

# FORMATION EMPLOYEE ADVOCACY

Code : RC01

## RH & MARQUE EMPLOYEUR



### ? Les enjeux pour votre organisation

Les responsables communication, marketing et RH jouent un rôle clé : rendre la marque visible tout en protégeant sa crédibilité. Quand l'employee advocacy n'est pas cadrée, la prise de parole part dans tous les sens, les équipes n'osent pas publier, et la communication reste portée par quelques canaux officiels.

Sur le terrain, cela crée des messages incohérents, des maladresses évitables (juridique, image), et des initiatives qui s'essouffent faute d'animation et de KPI. Réalité souvent entendue : « On veut bien relayer, mais on ne sait pas quoi dire ».

La formation sécurise une démarche opérationnelle et pilotable (cadre de prise de parole, charte social media, sélection des ambassadeurs, animation, mise à disposition de contenus, indicateurs de performance).

### ? Après cette formation ?

Les participants savent cadrer et piloter une démarche d'employee advocacy, en activant des ambassadeurs internes sans exposer l'entreprise. Ils repartent avec un **cadre** clair, des leviers d'**engagement** et des repères de suivi utilisables dès le retour terrain.

- Une stratégie d'ambassadeurs internes structurée et partagée
- Des collaborateurs accompagnés dans leur prise de parole sur les réseaux
- Un pilotage par indicateurs pour suivre l'impact et ajuster
- Une communication plus cohérente et une **performance** plus maîtrisée



Programme en ligne





## Module 1

### Comprendre l'employee advocacy et ses enjeux

Jour 1



**Objectif : Analyser les enjeux, bénéfices et limites de l'employee advocacy pour votre organisation**

- Impact de l'e-réputation sur la performance et la marque employeur
- Définition de l'employee advocacy et de ses déclinaisons
  - employee advocacy, ambassador advocacy, leader advocacy
- Différence entre communication corporate et prise de parole collaborateur
- Bénéfices et limites d'un programme d'ambassadeurs



**Analyse de situations réelles : identifier les opportunités et risques d'un programme d'ambassadeurs selon différents contextes d'entreprise**

## Module 2

### Cadrer la prise de parole et sécuriser la démarche

Jour 1



**Objectif : Cadrer la prise de parole des collaborateurs grâce à un dispositif clair et sécurisé**

- Principes éthiques : volontariat, transparence, liberté de ton
- Risques juridiques et réputationnels
  - vie privée / vie professionnelle, droit à l'image, conflits d'intérêts
- Rôle et contenu d'une charte social media
- Sujets sensibles, précautions et bonnes pratiques
- Structuration d'un dispositif de veille



**À partir de chartes existantes : identifier les règles clés à intégrer dans une charte adaptée à son organisation**

## Module 3

### Activer, animer et piloter un programme d'ambassadeurs

Jour 1



**Objectif : Déployer et piloter un programme d'ambassadeurs internes engageant, mesurable et durable**

- Identification et sélection des ambassadeurs
- Rôles des parties prenantes : communication, RH, management, sponsors
- Leviers d'engagement et de motivation des ambassadeurs : personal branding, reconnaissance
- Mise à disposition de contenus (outils gratuits et payants)
- Animation de la communauté d'ambassadeurs
- Définition des indicateurs de pilotage et KPI



**Construction d'un plan d'animation et définition des indicateurs de succès adaptés aux objectifs de l'entreprise**





## Modalités

<b>PUBLIC</b>	RH, Dirigeant, Manager	<b>FORMAT</b>	Présentiel et distanciel
<b>PRÉREQUIS</b>	Aucun	<b>MODE</b>	Intra-entreprise
<b>TARIF</b>	Voir devis	<b>EFFECTIF</b>	de 2 à 12
<b>DURÉE</b>	1 jour	<b>HANDICAP</b>	Nous contacter



## Évaluation, suivi et délai d'accès

- ✓ **Évaluation des acquis** via, mises en situation et retours d'expérience.
- ✓ **Suivi post-formation** avec un **plan d'action personnalisé**.
- ✓ **Délai d'accès** : au plus tard 48 heures avant le début de la session.



## Méthodes et outils pédagogiques



Mise  
en pratique



Interraction  
et intelligence  
collective



Pédagogie active  
et participative



Outils ludiques  
et collaboratifs



Supports  
pédagogiques  
interactifs



## Profil formateur



- Des intervenants qui accompagnent communication, marketing et RH sur l'**employee advocacy** et l'e-réputation au quotidien.
- Des ateliers sur des situations réelles, avec entraînements et adaptation aux profils du groupe.
- Des participants qui repartent avec un plan d'action concret, **pilotable** dès le retour en entreprise.



## Financement

Possibilité de prise en charge par les **OPCO (intra)** via **agrément qualité**.  
Merci de nous consulter pour plus d'informations.

