



Employee advocacy : transformer les collaborateurs en ambassadeurs de marque

Lien :

<https://maroc-performance.com/formation/employee-advocacy-transformer-les-collaborateurs-en-ambassadeurs-de-marque>

🕒 DURÉE
5 jours (35h)

📌 RÉFÉRENCE
COM193

📁 CATÉGORIE
**Communication Interne
et engagement
collaborateur**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Comprendre les principes et enjeux de l'Employee Advocacy
- ✓ Construire une stratégie permettant de transformer les collaborateurs volontaires en ambassadeurs de marque
- ✓ Identifier, recruter et mobiliser les profils internes les plus pertinents
- ✓ Définir une ligne éditoriale cohérente tout en préservant l'authenticité des prises de parole
- ✓ Concevoir des contenus facilement exploitables et personnalisables par les collaborateurs
- ✓ Développer le Personal Branding des ambassadeurs dans un cadre professionnel
- ✓ Déployer un programme d'Employee Advocacy sur les réseaux sociaux
- ✓ Prévenir les risques liés à la confidentialité, à la réputation et à la communication digitale
- ✓ Mesurer l'impact du programme sur visibilité, engagement, recrutement et génération de leads
- ✓ Mettre en place une démarche durable d'animation, de pilotage et d'amélioration du programme

👥 POUR QUI ?

- ✓ Directeurs Communication et responsables Communication Corporate
- ✓ Responsables Marketing et Brand Managers
- ✓ Social Media Managers et Community Managers
- ✓ Responsables Communication Interne
- ✓ Responsables Ressources Humaines et Talent Acquisition Managers
- ✓ Employer Branding Managers
- ✓ Sales Enablement Managers
- ✓ responsables Employee Experience
- ✓ Responsables Digital et Transformation
- ✓ Dirigeants et managers souhaitant développer la visibilité de leur organisation
- ✓ Collaborateurs amenés à représenter leur entreprise sur les réseaux sociaux
- ✓ Professionnels chargés de concevoir, déployer ou piloter un programme d'Employee Advocacy



Programme détaillé

1 / Comprendre les enjeux de l'Employee Advocacy

- Définir l'Employee Advocacy et son rôle dans la stratégie de marque
- Comprendre l'impact des collaborateurs sur la visibilité et la crédibilité de l'entreprise
- Identifier les bénéfices en matière de notoriété, recrutement et développement commercial

2 / Construire une stratégie d'Employee Advocacy

- Définir les objectifs, audiences et canaux prioritaires
- Identifier les populations internes susceptibles de devenir ambassadrices
- Construire une feuille de route cohérente avec la stratégie de communication

3 / Identifier et mobiliser les ambassadeurs internes

- Repérer les collaborateurs influents et volontaires
- Comprendre leurs motivations et leurs freins
- Mettre en place un programme d'ambassadeurs fondé sur le volontariat et l'adhésion

4 / Construire une identité éditoriale commune

- Définir les messages clés et les thématiques prioritaires
- Harmoniser les prises de parole sans uniformiser les personnalités
- Élaborer des chartes et recommandations de communication

5 / Créer un programme de contenus pour les collaborateurs

- Concevoir des contenus facilement partageables
- Adapter les formats : posts, articles, vidéos, témoignages et actualités
- Fournir aux collaborateurs des ressources prêtes à personnaliser et diffuser

6 / Maîtriser le Personal Branding des collaborateurs

- Développer une présence professionnelle crédible sur les réseaux sociaux
- Apprendre à valoriser expertise, projets et réussites
- Trouver l'équilibre entre marque personnelle et identité corporate

7 / Déployer l'Employee Advocacy sur les réseaux sociaux

- Structurer les pratiques sur LinkedIn et autres plateformes pertinentes
- Optimiser portée, engagement et visibilité des publications
- Éviter les comportements automatisés, répétitifs ou assimilables au spam

8 / Encadrer les pratiques et gérer les risques

- Définir les règles de confidentialité, conformité et droit à l'image
- Sensibiliser aux risques réputationnels et aux informations sensibles
- Clarifier les responsabilités entre collaborateurs et organisation

9 / Mesurer l'impact du programme

- Définir les KPI : portée, engagement, trafic, leads et candidatures
- Mesurer la contribution des ambassadeurs à la notoriété et à l'acquisition
- Construire des tableaux de bord pour suivre la performance du programme

10 / Pérenniser et faire évoluer le programme

- Animer la communauté des ambassadeurs
- Valoriser les contributions et maintenir l'engagement dans la durée
- Optimiser régulièrement contenus, dispositifs et indicateurs pour maximiser le ROI

Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

 02 au 06 Nov. 2026

 Présentiel - Casablanca

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : contact@maroc-performance.com

 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>