STUDIOMAP — SAS au capital de 45 714 € — 2 rue Antoine Etex, 94000 Créteil — SIRET 894 479 443 00018 — NAF 59.11A — NDA 11941135894 (Île-de-France)

Programme de formation — Marketing Digital

Développer son activité professionnelle grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux · RS7692 · v2.0 – 12/11/2026

Certification visée : Développer son activité professionnelle grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux — code **RS7692**, enregistrée au Répertoire spécifique de France Compétences le 17/07/2026 pour deux ans (échéance au 17/07/2028).
Certificateur : MASSENA GROUP, SAS — SIRET 913 484 671 00015 — 14 rue Cuvier, 69006 Lyon.
Fiche officielle : https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7692/

Informations générales

Contact référent	Jérémy ATTIA — 06 23 47 11 03 — jeremy.attia@studiomap.fr
Public visé	Auto-entrepreneurs et freelances ; professions libérales ; artisans et commerçants ; créateurs d'entreprise et porteurs de projet ; dirigeants de TPE — tous secteurs d'activité confondus (services, artisanat, commerce, bien-être, communication, etc.).
Prérequis de la certification	Avoir un projet de création ou de développement d'une activité professionnelle ; maîtriser les bases en français (savoir parler et écrire en français, cf. socle de connaissances).
Modalités d'accès propres à l'organisme	Ordinateur équipé micro et caméra, connexion stable ; entretien et questionnaire de positionnement avant l'entrée en formation.
Durée totale	**34 h 30** d'apprentissage, assistance du formateur incluse, dont 3 h en visioconférence individuelle. Le passage de la certification a lieu hors temps de formation.
Modalités de déroulement	Formation 100 % à distance : apprentissage asynchrone (modules en ligne, quiz, ressources téléchargeables) et synchrone (3 h en direct avec le formateur). Accès à la plateforme 24 h/24, 7 j/7.
Tarif	1 500 € — exonération de TVA (art. 261-4-4° a du CGI). Droits CPF mobilisables plafonnés à 1 500 € pour cette certification (décret n° 2026-127 du 24 février 2026).
Délais d'accès	Sessions ouvertes toute l'année, sous réserve de places. Démarrage au plus tard 7 jours ouvrés après accord, dans le respect des délais propres à chaque financement.

Sanction	Attestation de fin de formation (objectifs, durée, résultats). Passage de la certification RS7692 ; le stagiaire s'engage à se présenter à l'évaluation.

Objectifs

À l'issue du parcours, le stagiaire est capable de mobiliser les onze compétences du référentiel RS7692 listées ci-dessous.

Correspondance entre compétences visées et modules

Ce programme couvre l'ensemble des compétences C.1 à C.11 du référentiel de la certification RS7692.

N°	Compétence attestée (rédaction France Compétences)	Modules
C.1	Analyser l'état du marché et de la concurrence, en mobilisant des outils d'analyse traditionnels et d'intelligence artificielle (ex : veille automatisée, IA de recherche et de synthèse de données) afin de définir son positionnement et construire un projet différenciant.	0-B, 1, 8-A, 8-B
C.2	Définir l'image de marque de son activité professionnelle, en créant une identité visuelle unique, afin de permettre un rayonnement uniforme, cohérent et différenciant, quel que soit les canaux de communication utilisés.	1, 8-A, 8-B
C.3	Élaborer une stratégie de communication digitale différenciée, en s'appuyant sur les fonctionnalités d'IA génératives (rédaction, visuels, planning éditorial), afin d'animer, engager et fidéliser une communauté qualifiée.	2, 4, 8-A, 8-B
C.4	Créer des contenus en ligne sous différents formats, en exploitant les fonctionnalités avancées des logiciels de création et des outils d'IA générative (image, vidéo, son, texte), afin de développer son audience de manière durable.	2, 8-A, 8-B
C.5	Exploiter l'ensemble des fonctionnalités mises à disposition par l'outil choisi (ex : Instagram), via l'utilisation des algorithmes, dans le but d'optimiser la viralité de son contenu.	3, 8-A, 8-B
C.6	Développer une stratégie de croissance rapide de sa communauté, en optimisant la production, la planification et le recyclage de contenus notamment grâce à l'IA afin d'accélérer sa visibilité dans un délai réduit.	3, 8-A, 8-B
C.7	Mesurer l'efficacité de sa stratégie, à l'aide des indicateurs clés de performance (KPI) proposés par les différents réseaux sociaux, dans le but d'analyser l'impact de sa stratégie et la réajuster le cas échéant.	3, 8-A, 8-B
C.8	Transformer sa communauté en prospects ciblés au travers d'une stratégie d'acquisition basée notamment sur l'utilisation d'aimants à prospects (« lead magnet »), tout en veillant à la protection des données personnelles et à l'absence de sollicitations intrusives, afin de générer un flux de trafic qualifié vers le point de vente.	5, 8-A, 8-B

C.9	Convertir ses prospects en clients grâce à la mise en place d'un entonnoir de vente en ligne, en s'appuyant sur des techniques de psychologies d'achat et des modèles de copywriting respectueux du consommateur, afin d'augmenter la valeur perçue de l'offre et de développer le taux de conversion.	5, 8-A, 8-B
C.10	Concevoir une campagne efficace de marketing d'influence en construisant des partenariats avec des leaders d'opinion en ligne et comptes influents et/ou une campagne de publicité en ligne en paramétrant les outils nécessaires, respectant les principes d'éthique, afin de décupler sa visibilité.	6, 8-A, 8-B
C.11	Concevoir une communication digitale responsable, inclusive et durable, en appliquant des principes de sobriété et d'accessibilité numérique et en évaluant les impacts de sa communication sur sa santé mentale et celle de son public, afin de concilier performance digitale, respect des audiences et réduction de l'empreinte écologique.	7, 8-A, 8-B

Déroulé pédagogique

N°	Module et leçons	Compétences	Évaluation en cours de formation	Durée
0-A	**Introduction** Présentation des objectifs et de la plateforme	—	—	10 min
0-B	**Plan d'action** Feuille de route personnalisée	C.1	—	50 min
1	**Analyse marché & identité** Techniques de benchmark ; création de persona et positionnement ; storytelling de marque ; élaboration d'une charte graphique	C.1, C.2	Cas pratique	4 h 30
2	**Stratégie éditoriale & IA** Définir une ligne éditoriale ; sélection de formats (texte, visuel, audio) ; utiliser des prompts IA ; vérifier l'accessibilité des contenus	C.3, C.4	Cas pratique	4 h 30
3	**Croissance & indicateurs** Mécanismes de viralité ; plan de diffusion automatisé ; fonctionnement des principaux algorithmes ; construction d'un tableau de bord (KPI)	C.5, C.6, C.7	Quiz	5 h
4	**Optimisation multicanale** Panorama des réseaux clés ; critères pour choisir sa plateforme ; adaptation d'un contenu pour LinkedIn ou TikTok	C.3	Quiz	4 h
5	**Conversion & tunnel** Création d'un aimant à prospects ; architecture d'un	C.8, C.9	Cas pratique	4 h 30

	tunnel de vente ; rédaction persuasive respectueuse du consommateur ; protection des données personnelles			
6	**Influence & publicité** Processus de marketing d'influence ; élaboration d'un brief créateur ; paramétrage des publicités en ligne et budget ; principes d'éthique	C.10	Cas pratique	5 h
7	**Communication responsable** Module fourni par le certificateur (Annexe B de l'avenant), intégré sans altération : accessibilité numérique et inclusivité ; santé mentale, cyberharcèlement et prévention ; sobriété numérique et impact de l'IA générative ; checklists et quiz	C.11	Quiz + cas pratique	30 min
8-A	**Quiz global** Questions de synthèse sur l'ensemble du parcours, C.11 comprise	C.1 à C.11	Quiz	2 h
8-B	**Préparation de la certification** Préparation du cas pratique réel sur la trame imposée (50 pages maximum) ; entraînement à la soutenance orale de 30 minutes minimum	C.1 à C.11	Cas pratique + oral blanc	3 h 30
Total				**34 h 30**

Méthodes : contenus en ligne, études de cas guidées, retours personnalisés du formateur sous 24 heures ouvrées. La plateforme enregistre le temps, la progression et les résultats de chaque activité.

Modalités d'évaluation de la certification

Épreuve 1 — Cas pratique réel : préparation et réalisation d'un projet professionnel, sur la base d'un cas réel choisi par le candidat, en lien avec son projet. Dossier à compléter sur une trame imposée, 50 pages maximum. La compétence C.11 entre dans le périmètre de l'évaluation.

Épreuve 2 — Soutenance orale devant un jury : 30 minutes minimum (15 minutes de présentation, 15 minutes d'échanges), le jury pouvant prolonger la durée de l'épreuve.

Règle d'attribution : la certification est obtenue lorsque au moins 7 compétences sur 11 sont acquises, dont obligatoirement les compétences C.1, C.3, C.4 et C.8.

Jury de délivrance : deux personnes, un représentant du certificateur et un professionnel du métier externe, n'étant intervenu ni dans la formation ni dans l'évaluation du candidat.

Moyens, suivi et assistance

- Plateforme de formation sécurisée, espace d'entraide et messagerie directe.
- Assistance technique : 9 h–12 h et 14 h–18 h, heure de Paris. Réponse pédagogique sous 24 heures ouvrées.
- Traçabilité des connexions, remise datée des travaux pratiques, rapports d'activité archivés 5 ans.

- Réclamations traitées sous 10 jours ouvrés, par e-mail auprès du contact référent.

Accessibilité

Référent handicap : Jérémy ATTIA. Analyse personnalisée dès la prise de contact ; aménagements possibles des supports, du rythme et du temps d'épreuve ; orientation vers des partenaires spécialisés si nécessaire.

Résultats

Certification RS6702 / RS7692 — candidats inscrits du 02/10/2025 au 07/05/2026, arrêtés au 10/11/2026 (source : certificateur) : 53 inscrits ; taux de réussite 90 % (9 certifiés sur 10 candidats évalués) ; abandons 18,9 % (10 sur 53). Taux de satisfaction : non encore mesuré.

Programme v2.0 – 12/11/2026 — remplace la version 1.0 du 11/09/2025.