

# Formation : Employee Advocacy : L'essentiel pour transformer ses collaborateurs en ambassadeurs

certification DiGiTT® à distance, en option

Formation pratique - 1j - 7h00 - Réf. DVE

Prix : 760 € H.T.

★★★★☆ 4,7 / 5

Les enjeux liés à l'e-réputation obligent les marques à développer leur présence sur le web et les réseaux sociaux. Cette formation pratique vous aidera à définir et à mettre en œuvre les étapes essentielles pour créer un programme d'ambassadeurs.

## Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Identifier les risques internes et les précautions à prendre pour la mise en place d'un programme d'Ambassadeurs
- ✓ Définir les étapes essentielles pour la mise en place de son programme d'Ambassadeurs
- ✓ Animer sa communauté d'Ambassadeurs
- ✓ Maintenir l'engagement de ses Ambassadeurs
- ✓ Définir ses indicateurs de succès

## Public concerné

Directeur et responsable marketing, marketing digital, communication, social media, ressources humaines, formation.

## Prérequis

Aucune connaissance particulière.

## Méthodes et moyens pédagogiques

### Exercice

Nombreux exercices de réflexion, mise en situation et pratique d'outils.

### Méthodes pédagogiques

Apports théoriques, exercices et cas pratiques, brainstormings, pratique et démonstrations d'outils.

### PARTICIPANTS

Directeur et responsable marketing, marketing digital, communication, social media, ressources humaines, formation.

### PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Programme de la formation

### 1 Les objectifs d'un programme d'Ambassadeurs

- Rappel de l'impact de l'e-réputation sur les objectifs de l'entreprise.
- Définition et enjeux d'un programme d'Ambassadeurs.
- Les objectifs d'un programme d'Ambassadeurs.

#### Réflexion collective

Réflexion sur les objectifs d'un programme d'Ambassadeurs et les applications potentielles.

### 2 Les précautions utiles pour un programme d'Ambassadeurs efficace

- Éthique et transparence : volontariat, liberté de parole, éviter le « greenwashing »...
- Risques juridiques et de réputation : prévenir les comportements à risque (vie privée/vie pro, droit à l'image...).
- Mettre en place une Charte Social Media.

#### Exercice

À partir d'exemples de chartes, recenser différents points spécifiques à une charte similaire pour sa propre activité (conflits d'intérêt, sujets à éviter, précautions à recommander...)

### 3 Mettre en place son programme d'Ambassadeurs

- Les attentes et les rôles : Ambassadeur, influenceur, sponsor, management, RH, service communication...
- Les critères de sélection et d'identification des Ambassadeurs.
- Impliquer les collaborateurs.

#### Exercice

Constituer son groupe pilote et lister les étapes, les actions, parties prenantes et responsabilités pour la mise en place du groupe pilote ou lancement du programme.

### 4 Animer ses Ambassadeurs et mesurer la performance

- Lever les freins pour impliquer les collaborateurs.
- Les bonnes pratiques d'animation.
- Les solutions gratuites et payantes de mise à disposition de contenus pour les Ambassadeurs.
- L'importance des KPI.
- Les indicateurs clés.

#### Exercice

Lister les initiatives d'acculturation et d'animation applicables pour son entreprise. Identification des indicateurs pour les objectifs de son programme d'ambassadeurs.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

## MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse [psh-accueil@orsys.fr](mailto:psh-accueil@orsys.fr).

## Options

### **Certification : 190€ HT**

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser (50 à 70% du temps).

L'option de certification se présente sous la forme d'un voucher ou d'une convocation qui vous permettra de passer l'examen à l'issue de la formation.

## Dates et lieux

### **CLASSE À DISTANCE**

2026 : 22 mai, 2 oct.

### **PARIS LA DÉFENSE**

2026 : 22 mai, 2 oct.