

Renforcer votre marque employeur grâce à LinkedIn

Niveau 2 - Intermédiaire

Objectifs

- Identifier les enjeux de la marque employeur
- Développer votre marque employeur grâce à des collaborateurs ambassadeurs
- Améliorer la visibilité de votre entreprise
- Attirer de nouvelles audiences autour de votre marque et de ses valeurs
- Anticiper et organiser la communication de crise autour de sa marque

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

2 jours - 14 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

- Avoir un ordinateur à disposition
- Avoir les identifiants et mots de passe du compte LinkedIn
- Avoir des contenus visuels de son établissement (logo, images...)

Public concerné :

- Toute personne utilisant LinkedIn au quotidien et souhaitant approfondir son utilisation dans le cadre de la mise en avant de son entreprise

Modalités d'évaluations :

- En début de formation : évaluation des acquis/quizz
- En cours de formation : exercices en situation
- En fin de formation : évaluation des acquis/quizz

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

Comprendre les enjeux de la marque employeur

Définir la marque employeur
Identifier les enjeux et les opportunités sur LinkedIn
Définir sa stratégie de marque employeur

Créer une page entreprise attractive

Lister les thématiques sur lesquelles communiquer
Identifier les stratégies de contenus pertinentes
Analyser la performance de ses publications
Comprendre les statistiques pour optimiser sa stratégie

Faire de vos collaborateurs des ambassadeurs de votre marque

Panoramas des tendances et des pratiques d'employé ambassadeur
Créer un programme ambassadeur fédérateur
Définir des indicateurs de suivi

Sourcer de nouveaux talents pour votre établissement

Identifier les talents à cibler
Définir les stratégies de contenu pour ces cibles
Publier du contenu impactant et divertissants
Optimiser la sélection de candidats potentiels

Structurer la communication de crise au sein de son établissement

Découvrir les bonnes pratiques pour communiquer en situation de crise
Les questions à se poser pour définir sa stratégie

Méthodologie

Apports théoriques et pratiques
Mises en situation