DÉVELOPPER UN PROGRAMME D'EMPLOYEE ADVOCACY

Favoriser l'adhésion des collaborateurs et définir leur rôle pour qu'ils deviennent ambassadeurs de la marque.

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

DIST.

Ref. : 3807619

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1700 € HT

Repas inclus

La formation du CFPJ en Employee Advocacy vise à préparer les employés à devenir des ambassadeurs efficaces de leur entreprise sur les réseaux sociaux. Elle inclut des étapes essentielles telles que la compréhension de la réputation de la marque, l'audit de l'e-réputation, la sensibilisation à la communication authentique, la motivation des collaborateurs, l'identification des ambassadeurs, la gestion de la communication de crise, la définition des rôles et responsabilités, et la mise en place d'indicateurs de performance pour mesurer l'impact de l'Employee Advocacy.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

Marseille

13 et 14 avr. 2026

- **13/04/2026 09:00 --> 14/04/2026 17:30 à Marseille**
  - 13/04/2026 09:00 --> 13/04/2026 17:30
  - 14/04/2026 09:00 --> 14/04/2026 17:30

OBJECTIFS

- Définir et mettre en place une stratégie d'Employee Advocacy pour les réseaux sociaux.
- Renforcer sa présence de marque et la qualité de ses contenus.
- Motiver et former les collaborateurs-ambassadeurs.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsables et chargés de communication interne/RH, marketing, social media manager, brand manager.

PRÉREQUIS

Travailler dans la communication.

Maîtriser les fondamentaux en communication.

COMPÉTENCES ACQUISES

Mettre en place un programme d'Employee Advocacy, motiver ses collaborateurs et construire ses indicateurs de performance.

PROGRAMME

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 32

Pendant
Développer un programme d'Employee Advocacy

Décoder les mécanismes de réputation des marques

- Auditer l'e-réputation de son entreprise sur les réseaux sociaux (Social listening)
- Donner leur juste place aux collaborateurs, source de crédibilité pour la marque
- Communiquer auprès de la ligne managériale pour qu'elle soutienne les actions

Motiver et former les collaborateurs pour qu'ils deviennent ambassadeurs

- Identifier les salariés-ambassadeurs et les attentes de chaque partie prenante
- Favoriser l'adhésion par la reconnaissance
- Organiser et former à la prise de parole sur les réseaux sociaux et outils dédiés
- Sensibiliser à la communication de crise

Organiser les prises de parole et animer sa communauté

- Atténuer la frontière entre communication interne et externe/produit.
- Intégrer le programme d'employee advocacy à la stratégie Social Media
- Définir le comité de pilotage, ceux qui porteront le projet (DRH, DirCom, DirMark, DG, DFI…), attribuer les rôles de chacun sur les réseaux sociaux et dans l'entreprise : producteurs de contenus, social media managers, porte-paroles et dirigeants)

Remettre en question les circuits de validation

- Déterminer les champs d'application
- La marque employeur et le recrutement.
- La promotion des produits et des services
- La communication institutionnelle
- Les événements internes et externes

Mettre en place des bonnes pratiques

- Une plateforme de contenus
- Des stratégies éditoriales
- Des outils pour démultiplier le rayonnement de la marque

Construire des indicateurs de performance

- Mettre en place des outils de mesure et de suivi des actions réalisées par les collaborateurs sur les réseaux sociaux
- Choisir les bons KPI et suivre les leads générés
- Lancer une campagne interne sur les résultats obtenus par les ambassadeurs (retours d'expérience) puis la poursuivre pour embarquer d'autres collaborateurs.

INTERVENANTS

Delphine DE DIESBACH
EURL MERKUTIO

VINCENT LECOQ
EURL MERKUTIO

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap