

Mettre en place une stratégie d'employee advocacy

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Comprendre l'employee advocacy

- Définition et importance de l'employee advocacy
- Exemples de succès dans différentes entreprises
- Discussion interactive sur les avantages pour l'entreprise et les employés

2. Développer une stratégie d'employee advocacy

- Identifier les objectifs de votre programme d'advocacy
- Choisir les bonnes plateformes sociales
- Élaboration d'une charte d'usage des réseaux sociaux pour les employés

Atelier pratique : création de la stratégie pour votre entreprise

3. Formation et motivation des employés

- Techniques pour former les employés à l'utilisation des réseaux sociaux
- Méthodes pour motiver et engager les employés

Atelier pratique : simulation de sessions de formation pour les employés

JOUR 2

4. Création de contenu engagé et engageant

- Types de contenus à partager et à éviter
- Techniques pour créer du contenu engageant
- Outils et ressources pour faciliter la création de contenu

Atelier pratique : création de contenus pour les réseaux sociaux

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

2 190 euros HT

INTERVENANTS

Jehan LE CHEVOIR, Co-Fondateur - Social First
Mathieu BAUMGARTNER, Fondateur - Agence Mediaticus

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

5. Mesurer et analyser l'impact de l'employee advocacy

- Indicateurs clés de performance (KPI) à suivre
- Utilisation des outils d'analyse pour mesurer l'impact
- Présentation de rapports et ajustement de la stratégie

Atelier pratique : analyse de données fictives

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour maîtriser les stratégies d'employee advocacy sur les réseaux sociaux et transformer vos collaborateurs en ambassadeurs de marque efficaces

COMPÉTENCES VISÉES

- Développer une stratégie d'employee advocacy
- Former et motiver les employés à devenir des ambassadeurs de marque
- Mesurer l'impact des actions d'employee advocacy sur les réseaux sociaux

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Professionnels du marketing digital, responsables de la communication interne, et toute personne impliquée dans la stratégie de marque de l'entreprise

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

 **EN PLACE OU À DISTANCE** 



Photo par Annie Spratt sur Unsplash