

Employee Advocacy : transformer ses collaborateurs en ambassadeurs

Cours Pratique de 2 jours

Réf : DVO - Prix 2021 : 1 410€ HT

Les enjeux liés à l'e-réputation obligent les marques à développer leur présence sur le Web et les réseaux sociaux. Cette formation pratique vous aidera à définir et mettre en œuvre un programme visant à mobiliser vos propres collaborateurs dans une démarche d'Employee Advocacy.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

- Comprendre les enjeux de l'e-réputation
- Identifier les risques internes et les précautions nécessaires
- Définir et mettre en œuvre son programme d'ambassadeurs
- Concevoir une stratégie de contenus efficace
- Faciliter la publication et le partage de contenus auprès de ses ambassadeurs

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, exercices et cas pratiques, brainstormings, pratique et démonstrations d'outils.

TRAVAUX PRATIQUES

Nombreux exercices de réflexion, mise en situation et pratique d'outils.

CERTIFICATION

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser (50 à 70% du temps).

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 08/2018

1) Comprendre les enjeux de l'e-réputation

- Découvrir les nouveaux leviers et usages de communication.
- Connaître les sources d'influence externes.
- Appréhender les conséquences de l'e-réputation

Echanges : Partage en groupe sur l'e-réputation des entreprises des participants.

2) Identifier les risques internes à l'entreprise

- Comprendre le potentiel de nuisance des salariés.
- Appréhender l'importance d'une charte Social Media au sein de l'entreprise.
- Déterminer les rôles et responsabilités pour la prise de parole publique.
- Gérer les comportements à risques au sein de la direction.

Exercice : Identification des comportements à risques dans son entreprise.

3) Mettre en place son programme d'ambassadeurs

- Fédérer ses salariés et organiser leurs actions sur les réseaux sociaux.
- Distinguer ambassadeurs et influenceurs.
- Identifier, former et animer son réseau de "champions".
- Accompagner, former et certifier ses collaborateurs.
- Récompenser l'engagement.
- Suivre et mesurer ses résultats.

Exercice : Définition des actions et du plan de déploiement.

FINANCEMENT

Ce cours est éligible au CPF.

PARTICIPANTS

Directeurs et responsables marketing, marketing digital, communication, Social Media, ressources humaines, formation.

PRÉREQUIS

Connaître son offre commerciale, ses cibles, sa présence Social Media et les spécificités liées à l'organisation de son entreprise.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation est réalisée tout au long de la formation à travers différents moyens (QCM, mise en situation, quiz...). Le stagiaire évalue sa progression et ses acquis à l'issue de la formation. L'intervenant valide la progression pédagogique du stagiaire et précise les outils utilisés pour la validation des acquis.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

4) Définir ses contenus pour son objectif d'Employee Advocacy

- Comprendre l'évolution des attentes et des comportements vis-à-vis des marques.
- Connaître les tendances de la communication relationnelle : inbound marketing, Social Selling...
- Appliquer les règles d'une communication efficace sur les réseaux sociaux.
- Définir sa ligne éditoriale et son organisation.

Exercice : Elaboration d'une stratégie de contenus. Démonstrations et pratique d'outils pour optimiser l'efficacité de sa communication social media.

5) Les outils de publication et de partage auprès de ses ambassadeurs

- Connaître les fonctions de partage de base des principaux réseaux sociaux.
- Animer ses ambassadeurs avec son réseau social d'entreprise.
- Découvrir les solutions payantes de programmes d'Employee Advocacy.
- Faire vivre son programme d'ambassadeurs avec des solutions gratuites.
- Organiser sa veille pour faciliter le partage de contenus.

Travaux pratiques : Manipulation d'outils gratuits de partage de contenus, curation et animation de réseau.

LES DATES

PARIS LA DÉFENSE

2021 : 15 nov.

CLASSE A DISTANCE

2021 : 15 nov.