

# FORMATION EMPLOYEE ADVOCACY : IMPLIQUEZ VOS COLLABORATEURS POUR BOOSTER VOTRE MARQUE



- Présentiel ou distanciel
- Paris, France ou International
- Multiples formats
- Inter, intra, sur étagère
- 1 à 12 personnes
- À partir de 830€ HT / pers
- Référence 20203823

## Objectifs

- Comprendre les enjeux et les bénéfices d'une stratégie Employee Advocacy
- Optimiser la visibilité de votre entreprise ainsi que celles de vos employés
- Créer un sentiment d'engagement auprès de vos employés
- Maîtriser les différents outils pour planifier son programme « collaborateurs ambassadeurs ».

## Prérequis de la formation

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

## À qui s'adresse cette formation ?

Directeurs et responsables marketing, marketing digital, communication, social media, ressources humaines, formation.

**Pour toutes personnes en situation d'handicap, veuillez nous contacter**

## Présentation

En 2025, l'Employee Advocacy est un levier stratégique incontournable pour renforcer la marque employeur, améliorer la e-réputation et développer la visibilité digitale de l'entreprise. Les collaborateurs sont souvent les grands oubliés des plans de transformation digitale des entreprises. Et pourtant... ce sont bien eux qui ont le plus le pouvoir de changer les choses, notamment grâce à un programme d'Employee Advocacy.

L'objectif de cette formation est de créer un programme Employee Advocacy, structuré et valorisant mais aussi convaincre vos collaborateurs de son impact. En mobilisant vos collaborateurs sur LinkedIn et les réseaux sociaux professionnels, vous boostez votre social selling, attirez des talents et valorisez l'expertise de vos équipes.

Vos employés sont vos premiers influenceurs : en les accompagnant dans le développement de leur personal branding, vous créez une communication authentique et impactante, qui bénéficie autant à l'entreprise qu'à chaque collaborateur. Adoptez une stratégie gagnant-gagnant où employee advocacy, content marketing et communication interne se renforcent mutuellement pour faire rayonner votre marque.

## Formateur

Notre formatrice, experte sur le digital, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 10 ans dans la communication sur les médias sociaux. Elle s'est intéressée très tôt à l'impact de l'employee advocacy pour les entreprises..



Digital Academy  
17 rue du Faubourg Montmartre  
75009 Paris

09 77 21 53 21 *appel non surtaxé*  
du lundi au vendredi de 9h30 à 18h  
[contact@digitalacademy.fr](mailto:contact@digitalacademy.fr)

## Programme

### Comprendre l'Employee Advocacy et son impact en 2025

- Panorama et définitions de l'Employee Advocacy
- Rôle clé des collaborateurs dans la communication corporate : Advocacy First.
- Facteurs clés de succès : les ingrédients indispensables (confiance, transparence, cohérence)
- Impacts sur la marque employeur : attraction des talents, rayonnement de l'entreprise, e-réputation.
- Atelier : comment évaluez-vous la stratégie actuelle d'employee advocacy de votre entreprise ?

### Mettre en place une stratégie Employee Advocacy performante

- Identifier vos talents en interne : experts métiers, leaders d'opinion, créateurs de contenu naturels.
- Définir une ligne éditoriale alignée avec la Brand Voice, les valeurs d'entreprise et les thématiques métiers clés.
- Choisir des plateformes adaptées : LinkedIn (B2B), Instagram (culture d'entreprise), TikTok (coulisses, authenticité), Slack et Teams (mobilisation interne).

- Intégration d'une Employee Advocacy Platform (EAP) pour centraliser la création, la diffusion et l'analyse de la performance des contenus partagés.
- Co-création de contenu avec les collaborateurs : encourager le storytelling personnel, les retours d'expérience et la valorisation des projets internes.
- Mise en place d'un programme ambassadeurs pilote pour tester et ajuster la stratégie avant un déploiement global.
- Atelier : mise en plan d'un plan d'actions et de déploiement pour un programme ambassadeurs efficace

### Embarquer positivement vos collaborateurs dans une démarche d'Employee Advocacy

- Personal Branding : optimiser son profil LinkedIn, valoriser son expertise métier, équilibrer contenu pro et personnel.
- Accompagner et former ses collaborateurs aux techniques d'écriture sur les réseaux sociaux, aux tendances, et bonnes pratiques.
- Établir un calendrier éditorial et simplifier le processus de partage auprès des collaborateurs : création de contenu simplifiée grâce à des

templates et outils d'aide.

- Motiver et valoriser vos collaborateurs via le programme de récompenses.
- Rédiger une charte des bonnes pratiques : sensibilisation aux risques (confidentialité, RGPD, ligne rouge de communication) pour une advocacy responsable et alignée.
- Atelier : publier votre premier post via LinkedIn.

### Suivre piloter et optimiser votre programme Employee Advocacy

- Suivi des KPIs essentiels : taux de participation, engagement par post, portée organique, trafic généré, leads entrants et impact sur la marque employeur.
- Feedback régulier des ambassadeurs pour identifier les freins, optimiser les contenus proposés et ajuster les formats.
- Valorisation des résultats auprès du Comex et des managers pour pérenniser et renforcer l'engagement à tous les niveaux de l'entreprise..

## Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Apport d'expertise du formateur, quiz, travaux pratiques, atelier, échanges d'expérience.

## Quelles sont les modalités d'évaluation ?

Évaluation à travers un questionnaire en fin de formation.

Version 8, mise à jour le 11 juin 2024

Vous avez des questions sur cette formation ?

Nos conseillers vous répondent au :

09 77 21 53 21

appel non surtaxé du lundi au vendredi de 9h30 à 18h

ou par email

[contact@digitalacademy.fr](mailto:contact@digitalacademy.fr)