Programme de formation RS7692 — Business Academy

Nov 9, 2026 · @massy djaura

Identification

Ce parcours de 35 h prépare à la certification RS7692. BY MASSY (Business Academy) est habilité par Massena Group à former et à organiser les épreuves de certification.

Intitulé de la certification	Développer son activité professionnelle grâce au marketing de contenus et aux réseaux sociaux
Code	RS7692, enregistrée par France Compétences le 17/07/2026 jusqu'au 17/07/2028
Fiche officielle	francecompetences.fr/recherche/rs/7692
Certificateur	Massena Group, 14 rue Cuvier, 69006 Lyon
Organisme de formation	BY MASSY (nom commercial Business Academy), SASU, 36 rue Marsan, 33300 Bordeaux
SIRET / NDA	983 987 165 00013 / 75 33 16547 33 (Nouvelle-Aquitaine)
Qualiopi	QUALITIA Certification n° 25FOR01933.1, catégorie actions de formation
Contact référent	Massy Djaura, bymassyprod@gmail.com, 07 84 23 48 38
Langue	Français

BY MASSY – Business Academy est habilité par Massena Group, certificateur, à former et à organiser les épreuves de certification RS7692. Massena Group délivre seul la certification.

Public, prérequis et accès

La formation s'adresse à toute personne qui a un projet de création ou de développement d'activité professionnelle.

Public visé

- Auto-entrepreneurs et freelances
- Professions libérales, artisans, commerçants, créateurs d'entreprise et dirigeants de TPE
- Tous secteurs confondus (services, artisanat, commerce, bien-être, communication, etc.)

Prérequis (identiques pour l'entrée en formation et l'accès à la certification)

- Avoir un projet de création ou de développement d'une activité professionnelle
- Maîtriser les bases du français à l'oral et à l'écrit
- Maîtriser les bases de la navigation sur internet
- Disposer d'un ordinateur avec caméra, micro et connexion internet stable

Vérification des prérequis

1. Le candidat remet un document écrit présentant son projet professionnel.
2. Un entretien de positionnement gratuit, hors temps de formation, vérifie l'adéquation du projet et des prérequis.
3. Le dossier est transmis à Massena Group, qui vérifie les prérequis au moment de l'inscription.

Délais et modalités d'accès

- Sessions ouvertes toute l'année, sous réserve de places disponibles.
- Démarrage sous 7 jours ouvrés après accord, dans la limite des délais légaux propres au financement CPF.
- Inscription par téléphone, par mail ou via Mon Compte Formation ; confirmation sous 48 h après validation du dossier.

Accessibilité

Référent handicap : Massy Djaura (bymassyprod@gmail.com, 07 84 23 48 38). Un questionnaire à l'inscription repère les besoins. Les supports, le rythme et les épreuves sont adaptés en lien avec le référent handicap de Massena Group, avec un tiers-temps aux épreuves si besoin.

Objectifs et compétences visées

Le parcours développe les 11 compétences du référentiel RS7692. À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

Code	Compétence (intitulé officiel du référentiel RS7692)
C1	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.
C2	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.
C3	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.
C4	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.
C5	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.
C6	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.
C7	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.

Code	Compétence (intitulé officiel du référentiel RS7692)
C8	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.
C9	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.
C10	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.
C11	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.

La certification s'obtient avec au moins 7 compétences acquises sur 11, dont obligatoirement C1, C3, C4 et C8.

Résultats attendus (texte fourni par Massena Group pour EDOF)

- Définir un positionnement clair sur le marché et concevoir une stratégie de communication digitale adaptée à l'activité et au public visé.
- Créer une identité visuelle cohérente et différenciante en mobilisant des outils de design et de création modernes.

- Élaborer et déployer une stratégie de contenu efficace, accessible à tous les publics, y compris les personnes en situation de handicap.
- Analyser la performance des actions de communication et optimiser la stratégie grâce à des outils de mesure et à des KPIs pertinents.
- Attirer des prospects qualifiés en utilisant des leviers d'acquisition tels que les lead magnets, et convertir ces prospects en clients via un tunnel de vente optimisé.
- Développer la visibilité et la conversion en concevant des campagnes de marketing d'influence et de publicité en ligne.
- Adopter une communication digitale responsable, inclusive et durable, en intégrant les principes d'accessibilité numérique, de sobriété environnementale et de préservation de la santé mentale.

À l'issue de la formation, vous vous engagez à passer l'examen préparant à la certification.

Durée, modalités et tarif

La formation dure 35 h sur 5 jours, entièrement à distance en classe virtuelle synchrone. Les épreuves de certification ont lieu ensuite, hors temps de formation.

Durée	35 h : 5 jours de 7 h (9 h–12 h 30 / 13 h 30–17 h, heure de Paris)
Modalité	100 % à distance, classe virtuelle synchrone, formateur présent sur toutes les heures
Effectif	1 à 10 stagiaires par session
Certification	Dossier à rendre 7 jours avant la soutenance, puis soutenance de 30 min, hors des 35 h
Tarif	1 990 € net de TVA (art. 261-4-4° du CGI), frais de certification inclus
Financement	CPF (Mon Compte Formation), OPCO, France Travail, financement personnel ou employeur

Assistance technique et pédagogique : jours ouvrés, 9 h–12 h et 14 h–18 h ; réponse sous 24 h ouvrées à bymassyprod@gmail.com ou au 07 84 23 48 38.

Contenu détaillé

Le parcours compte 9 modules, ceux de la plateforme Business Academy ; chaque module produit une partie du cas pratique réel du stagiaire.

Jour 1 — Diagnostic et marque (7 h)

- **Module 0 — Positionnement et feuille de route (1 h)** · C1 : présentation du référentiel, des épreuves et de la trame du dossier ; diagnostic initial ; choix du cas réel ; feuille de route individuelle.
- **Module 1 — Marché et positionnement (3 h)** · C1 : SWOT, analyse interne et externe ; benchmark des concurrents directs et indirects, en ligne et physiques ; besoins du marché et persona ; veille automatisée et synthèse de données avec l'IA ; différenciation et proposition de valeur.
- **Module 2 — Image de marque (3 h)** · C2 : naming, univers visuel, charte graphique déclinée sur tous les supports ; storytelling en 5 phases et pitch ; promesse client et USP.

Jour 2 — Stratégie et création (7 h)

- **Module 3 — Stratégie éditoriale et IA (4 h)** · C3, C11 : ligne éditoriale selon la cible ; familles de contenus (informatif, ludique, commercial) et formats (photo, vidéo, carrousel, infographie) ; ton et marqueurs de tonalité ; choix raisonné des canaux ; fidélisation ; planning éditorial assisté par IA ; introduction à la communication responsable.
- **Module 4 — Contenus multiformats, partie 1 (3 h)** · C4 : Canva, CapCut, outils natifs des réseaux, tournage au smartphone ; règles du prompt engineering ; scripts, légendes et discours commerciaux avec l'IA.

Jour 3 — Visibilité et croissance (7 h)

- **Module 4 — Contenus multiformats, partie 2 (3 h)** · C4 : structure d'un contenu (accroche, corps, appel à l'action, hashtags) ; règles de la publicité et droits ; accessibilité (sous-titres, voix off, textes alternatifs) ; regard critique sur les apports et limites de l'IA ; atelier de production.
- **Module 5 — Diffusion, croissance et KPI, partie 1 (4 h)** · C5, C6 : fonctionnement des algorithmes ; référencement par mots-clés et hashtags ; fonctionnalités et fonctions d'accessibilité de la plateforme choisie ; leviers de croissance (publicité, influence, recyclage) ; planification et production optimisées par l'IA ; recyclage des contenus sur de nouveaux canaux.

Jour 4 — Mesure et acquisition (7 h)

- **Module 5 — Diffusion, croissance et KPI, partie 2 (2 h)** · C7 : statistiques natives, Meta Business Suite, Metricool ; indicateurs d'engagement, d'impact et de résultats ; retour sur investissement ; analyse des données avec l'IA ; tableau de bord et ajustements.
- **Module 6 — Acquisition et conversion, partie 1 (5 h)** · C8, C9 : aimants à prospects (guide, livre blanc, webinaire, échantillon) ; collecte loyale, RGPD et refus des pratiques intrusives ; segmentation de la base de prospects ; trafic qualifié vers le point de vente ; parcours client et étapes du tunnel (e-mailing, webinaire, prise de rendez-vous) ; vente additionnelle.

Jour 5 — Conversion, influence, responsabilité et préparation (7 h)

- **Module 6 — Acquisition et conversion, partie 2 (1 h)** · C9 : psychologie d'achat, appels à l'action, nurturing et modèles de copywriting respectueux du consommateur ; amélioration du taux de conversion.
- **Module 7 — Influence, publicité et communication responsable (4 h)** · C10, C11 : contenu sponsorisé, amplification, affiliation ; sélection et négociation avec des influenceurs, brief et budget ; paramétrage d'une publicité sur les réseaux ; KPI de campagne ; éthique publicitaire (stéréotypes, image corporelle, loi Évin). Communication responsable avec le module « Communiquer de manière responsable » fourni par Massena Group : accessibilité et inclusivité ; santé mentale de l'audience et du créateur, cyberharcèlement (3018, plateforme THESEE) ; sobriété numérique et impact de l'IA ; quiz de 10 questions et plan d'action responsable, livrable certifiant de la C11.
- **Module 8 — Synthèse et préparation à la certification (2 h)** : finalisation du cas pratique selon la trame Massena ; support de présentation ; soutenance blanche ; rappel des règles anti-fraude et de la convocation ; bilan de fin de formation.

Méthodes, moyens et formateurs

Chaque module alterne apport, démonstration en direct et atelier sur le cas réel du stagiaire.

Méthodes pédagogiques

- Cours en visioconférence avec partage d'écran et démonstrations sur les plateformes et outils d'IA
- Ateliers pratiques : chaque module produit une partie du dossier de certification
- Retours individualisés pendant les sessions et consignes d'amélioration entre chaque journée
- Évaluations jalonnantes : quiz et revue de livrable à la fin de chaque module

Moyens techniques

- Salle de classe virtuelle avec partage d'écran et messagerie
- Accès aux outils utilisés : Canva, CapCut, outils d'IA générative, Meta Business Suite, Metricool
- Plateforme pédagogique Business Academy : supports, modèles, trame du dossier, suivi

Formateurs

- Massy Djaura, dirigeant de Business Academy, formateur en marketing digital et IA — CV joint
- À compléter : autres formateurs intervenant sur le parcours, avec CV. Exigence Massena pour chaque formateur : au moins 3 ans d'expérience en marketing digital, communication digitale ou réseaux sociaux, ou un master (bac +5) dans ces domaines.

Suivi de l'exécution

Émargements numériques par demi-journée, relevés de connexion, conservation des livrables et des quiz pendant au moins 5 ans. Les réclamations sont traitées sous 10 jours ouvrés.

Évaluation et certification

Le passage de la certification est obligatoire : le stagiaire s'y engage dans sa convention ou son contrat de formation, sauf force majeure justifiée.

Pendant la formation : quiz et revue de livrable à la fin de chaque module ; soutenance blanche au module 8. Une attestation de fin de formation est remise.

Épreuves de certification RS7692 (hors des 35 h)

1. **Cas pratique réel** : dossier de 50 pages maximum, rédigé sur la trame fournie par Massena Group, sur un projet réel choisi par le candidat. Il couvre positionnement, benchmark, identité de marque, canaux, ligne éditoriale et contenus créés, planning, stratégie de croissance, KPI, entonnoir de vente, leviers publicitaires et usage de l'IA. À transmettre 7 jours avant la soutenance.
2. **Soutenance orale** devant jury, en visio ou en présentiel : 30 min, soit 15 min de présentation et 15 min de questions. En visio, le candidat présente sa pièce d'identité.

Jury d'évaluation : deux professionnels du métier, externes, qui ne connaissent pas le candidat et ne sont pas intervenus dans sa formation, fournis par Massena Group (option « jury d'évaluation Massena » de la convention), présents tous les deux pendant toute

l'épreuve. Chaque juré justifie d'au moins 3 ans d'expérience ou d'un master (bac +5) en marketing digital, communication digitale ou réseaux sociaux. Ils évaluent avec la grille commune Massena Group (Acquis / Non acquis) et signent le procès-verbal.

Attribution : le jury de certification de Massena Group délivre la certification si au moins 7 compétences sur 11 sont acquises, dont C1, C3, C4 et C8. Résultats et parchemin électronique sous 7 jours. En cas d'échec, le candidat se représente à la session suivante.

Convocation : par mail au moins une semaine avant la soutenance.

Correspondance modules et compétences

Les 11 compétences sont travaillées ; les 4 compétences obligatoires (C1, C3, C4, C8) sont au cœur des modules 0, 1, 3, 4 et 6.

Module	Durée	Compétences	Évaluation en formation	Partie du dossier de certification
0 — Positionnement et feuille de route	1 h	C1	Feuille de route validée	Projet professionnel
1 — Marché et positionnement	3 h	C1	Benchmark et persona	Positionnement, benchmark
2 — Image de marque	3 h	C2	Charte et pitch	Identité visuelle, image de marque
3 — Stratégie éditoriale et IA	4 h	C3, C11	Ligne éditoriale + planning	Canaux, ligne éditoriale
4 — Contenus multiformats	6 h	C4	Pack de contenus accessibles + prompts	Contenus créés, usage de l'IA
5 — Diffusion, croissance et KPI	6 h	C5, C6, C7	Plan de croissance + tableau de bord KPI	Stratégie de croissance, planning, KPI
6 — Acquisition et conversion	6 h	C8, C9	Aimant à prospects + mini-tunnel de vente	Abonnés → prospects, entonnoir de vente

Module	Durée	Compétences	Évaluation en formation	Partie du dossier de certification
7 — Influence, publicité et communication responsable	4 h	C10, C11	Brief ou campagne + quiz 10 questions + plan d'action responsable	Leviers publicitaires, plan d'action responsable
8 — Synthèse et préparation à la certification	2 h	Toutes	Soutenance blanche	Dossier complet
Total	**35 h**			