

ATELIERS DATA RH

EMPLOYEE ADVOCACY



@MERCANTIGUERIN

Programme d'Employee Advocacy

Imaginez un programme d'Employee Advocacy pour une entreprise d'un des membres du groupe

Vous vous aiderez des ressources suivantes :

<https://www.sociabble.com/fr/etudes-de-cas/>

 par Maria Mercanti-Guérin



Yocail Deluxe

Louve la text

Analyse de l'entreprise et du contexte



Analyser la culture d'entreprise
Les valeurs et les objectifs business



Identifier les enjeux de communication actuels



Évaluer la présence digitale existante
Et l'engagement des collaborateurs



Définition des objectifs du programme

Définir 3-5 objectifs SMART

Spécifiques, Mesurables,
Atteignables, Réalistes,
Temporels

Exemples d'objectifs

- Augmenter la visibilité de la marque
- Renforcer l'attractivité RH
- Générer des leads

Identifier les KPIs correspondants

Pour mesurer l'efficacité du programme

Identification des ambassadeurs potentiels

Critères de sélection

Définir les critères précis pour identifier les meilleurs ambassadeurs potentiels au sein de l'organisation.

Stratégie d'identification

- Volontariat
- Cooptation
- Sélection

Profils d'ambassadeurs

Détailler les différents profils à mobiliser par département, expertise et séniorité.

Création d'un plan de contenu



Développer une stratégie éditoriale

Adaptée aux objectifs du programme



Proposer un calendrier éditorial

Avec thématiques clés à aborder



Définir la répartition des contenus

Entre contenu corporate et contenu personnalisé



Intégrer les événements clés

Lancements, conférences et autres moments importants de l'entreprise



Mesure et optimisation



ATELIER 2

- 1 profil de collaborateurs persona par groupe
- 2 plateformes sociales différentes
- Vous avez une combinaison persona/plateforme. Identifiez
 - Types de contenus qui résonnent avec l'audience spécifique de ce collaborateur
 - Éléments personnels que le collaborateur pourrait intégrer pour authentifier sa présence



@MERCANTIGUERIN

TRAVAIL A FAIRE

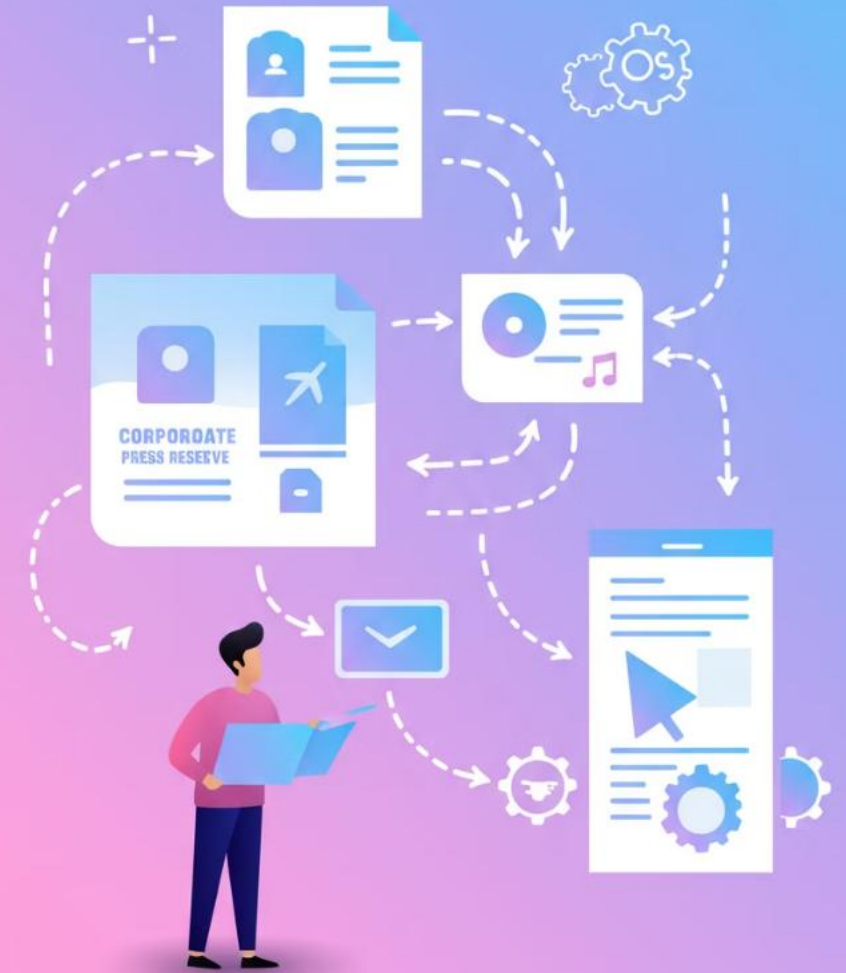
- Reprenez le programme d'Employee Advocacy de l'atelier 1. Vous devez maintenant aider les collaborateurs à s'approprier le programme.
- Vous avez une combinaison persona/plateforme. Identifiez
 - Types de contenus qui résonnent avec l'audience spécifique de ce collaborateur
 - Éléments personnels que le collaborateur pourrait intégrer pour authentifier sa présence
- Vous vous baserez pour cela sur la matrice de transformation proposée et sur l'exemple donné



@MERCANTIGUERIN

Matrice de transformation

Type de contenu	Version corporate	Transformation personnalisée
Communiqué de presse	Formel, institutionnel	Extraire 1-2 points clés avec votre perspective
Lancement produit	Description technique	Partager votre expérience utilisateur
Rapport annuel	Chiffres, analyses	Sélectionner 1 statistique marquante



Exemples de Transformation

1

Corporate

"Notre entreprise lance un nouveau système de gestion énergétique."

2

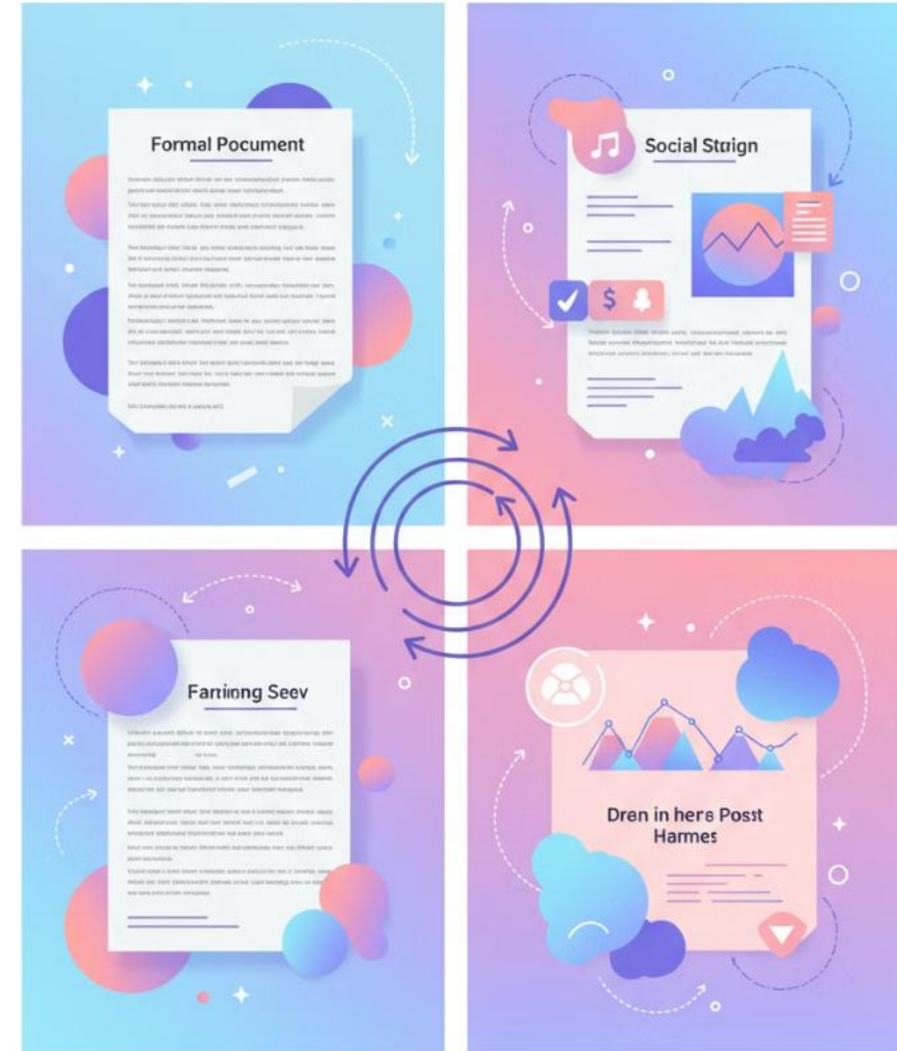
Personnel

"Fier d'avoir contribué à ce projet qui réduit notre empreinte carbone!"

3

Engageant

"Voici comment j'utilise cette solution dans mon quotidien. Et vous?"



EXEMPLE PROPOSE

- Couplage Technicien / Instagram
- Exemple concret de transformation : Communication corporate originale : "XYZ lance sa nouvelle gamme de systèmes de climatisation industrielle EC-5000 offrant une efficacité énergétique améliorée de 28%, une réduction sonore de 15dB et une interface de contrôle à distance.
- "Transformation Instagram pour un technicien : Format : Carousel de 5 slides + Texte personnalisé
 - Slide 1 : Photo de vous souriant à côté du nouveau système installé
 - Slide 2 : Gros plan sur l'interface utilisateur avec votre main qui pointe une fonction
 - Slide 3 : Comparaison visuelle ancien/nouveau modèle avec flèches explicatives
 - Slide 4 : Court clip vidéo démontrant la différence sonore (avec mesure décibel visible)
 - Slide 5 : Photo de vous utilisant l'application de contrôle à distance sur votre téléphone
- Texte : "Tellement fier d'avoir installé notre première EC-5000 cette semaine! 🛠️✅ Cette petite merveille est 28% plus économe en énergie (ça se voit direct sur les factures!) et TELLEMENT plus silencieuse - fini les clients qui se plaignent du bruit! Mon petit plaisir: pouvoir tout contrôler depuis mon téléphone sans grimper sur le toit à chaque ajustement
- 🧐 #TechnicienHeureux #Innovation #HVAC #CoulissesDuMétier Vous avez des questions sur ces nouveaux systèmes? Je suis là pour y répondre! 🖱️ "Hashtags : #TechnicienCVAC #InstallationDuJour #ÉconomieÉnergie #InnovationTechnique #FierDeMonMétier



@MERCANTIGUERIN

PERSONA



@MERCANTIGUERIN

Ingénieur R&D senior

Poste : Responsable innovation produits

Ancienneté : 12 ans dans l'entreprise

Personnalité : Analytique, réservé, précis

Expertise : Technologies émergentes, brevets, développement technique



@MERCANTIGUERIN

Chargée de marketing digital

Poste : Spécialiste des campagnes digitales

Ancienneté : 3 ans dans l'entreprise

Personnalité : Créative, dynamique, à l'affût des tendances

Expertise : Marketing d'influence, analytics, stratégies de contenu



@MERCANTIGUERIN

Responsable RSE

Poste : Directeur du développement durable

Ancienneté : 7 ans dans l'entreprise

Personnalité : Engagé, diplomate, visionnaire

Expertise : Politiques environnementales, reporting RSE, partenariats ONG



@MERCANTIGUERIN

Commerciale terrain

Poste : Account manager secteur Sud

Ancienneté : 5 ans dans l'entreprise

Personnalité : Extravertie, pragmatique, relationnelle

Expertise : Négociation, connaissance produits, fidélisation clients



@MERCANTIGUERIN

Technicien de maintenance

Poste : Expert intervention client

Ancienneté : 15 ans dans l'entreprise

Personnalité : Méthodique, bienveillant, direct

Expertise : Dépannage, relation client, optimisation technique



@MERCANTIGUERIN

Directrice financière

Poste : CFO

Ancienneté : 8 ans dans l'entreprise

Personnalité : Rigoureuse, stratégique, réfléchie

Expertise : Pilotage financier, investissements, communication financière



@MERCANTIGUERIN

Gestionnaire de projet

Poste : Chef de projet international

Ancienneté : 6 ans dans l'entreprise

Personnalité : Organisée, résiliente, diplomate

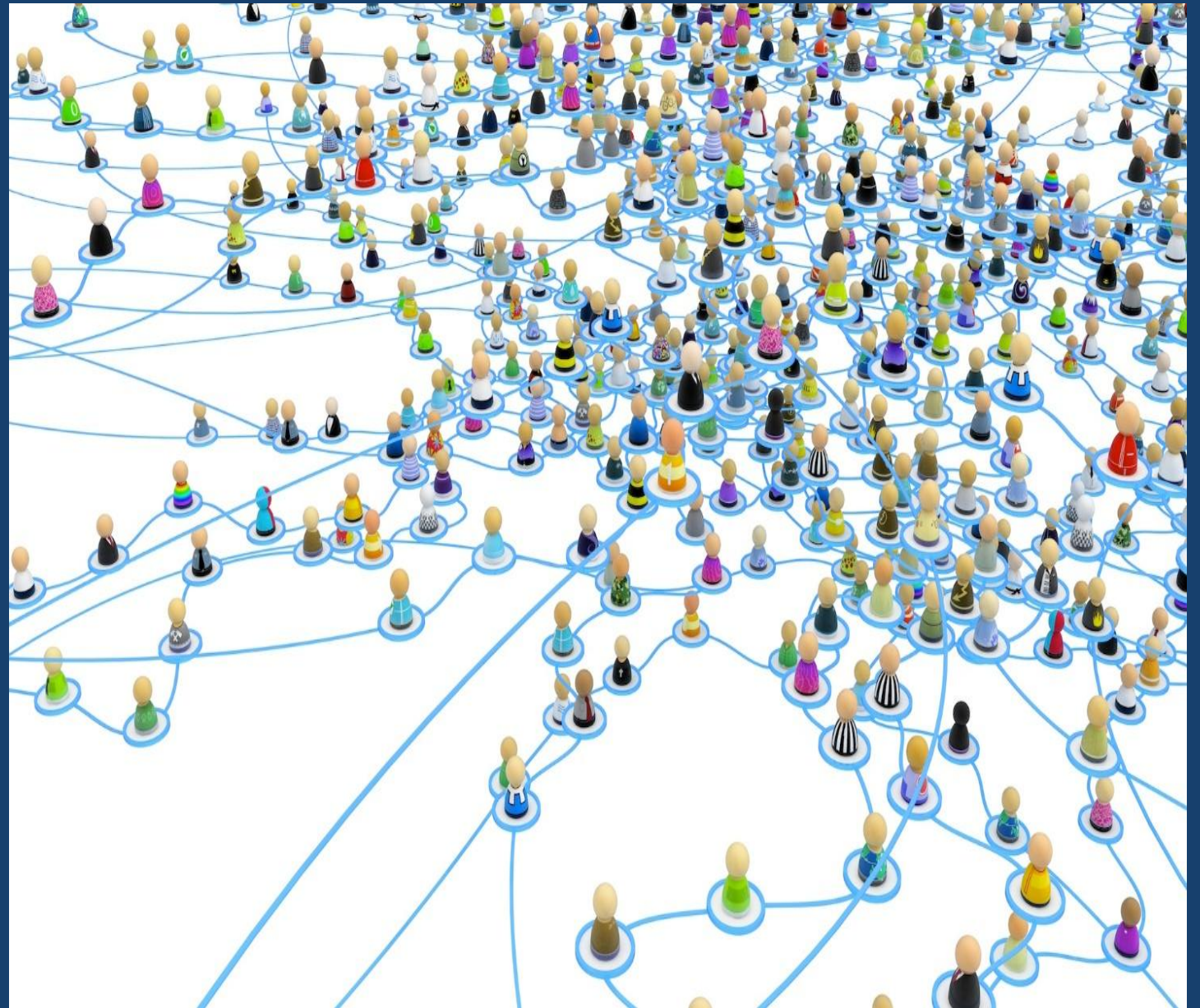
Expertise : Management interculturel, coordination d'équipes,
gestion de crise



@MERCANTIGUERIN

PLATEFORMES

LinkedIn
Instagram
TikTok
Twitter/X
YouTube
Threads
Facebook
Reddit
Medium
Discord



@MERCANTIGUERIN

Plateformes Sociales Professionnelles

LinkedIn

Idéal pour le contenu professionnel détaillé. Format: articles, infographies, slides.

Ton professionnel mais accessible.
Fréquence: 2-3 fois par semaine.

Twitter/X

Parfait pour les messages courts et l'actualité. Format: tweets concis, threads.

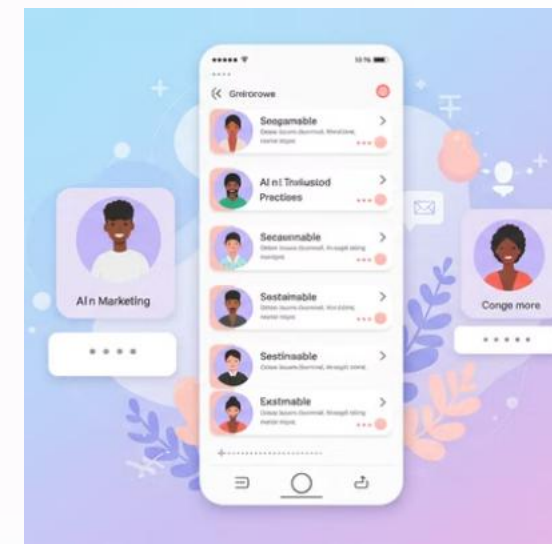
Ton dynamique et percutant. Fréquence: quotidienne.

Medium

Pour les analyses approfondies. Format: articles longs, études de cas.

Ton réfléchi et expert. Fréquence: 1-2 fois par mois.

Plateformes Sociales Visuelles



Instagram, TikTok, YouTube et Threads privilégient le contenu visuel et authentique. Adaptez votre ton selon la plateforme.



Plateformes Communautaires

Facebook

Mix de contenus personnels et professionnels. Ton convivial et inclusif.

Discord

Échanges directs et discussions. Ton décontracté et interactif.

Reddit

Partage d'expertise et discussions. Ton authentique et transparent.