



## Structurer et déployer une communication numérique RH pour recruter sur les réseaux sociaux

Nom du stagiaire :	Prénom Nom
Nom de l'entreprise :	<b>A compléter</b>
Période de formation :	<b>A compléter</b>
Durée de la formation :	<b>7,5 heures</b>
Public visé :	Professionnels des ressources humaines (RH) (directeurs et responsables des ressources humaines, chargés de ressources humaines, chargés de recrutement, HR Business Partners, responsable marque employeur ...) justifiant d'une expérience professionnelle d'au moins 1 an.
Nom du formateur :	Maud Grenier
Qualification du formateur :	Professionnel (Cf. CV joint)
Lieu de formation :	A distance
Niveau de connaissances préalables requis :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appétences aux réseaux sociaux</li> <li>- Compétences bureautiques basiques</li> </ul>
Objectifs de la formation :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Définir une stratégie de communication RH sur les réseaux sociaux</b></li> <li>- <b>Produire des contenus RH pour les réseaux sociaux</b></li> <li>- <b>Définir une stratégie éditoriale pour les réseaux sociaux RH</b></li> <li>- <b>Orchestrer la diffusion de contenus RH sur les réseaux sociaux</b></li> <li>- <b>Animer un réseau de contributeurs relais de la communication RH</b></li> <li>- <b>Évaluer la performance d'une communication RH sur les réseaux sociaux</b></li> </ul>
Modalités techniques selon lesquelles le stagiaire est accompagné ou assisté, les périodes et les lieux mis à sa disposition pour	<u>En distanciel:</u> Le Dispositif est proposé sous forme de séances organisées à distance de façon synchrone, le



le  
**TEMPLE RH**

<p><b>s'entretenir avec les personnes chargées de l'assister ou les moyens dont il dispose pour contacter ces personnes :</b></p>	<p>Bénéficiaire doit être muni du matériel informatique répondant aux exigences de cette action, à savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Système d'exploitation supporté : Windows : XP, VISTA, SEVEN – MAC OS :&gt;=Mac OS 10.3.9</i></li><li>- <i>Navigation internet : &gt;=Internet Explorer 6 ou équivalent (Firefox, chrome, opera...)</i></li><li>- <i>Une connexion internet.</i></li><li>- <i>Webcam, Casque/micro ou haut-parleur</i></li></ul> <p>Le Dispositif n'est pas nécessairement exécuté sous le contrôle permanent d'un encadrant, afin de permettre à chaque Bénéficiaire d'utiliser, à son rythme et à sa convenance, les outils mis à sa disposition.</p> <p>Toutefois, un encadrement à distance est à la disposition du Bénéficiaire tant sur le plan technique que pédagogique.</p>
<p><b>Contact du référent pédagogique :</b></p>	<p><u>Coordonnées de contact :</u> Mail : thomas@letemplerh.com Tel : 06 62 39 61 68</p> <p><u>Jours et plages horaires durant lesquels le formateur/tuteur peut être contacté à tout moment :</u> Du Lundi au Vendredi de 9h à 18h.</p> <p><u>Périodes durant lesquelles le formateur peut être contacté à tout moment :</u> Du Lundi au Vendredi de 9h à 18h.</p> <p>Le stagiaire peut également demander un entretien à tout moment, il doit en faire la demande par mail ou par téléphone.</p>
<p><b>Contact support technique :</b></p>	<p><u>Coordonnées de contact :</u> Mail : thomas@letemplerh.com Tel : 06 62 39 61 68</p> <p><u>Jours et plages horaires durant lesquels le formateur peut être contacté à tout moment :</u> Du Lundi au Vendredi de 9h à 18h.</p> <p><u>Périodes durant lesquelles le formateur peut être contacté à tout moment :</u> Du Lundi au Vendredi de 9h à 18h.</p>



le  
**TEMPLE RH**

	<p>Le stagiaire peut également demander un entretien à tout moment, il doit en faire la demande par mail ou par téléphone.</p>
<p><b>Moyens Pédagogiques :</b></p>	<p><b>Notre pédagogie repose sur une approche opérationnelle, immersive et orientée résultats, pensée pour faire monter en compétence des professionnels RH exigeants souhaitant obtenir du concret.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Un formateur Temple RH dédié</b> pour guider, challenger et corriger chaque étape du parcours. Aucun apprenant n'avance seul.</li> <li>● <b>Alternance ultra-rythmée entre concepts clés et applications immédiates</b>, afin d'ancrer durablement les compétences.</li> <li>● <b>Exercices pratiques individualisés</b>, réalisés directement sur notre espace de formation, avec retours et recommandations actionnables.</li> <li>● <b>Études de cas issues du terrain RH</b>, centrées sur des situations réelles rencontrées dans le métier</li> <li>● <b>Supports synthétiques et opérationnels</b>, conçus pour être utilisables dès la première semaine.</li> </ul>
<p><b>Moyens Techniques :</b></p>	<p>La formation sera dispensée par l'intermédiaire d'un support de cours de type Powerpoint, il y aura un support dédié pour chaque séance live.</p> <p>L'outil Google Meet servira à projeter le support de cours. Les séances seront également enregistrées et le replay sera disponible sur Google Drive.</p>
<p><b>Nature des travaux demandés au stagiaire en cours de formation</b></p>	<p>Exercices pratiques, études de cas, quizz et QCM</p>



le  
**TEMPLE RH**

<p><b>Délais dans lesquels les personnes en charge de son suivi sont tenues de l'assister en vue du bon déroulement de l'action :</b></p>	<p>Le formateur est tenu de répondre dans un délai de 72h (hors week-end et jours fériés) à toute sollicitation mail ou téléphonique de la part du stagiaire en vue du bon déroulement de l'action de formation lorsque cette aide n'est pas apportée de manière immédiate.</p>
<p><b>Modalités de suivi et d'évaluation des séquences de formation :</b></p>	<p>L'évaluation des acquis repose sur des mises en pratique de travaux réalisées entre chaque séance, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Audit de sa communication RH existante sur les réseaux sociaux</li> <li>● Construction du Persona RH candidat</li> <li>● Sélection des canaux prioritaires via une méthodologie Impact / Effort</li> <li>● Définition des piliers éditoriaux et des sous-thématiques</li> <li>● Création d'une stratégie d'ambassadeurs</li> <li>● Rédaction de posts LinkedIn avec les techniques de copywriting</li> <li>● Élaboration d'un calendrier éditorial sur 3 mois</li> </ul> <p>Les exercices sont restitués et corrigés en inter-séance ou lors des séances collectives.</p> <p>Un quiz de validation des connaissances est proposé en fin de parcours.</p> <p>Une grille d'évaluation individuelle est complétée par le formateur pour chaque participant à l'issue de la formation.</p>
<p><b>Handicap :</b></p>	<p>Toutes les formations dispensées dans notre organisme de formation sont accessibles aux personnes en situation de handicap.</p> <p>Lors de l'inscription à nos formations, nous étudions avec le candidat en situation de handicap et à travers un questionnaire les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser son apprentissage.</p> <p>Pour cela, nous pouvons également nous appuyer sur un réseau de partenaires nationaux préalablement identifiés.</p>



## Contenu programme formation

### Introduction

- Pourquoi la communication numérique RH est devenue un levier stratégique
- État des lieux des usages et attentes sur les réseaux sociaux
- Spécificités de la communication RH vs communication marketing

### 1. Poser les fondations d'une communication RH claire, cohérente et alignée

- Rôle et responsabilité des RH dans l'espace public numérique
- Notions de crédibilité, légitimité et influence RH
- Communication institutionnelle, marque employeur et prise de parole individuelle RH

### 2. Bâtir une ligne éditoriale RH qui parle à la bonne audience, au bon moment, sur le bon canal

- Clarifier les objectifs : attractivité, recrutement, fidélisation, influence, pédagogie
- Identifier ses cibles (candidat·es, collaborateur·rices, managers, dirigeant·es, pairs RH)
- Définir son positionnement, ses messages clés et ses convictions RH
- Articulation entre communication personnelle RH et communication de l'organisation

### 3. Maîtriser les techniques de copywriting pour écrire des contenus RH qui marquent et engagent

- Panorama des réseaux sociaux et de leurs usages RH
- Focus LinkedIn : algorithme, codes, bonnes pratiques
- Complémentarité avec Instagram, vidéo et formats courts
- Choisir les bons canaux selon ses objectifs et ses ressources

### 4. Mettre en place une stratégie inbound RH pour attirer les bons talents sans chasser

- Les grands types de contenus RH (éducatif, inspirationnel, coulisses, expertise, opinion)
- Formats : post texte, carrousel, vidéo, commentaire stratégique
- Fréquence, régularité et organisation de la production de contenus
- Planification et outils de pilotage



## **5. Organiser sa diffusion multicanale pour maximiser l'impact de sa communication RH**

- Structurer un message clair, impactant et lisible
- Humaniser la communication RH sans perdre en crédibilité
- Adapter son ton et son message selon la cible

## **6. Déployer une stratégie d'employee advocacy pour transformer les collaborateurs en ambassadeurs**

- Pourquoi et quand activer l'employee advocacy
- Identifier les bons ambassadeurs
- Créer un cadre clair, volontaire et sécurisé
- Accompagner les collaborateurs dans la prise de parole
- Éviter les dérives : injonction, standardisation, perte d'authenticité

## **7. Suivre, analyser et optimiser ses actions pour une communication RH efficace et mesurable**

- Indicateurs de performance pertinents pour la communication RH
- Lecture des statistiques et enseignements à en tirer
- Ajuster sa stratégie dans le temps
- Gérer les réactions, commentaires et situations sensibles

## **Conclusion**

- Construire une communication RH durable et alignée
- Passer d'une communication subie à une communication stratégique
- Feuille de route post-formation