

Déployer un programme d'Employee Advocacy

Mobiliser ses collaborateurs en tant qu'ambassadeurs sur les réseaux sociaux

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Élaborer et déployer une stratégie d'employee advocacy.
- Identifier, former et engager ses ambassadeurs internes.
- Structurer une charte social media.

INFORMATIONS



Durée : 1 jour / 7h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 10

Réf : 4170

POUR QUI

- Professionnels de la communication et du marketing.
- Chefs ou cadres d'entreprise

PROGRAMME

Matin

1 - Comprendre les enjeux et les bonnes pratiques d'un programme d'employee advocacy

- Quel impact sur l'e-réputation de l'entreprise (produits, services, marque employeur) ?
- Employee advocacy, ambassador advocacy, leader advocacy & social selling : de quoi parle-t-on ?

2 - Définir & déployer un programme d'employee advocacy avec méthodologie

- Cadrer la prise de parole de ses collaborateurs sur les réseaux sociaux grâce à une charte social media.
- Structurer un dispositif de veille efficace.

Après-midi

2 - Définir & déployer un programme d'employee (suite) advocacy avec méthodologie

- Mettre à disposition des contenus d'expertise au format social media.
- Définir ses indicateurs de pilotage.

3 - Identifier & accompagner ses ambassadeurs

- Sélectionner ses meilleurs ambassadeurs sur différents réseaux.
- Identifier leurs leviers de motivation (personal branding) et les valoriser.
- Les former dans leur prise de parole sur les réseaux sociaux pour amplifier les contenus de l'entreprise.