

INTITULE DE LA CERTIFICATION		
<b>CREER SON ACTIVITE D'INDEPENDANT EN PORTAGE SALARIAL</b>		
Description du métier, de l'activité ou de la situation professionnelle à partir duquel le dispositif de formation visant la certification est initié :		
Cette certification permet aux professionnels indépendants ou ayant le projet de le devenir, d'obtenir les outils et méthodes indispensables pour démarrer une activité indépendante en portage salarial dans les meilleures conditions.		
REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
C.1 <b>Définir son offre de service</b> , en adaptant sa posture à son interlocuteur, en formalisant son expertise et sa micro-cible, en identifiant un réseau de clientèle, afin de lancer sa prospection commerciale.	<p><b>M1. Cas pratique (C1) :</b> Sur la base de son expérience professionnelle et de ses réalisations probantes, le candidat définit son offre de service et rédige une présentation synthétique vouée à être exprimée à l'oral. Pour cela, une ou plusieurs micro-cible sont identifiées.</p> <p>L'évaluation est basée sur le contenu de la présentation de l'offre de service.</p>	<p><b>C1.</b> Le candidat définit précisément son expertise : sa présentation contient ses expériences, sa micro-cible (axe client restreint) et ce qu'il peut apporter (bénéfice client). Par exemple : « Voici ce que je fais ..., auprès de qui je le fais ... et voici ce que cela apporte à mes clients ... ».</p> <p>L'expertise est définie à partir de réalisations probantes.</p> <p>La définition de la micro-cible est cohérente avec son projet de création d'activité et son expertise. La micro-cible correspond à un</p>

		<p>nombre limité de personnes (réseau de clientèle) issues d'un secteur d'activité commun.</p> <p>La présentation de l'offre de service est synthétique (par exemple : elle peut être exprimée en moins d'une minute au format pitch), elle contient :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Son expertise</li> <li>- Son type d'intervention</li> <li>- Sa micro-cible</li> <li>- Ses résultats et ainsi obtenir une mission qualitatives réalisés, bénéfiques clients, ou projetés</li> </ul>
<p><b>C.2 Développer des stratégies de recommandation</b>, en structurant le positionnement de son expertise, en identifiant les différentes typologies de contacts, en choisissant des canaux de communication, en définissant des supports de communication, et en développant une stratégie de réseau pour se rendre visible auprès de ses potentiels clients et ainsi obtenir une mission.</p>	<p><b><u>M2. Cas pratique (C2) :</u></b></p> <p>A partir de son expérience professionnelle, le candidat élabore un plan d'actions lié à une stratégie de recommandation.</p> <p>Le candidat présente un ou des supports de communication adapté(s) à sa cible.</p> <p>La restitution est écrite.</p>	<p><b>C2.</b></p> <p>Le plan d'actions comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une démarche réseau structurée : l'identification et la classification de son réseau</li> <li>- La définition d'objectifs ajustés aux rencontres à venir</li> <li>- Un choix d'outils de communication selon sa cible</li> <li>- Des exemples de supports de communication (exemples : signature de mail, carte de visite, mail de remerciement...)</li> </ul>

		<p>Le ou les supports de communication (print, digital, réseaux sociaux), selon les canaux choisis, contiennent par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Son prénom et nom</li> <li>- Ses interventions et ses expertises</li> <li>- Sa micro-cible, clients potentiels</li> <li>- Le bénéfice client</li> <li>- Sa méthodologie et/ou les références théoriques utilisées pour mener à bien son intervention</li> <li>- Ses expériences et/ou diplômes significatifs</li> </ul>
<p><b>C.3 Identifier les besoins des prospects et clients</b>, en déployant une méthode de questionnement et en formalisant une proposition adaptée afin de commercialiser son offre de service.</p>	<p><b><u>M3. Cas pratique</u></b> (C3) :</p> <p>Sur la base de son expérience professionnelle et selon un contexte d'un échange professionnel (fictif ou réel), le candidat rédige une note d'orientation.</p> <p>Cette note est un document écrit, transmis sur papier ou par mail, qui est présenté comme un compte rendu de visite structuré et qui servira de préalable à la proposition commerciale.</p>	<p><b>C3.</b></p> <p>La note d'orientation proposée est rédigée et structurée. Elle contient :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le compte-rendu d'un échange professionnel <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le contexte et les enjeux du secteur d'activité du prospect ou du client</li> <li>- La reformulation du besoin à satisfaire, en précisant le contenu et le périmètre</li> </ul> </li> <li>- Des propositions d'accompagnement adaptées aux besoins identifiés, précisant : <ul style="list-style-type: none"> <li>- La méthodologie</li> <li>- Les objectifs à atteindre</li> <li>- La durée</li> <li>- Les précisions complémentaires (si besoin)</li> </ul> </li> </ul>

<p><b>C.4 Structurer son activité d'indépendant</b>, en organisant sa prospection commerciale, en définissant une méthodologie d'organisation et des objectifs adaptés à son activité, afin d'optimiser son efficacité commerciale et sa relation-client.</p>	<p><b>M4. Cas pratique (C4) :</b> A partir de son offre de service et de sa stratégie de recommandation, le candidat organise son activité :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il propose un outil de pilotage et des indicateurs pour suivre ses réalisations et leurs impacts</li> <li>- Il définit des objectifs de développement de son activité</li> </ul>	<p><b>C4.</b> Le candidat se fixe des objectifs SMART (spécifiques, mesurables, acceptables, réalistes et temporellement définis).</p> <p>La méthodologie d'organisation s'articule autour d'un outil de pilotage et des indicateurs de pilotage sont proposés et correspondent aux objectifs fixés, par exemple (liste non exhaustive) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de prises de contact réseau (mail, téléphone)</li> <li>- Nombre de rendez-vous réseau</li> <li>- Nombre de prises de contact prescripteurs (mail, téléphone)</li> <li>- Nombre de rendez-vous prescripteurs</li> <li>- Nombre de prises de contact prospects (mail, téléphone)</li> <li>- Nombre de rendez-vous prospects</li> <li>- Nombre de notes d'orientation rédigées</li> <li>- Nombre de propositions présentées</li> <li>- Veille (temps passé)</li> <li>- Formations suivies (thèmes et temps passé)</li> <li>- Outils réalisés (type d'outils et temps passé)</li> <li>- Nombre de jours de mission</li> <li>- Relations publiques (participation à des clubs professionnels, salons, évènements...)</li> </ul>
---	--	--