisit une transition en douceur.

Cours 15 · Identité de marque et identité visuelle accessible

22 h

OBJECTIFS

- Définir la personnalité de l'entreprise et rédiger sa bible de marque
- Construire ou faire évoluer une identité visuelle conforme au RGAA

ÉVALUATION FORMATIVE

Livrable intermédiaire : bible de marque et charte graphique avec auto-contrôle RGAA

CONTENUS

- Benchmark sectoriel et mood board personnel
- Définir la personnalité de l'entreprise et rédiger la bible de marque
- Construire son identité visuelle : logo, charte graphique
- Les règles RGAA d'accessibilité numérique appliquées à l'identité visuelle
- En reprise : faire évoluer l'identité visuelle pour clarifier les nouvelles orientations
- Représenter son entreprise et sa marque lors des événements business

Fil rouge · Inès réalise un mood board et rédige la bible de marque de l'Atelier Colibri, puis vérifie les contrastes et la lisibilité de sa charte selon le RGAA. Elle fait évoluer le logo de la Tapisserie Delorme pour signaler son rattachement à Colibri.

Cours 16 · Réseaux sociaux, canaux de conquête et usages de l'IA

22 h

OBJECTIFS

- Choisir les réseaux sociaux et canaux de conquête les plus pertinents
- Préparer des actions par canal conformes au RGPD et à l'accessibilité numérique
- Appliquer les bonnes pratiques de l'IA en communication sans nuire à la confiance des clients

ÉVALUATION FORMATIVE

Exercice pratique : plan de communication multicanal et charte d'usage de l'IA

CONTENUS

- Analyser les comportements et données démographiques des utilisateurs des réseaux sociaux
- Benchmarker les canaux de la concurrence et évaluer les méthodes disruptives
- Lister les éléments indispensables à chaque canal : site web, flyer, fiche produit
- Respecter le RGPD et le référentiel d'accessibilité numérique dans ses supports
- Construire un argumentaire commercial spécifique à chaque canal
- Apports et bonnes pratiques de l'IA pour la communication sur les réseaux sociaux
- Retours d'expériences qualifiés sur l'usage de l'IA dans les tâches commerciales

Fil rouge · Inès retient deux réseaux sociaux adaptés à sa cible et une boutique en ligne accessible. Elle teste un outil d'IA pour rédiger ses fiches produits et définit une règle de transparence pour préserver la confiance de ses clients.

Cours 17 · Prospection et développement du réseau commercial

22 h

OBJECTIFS

- Mettre en œuvre des actions de marketing direct et indirect
- Développer son réseau d'affaires et son réseau de vente

ÉVALUATION FORMATIVE

Jeu de rôle de prospection téléphonique évalué et plan de prospection

CONTENUS

- Préparer et conduire des actions de phoning, porte-à-porte et mailing
- Actions de marketing indirect : réseaux sociaux, événements
- Développer la notoriété, le bouche-à-oreille et la recommandation
- Choisir et intégrer des réseaux d'affaires
- Construire des partenariats et un système de recommandation
- Adopter en événement un comportement conforme à l'identité de marque

Fil rouge · Inès démarche par téléphone des agences immobilières et des hôtels pour proposer la réfection de leur mobilier. Elle anime un stand lors d'un marché de créateurs et rejoint un club d'affaires local pour générer des recommandations.

Cours 18 · Documents commerciaux, gestion des leads et fidélisation

22 h

OBJECTIFS

- Préparer des documents légaux et commerciaux conformes
- Gérer leads et portefeuilles dans le respect du RGPD et fidéliser ses clients

ÉVALUATION FORMATIVE

Livrable intermédiaire : CGV et modèle de devis contrôlés, QCM sur le RGPD

CONTENUS

- Rédiger ses conditions générales de vente
- Devis, contrats, factures : mentions obligatoires et cadre légal
- Enregistrer et suivre ses leads dans un ERP ou un outil de gestion de la relation client
- Construire son portefeuille prospects et son portefeuille clients
- Les règles du RGPD appliquées aux fichiers commerciaux
- Concevoir des actions de fidélisation
- Simplifier les nouveaux actes d'achat

Fil rouge · Inès rédige les CGV de la boutique et un modèle de devis pour la réfection de sièges. Elle paramètre son outil de suivi des leads, recueille les consentements RGPD et lance une carte de fidélité pour les participants à ses ateliers.

RNCP42154BC05 · 44 h

Conduire un projet entrepreneurial écoresponsable

Cours 19 · Parties prenantes, valeurs et démarche écoresponsable

22 h

OBJECTIFS

- Cartographier les acteurs du projet et analyser leurs attentes, y compris en prévention et sécurité au travail
- Définir des valeurs et des engagements RSE conjuguant impact et rentabilité

ÉVALUATION FORMATIVE

Étude de cas : cartographie des parties prenantes et charte d'engagements RSE

CONTENUS

- Cartographier les acteurs internes et externes et les étapes où ils interviennent
- Analyser l'impact des attentes des acteurs sur le projet
- Intégrer la prévention et la sécurité au travail dans la démarche
- Définir des valeurs économiquement viables, socialement justes et écologiquement saines
- Confronter ses valeurs à celles du réseau pour bâtir un projet RSE commun
- Réunir les conditions de réussite d'une démarche écoresponsable rentable
- Mesurer l'impact de chaque action et formuler des engagements sociétaux

Fil rouge · Inès cartographie ses partenaires (déchetterie, association d'insertion, fournisseurs, salariés) et évalue les risques liés aux solvants et au port de charges. Elle formule trois engagements sociétaux qu'elle partage avec son réseau.

Cours 20 · Piloter, améliorer et communiquer sa démarche RSE

22 h

OBJECTIFS

- Suivre et évaluer les KPI RSE avec les parties prenantes
- Piloter l'amélioration continue et communiquer les résultats de façon transparente

ÉVALUATION FORMATIVE

Livrable final : tableau de bord RSE, plan PDCA et support de communication des résultats

CONTENUS

- Définir et suivre des KPI RSE pertinents
- Organiser des points d'étape avec les partenaires internes et externes
- Rédiger un plan d'action d'amélioration continue en PDCA
- Mettre en place une veille légale et réglementaire sur la RSE et la prévention des risques au travail
- Publier et diffuser ses engagements sociétaux
- Communiquer les résultats de façon transparente à l'ensemble des parties prenantes

Fil rouge · Lors d'un point d'étape avec ses partenaires, Inès constate que la part de tissus réemployés reste inférieure à son objectif et formalise un PDCA correctif. Elle publie ensuite un premier bilan RSE sur son site et en boutique.

05 · CONFORMITÉ AU RÉFÉRENTIEL

Couverture des compétences

Correspondance entre les compétences du référentiel France Compétences et les cours du parcours.

Compétence	Bloc	Cours
Conduire une étude terrain (pairs, salons, conférences)	RNCP42154BC01	1
Mener des enquêtes directes auprès de clients potentiels	RNCP42154BC01	1
Analyser les sources d'informations externes (benchmarking)	RNCP42154BC01	1, 2
Construire une étude de marché à partir de sources réputées sûres	RNCP42154BC01	1
Réaliser une veille concurrentielle initiale et définir ses avantages concurrentiels	RNCP42154BC01	2
Définir sa clientèle cible	RNCP42154BC01	2
Analyser les bilans d'une entreprise à reprendre (méthodes patrimoniale et comparative)	RNCP42154BC01	2
Structurer une problématique entrepreneuriale en besoins et solutions	RNCP42154BC01	2
Formaliser l'offre sous forme d'arbre à produit	RNCP42154BC01	3
Réaliser une matrice SWOT	RNCP42154BC01	3
Mener une veille stratégique via un réseau de contacts professionnels	RNCP42154BC01	4
Évaluer les innovations et sa position dans la chaîne de l'innovation	RNCP42154BC01	4
Mettre en œuvre une veille technologique et commerciale	RNCP42154BC01	4
Évaluer et anticiper les évolutions de son marché	RNCP42154BC01	4
Identifier et appliquer les principaux indicateurs RSE	RNCP42154BC01	4, 19
Décomposer sa production sous forme de workflow	RNCP42154BC01	3
Identifier les fournisseurs et élaborer des appels d'offres	RNCP42154BC01	3
Évaluer les circuits de commercialisation et construire les partenariats	RNCP42154BC01	3
Identifier les compétences nécessaires au projet par des fiches de poste	RNCP42154BC01	5
Construire un plan de montée en compétences	RNCP42154BC01	5
Solliciter un feedback de partenaires sur l'offre et la posture	RNCP42154BC01	5
Rédiger son manifeste entrepreneurial selon les règles du storytelling	RNCP42154BC01	5
Définir les objectifs opérationnels dans un Business Circular Canvas	RNCP42154BC02	6
Définir les KPI par catégorie du BMC (tableau de bord)	RNCP42154BC02	6
Prioriser les objectifs avec une matrice d'Eisenhower	RNCP42154BC02	6

Choisir le statut juridique par une étude comparative	RNCP42154BC02	6
Planifier les actions dans une roadmap	RNCP42154BC02	7
Positionner les jalons et organiser les bilans intermédiaires	RNCP42154BC02	7
Définir des indicateurs SMART pour chaque jalon	RNCP42154BC02	7
Préparer et suivre un plan d'action PDCA	RNCP42154BC02	7
Élaborer un plan de recrutement, de formation et de sous-traitance	RNCP42154BC02	8
Appliquer une politique RH légale intégrant les situations de handicap	RNCP42154BC02	8
Adapter le plan de recrutement au handicap avec les acteurs pertinents (Agefiph)	RNCP42154BC02	8
Rédiger des annonces inclusives et former à la non-discrimination	RNCP42154BC02	8
Préparer et maîtriser le pitch de présentation du projet	RNCP42154BC02	9
Suivre régulièrement le plan d'action en sanctuarisant des temps d'analyse	RNCP42154BC02	7, 9
Gérer son temps et protéger sa vie personnelle	RNCP42154BC02	9
Manager une équipe en tenant compte des situations de handicap	RNCP42154BC02	8
Mobiliser son réseau professionnel hors les murs	RNCP42154BC02	9
Calculer les seuils de viabilité économique	RNCP42154BC03	11
Intégrer les résultats dans la revue des KPI et décider des actions	RNCP42154BC03	13
Identifier les sources de financement applicables à sa situation	RNCP42154BC03	12
Rédiger un business plan à 3 ans selon le modèle bancaire	RNCP42154BC03	12
Préparer un pitch et un dossier de financement de développement	RNCP42154BC03	12
Comprendre les principes comptables pour échanger avec l'expert-comptable	RNCP42154BC03	10
Évaluer les coûts de l'activité pour construire son prix de revient	RNCP42154BC03	10
Identifier les coûts d'une activité reprise pour construire son prix de revient	RNCP42154BC03	10
Benchmarker son secteur pour définir un prix de vente cohérent	RNCP42154BC03	10
Mettre en place une veille légale sur les obligations fiscales et financières	RNCP42154BC03	10
Calculer les seuils intermédiaires de gestion	RNCP42154BC03	11
Identifier le point mort de son activité	RNCP42154BC03	11
Suivre budget mensuel et trésorerie avec des KPI	RNCP42154BC03	13
Mesurer les écarts entre réel et prévisionnel	RNCP42154BC03	13
Calculer le retour sur investissement des actions de développement	RNCP42154BC03	13
Évaluer annuellement la rémunération du dirigeant	RNCP42154BC03	11

Définir un format de reporting financier	RNCP42154BC03	13
Définir sa cible commerciale par un portrait type	RNCP42154BC04	14
Préparer une description argumentée de son offre	RNCP42154BC04	14
Construire son pitch commercial et son pitch deck	RNCP42154BC04	14
En reprise : justifier les écarts avec la communication précédente	RNCP42154BC04	14, 15
Préparer ses documents légaux et commerciaux (CGV, devis, contrats, factures)	RNCP42154BC04	18
Définir la personnalité de l'entreprise (bible de l'entreprise)	RNCP42154BC04	15
Construire son identité visuelle conforme au RGAA	RNCP42154BC04	15
En reprise : faire évoluer l'identité visuelle conforme au RGAA	RNCP42154BC04	15
Représenter son entreprise lors des événements business	RNCP42154BC04	15, 17
Identifier les réseaux sociaux cohérents avec l'image de l'entreprise	RNCP42154BC04	16
Appliquer les apports de l'IA à la communication sur les réseaux sociaux	RNCP42154BC04	16
Identifier les canaux de conquête pertinents, y compris disruptifs	RNCP42154BC04	16
Lister les éléments indispensables par canal (RGPD, accessibilité)	RNCP42154BC04	16
Construire un argumentaire commercial spécifique à chaque canal	RNCP42154BC04	16
Identifier les bonnes pratiques de l'IA sur les tâches commerciales	RNCP42154BC04	16
Mettre en œuvre des actions de marketing direct	RNCP42154BC04	17
Mettre en œuvre des actions de marketing indirect	RNCP42154BC04	17
Participer à des réseaux d'affaires	RNCP42154BC04	17
Développer son réseau de vente (réseautage, partenariats, recommandation)	RNCP42154BC04	17
Enregistrer ses leads dans un ERP	RNCP42154BC04	18
Construire ses portefeuilles prospects et clients dans le respect du RGPD	RNCP42154BC04	18
Fidéliser ses clients	RNCP42154BC04	18
Cartographier les acteurs internes et externes du projet	RNCP42154BC05	19
Analyser les attentes des acteurs, y compris en prévention et sécurité au travail	RNCP42154BC05	19
Justifier des valeurs viables, justes et saines pour un projet RSE commun	RNCP42154BC05	19
Mettre en œuvre les conditions d'une démarche écoresponsable rentable	RNCP42154BC05	19
Mesurer l'impact de chaque action au regard de la démarche RSE	RNCP42154BC05	19, 20
Formuler et publier des engagements sociétaux	RNCP42154BC05	19, 20
Définir et suivre des KPI RSE	RNCP42154BC05	20

Évaluer l'atteinte des KPI lors de points d'étape avec les partenaires	RNCP42154BC05	20
Rédiger un plan d'amélioration continue en PDCA	RNCP42154BC05	20
Mettre en place une veille légale sur la RSE et la prévention des risques au travail	RNCP42154BC05	20
Communiquer les résultats de façon transparente aux parties prenantes	RNCP42154BC05	20

Évaluations formatives

Chaque sous-chapitre se conclut par un QCM d'auto-positionnement avec correction commentée. Chaque cours comporte une évaluation formative adaptée à la compétence visée : étude de cas, exercice de calcul sur tableur, jeu de rôle, pitch enregistré ou livrable intermédiaire. Les livrables suivent le fil rouge de l'Atelier Colibri, puis sont transposés par l'apprenant à son propre projet. Les retours du formateur de l'organisme de formation s'appuient sur des grilles critériées alignées sur les compétences du référentiel. L'apprenant peut ainsi mesurer sa progression et identifier ses axes de travail avant les épreuves de certification.

Modalités de certification

Bloc	Modalité d'évaluation
RNCP42154BC01	Dossier du candidat évalué par le jury, présentation orale devant le jury suivie d'un temps de questions et réponses, et entretien final avec le président du jury
RNCP42154BC02	Dossier du candidat évalué par le jury, présentation orale devant le jury suivie d'un temps de questions et réponses, et entretien final avec le président du jury
RNCP42154BC03	Dossier du candidat évalué par le jury, présentation orale devant le jury suivie d'un temps de questions et réponses, et entretien final avec le président du jury
RNCP42154BC04	Dossier du candidat évalué par le jury, présentation orale devant le jury suivie d'un temps de questions et réponses, et entretien final avec le président du jury
RNCP42154BC05	Dossier du candidat évalué par le jury, présentation orale devant le jury suivie d'un temps de questions et réponses, et entretien final avec le président du jury

Le parcours est construit pour que le dossier du candidat se constitue progressivement : chaque livrable intermédiaire (étude de marché, manifeste, Business Circular Canvas, roadmap, business plan, bible de marque, tableau de bord RSE) devient une pièce du dossier appliquée au projet réel de l'apprenant. Les entraînements au pitch des cours 9, 12 et 14 préparent la présentation orale et les échanges de questions et réponses avec le jury. Les mises en situation du fil rouge habituent l'apprenant à justifier ses choix et préparent l'entretien final avec le président du jury. SFM fournit le contenu pédagogique ; l'organisme de formation reste responsable de l'inscription aux épreuves, de l'organisation de la certification et de la relation avec le certificateur.

06 · MOYENS ET PERSPECTIVES

Moyens pédagogiques et débouchés

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme e-learning en marque blanche accessible 24 h/24, avec suivi de progression et traçabilité des connexions
- Une vidéo de 3 à 5 minutes par sous-chapitre, représentant 30 % du volume horaire du parcours
- Cours texte enrichis, infographies et fiches mémo téléchargeables
- Études de cas et mises en situation fondées sur le fil rouge de l'Atelier Colibri
- Modèles et outils prêts à l'emploi : trames de questionnaire, Business Circular Canvas, roadmap, business plan à 3 ans, tableaux de bord financier et RSE
- QCM d'auto-évaluation corrigés et grilles d'évaluation critériées alignées sur le référentiel
- Accompagnement par le formateur de l'organisme de formation et classes virtuelles selon le dispositif retenu par l'OF

Débouchés et évolutions

- Chef d'entreprise
- Repreneur d'entreprise
- Intrapreneur (gestionnaire de projets complexes au sein d'une entreprise hôte)
- Direction de petite ou moyenne entreprise (code ROME M1302)

Accessibilité

Contenus sous-titrés en français, contrastes conformes WCAG AA, navigation au clavier sur les écrans interactifs. L'organisme de formation qui diffuse le parcours adapte les modalités d'accompagnement aux personnes en situation de handicap avec son référent handicap.

Livrables fournis à l'organisme de formation

- Package SCORM 1.2 / 2004 et xAPI, compatible avec les principaux LMS
- Sources éditables des cours, scripts vidéo et banques de QCM
- Livret apprenant et grilles d'évaluation
- Licence marque blanche à vie, stagiaires illimités, maintenance 24 mois

School For Mate
On crée vos formations, vous n'avez plus qu'à les diffuser.
contact@schoolformate.com · catalogue-2026-sfm.netlify.app

Référentiel RNCP42154 consulté sur francecompetences.fr (export officiel du 4 novembre 2026). La délivrance de la certification relève exclusivement du certificateur et de l'organisme de formation habilité. Document non contractuel, susceptible d'évoluer avec le référentiel.