

DÉVELOPPER UN PROGRAMME D'EMPLOYEE ADVOCACY SUR LINKEDIN

OBJECTIF

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les enjeux et bénéfices de l'Employee Advocacy sur LinkedIn.
- Mettre en place une stratégie de mobilisation des collaborateurs.
- Former les équipes à une utilisation optimisée de LinkedIn.
- Créer du contenu engageant et authentique pour valoriser l'entreprise.
- Suivre et analyser l'impact du programme d'advocacy.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 : Comprendre et structurer un programme d'Employee Advocacy

- Définition et enjeux de l'Employee Advocacy.
- Bénéfices pour l'entreprise et les collaborateurs.
- Identifier les ambassadeurs internes et structurer un programme d'advocacy.
- *Atelier pratique : Élaboration du plan stratégique du programme Employee Advocacy.*

Module 2 : Former et engager les collaborateurs sur LinkedIn

- Bonnes pratiques pour optimiser son profil LinkedIn.
- Sensibiliser et motiver les équipes à partager du contenu.
- Rédaction et diffusion de messages engageants et authentiques.
- *Exercice : Amélioration des profils LinkedIn et création de premiers posts.*

Module 3 : Suivi, optimisation et mesure de l'impact

- Outils pour suivre et mesurer l'efficacité du programme (LinkedIn Analytics, Social Selling Index).
- Techniques pour favoriser l'engagement et l'implication continue des collaborateurs.
- Étude de cas et retours d'expérience sur des programmes d'advocacy réussis.
- *Évaluation finale : Élaboration d'une feuille de route pour le déploiement d'un programme Employee Advocacy.*

Ce programme offre une approche complète pour structurer et déployer une stratégie d'Employee Advocacy sur LinkedIn. Les participants apprennent à valoriser la parole des collaborateurs, à amplifier la visibilité de l'entreprise et à engager les équipes autour d'une communication authentique.

RYTHME ET ORGANISATION DE LA FORMATION

Modalités pédagogiques

- Alternance entre théorie et mises en pratique.
- Études de cas concrets et retours d'expériences.
- Exercices interactifs et accompagnement personnalisé.

Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques et simulations de prospection.
- Quiz de validation des acquis.
- Présentation finale d'une stratégie LinkedIn Sales Navigator.
- Attestation de fin de formation

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Tutoriels et guides PDF détaillés.
- Modèles de messages et scripts de prospection.
- Accès à des outils d'analyse et de suivi des performances.

PUBLIC VISÉ

- Responsables communication, marketing ou RH,
- Dirigeants de TPE/PME et managers d'équipe,
- Chargés de marque employeur ou de recrutement,
- Toute personne impliquée dans la stratégie de visibilité ou de notoriété de l'entreprise sur LinkedIn.

PRÉ-REQUIS

- Disposer d'un compte LinkedIn actif,
- Avoir une connaissance de base de LinkedIn en tant qu'utilisateur,
- Être impliqué(e) dans la stratégie de communication ou RH de son entreprise,
- Avoir un objectif défini de mobilisation des collaborateurs ou de valorisation de la marque employeur.

DURÉE

3 jours (21 heures)

DATES

À étudier sur demande

LIEU

Au sein de l'entreprise

TARIFS

Sur devis.

(Le tarif dépend de la durée, du format choisi (individuel ou groupe) et du lieu de la formation. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin.)

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 1 à 6 personnes

(La formation peut être dispensée en individuel ou en petit groupe afin de garantir un accompagnement personnalisé.)

VALIDATION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation

ACCESSIBILITÉ

Formation adaptable aux Personnes en Situation de Handicap



Me contacter :

06 89 88 47 86

contact@kalyannyhay.com