



## Renforcez votre marque employeur

4 étapes pour donner aux employés toutes les clés pour partager du contenu professionnel

[Learn more](#)



# Sommaire

03 Introduction

05 Construire

07 Eduquer

11 Habiliter

16 Mesurer

19 Statistiques clés

20 A propos des auteurs

# Vous ne le savez pas, mais vous êtes assis sur une mine d'or.

## Commençons par les bonnes nouvelles...

Vous construisez efficacement votre marque employeur. Selon notre étude [2015 Global Recruiting Trends](#) (Tendances du recrutement mondial en 2015), les entreprises investissent leurs efforts de marque employeur dans les réseaux professionnels sociaux, qui constituent la source la plus rapide pour un recrutement de qualité. Vous partagez des articles associés et des publications de blogs avec vos abonnés sur les médias sociaux, signe que vous faites ce qu'il faut.

## Cependant...

Vous ignorez l'un de vos meilleurs atouts : vos employés.

Vos employés incarnent la culture et les valeurs de votre entreprise, et leur « parole » est 3 fois plus crédible que celle de votre PDG\*\*. Pour attirer les talents dans notre ère numérique actuelle, vous devez tirer parti des réseaux sociaux de vos talents actuels afin de développer davantage votre marque employeur. Imaginez comment les candidats pourraient percevoir votre entreprise si encore plus d'employés partageaient du contenu professionnel et du contenu relatif à l'entreprise sur les médias sociaux.

## La bonne nouvelle, c'est que...

Peu d'entreprises donnent à tous leurs employés les moyens d'agir en tant qu'ambassadeurs de leur marque employeur. Il s'agit là d'une formidable opportunité d'améliorer votre stratégie de marque employeur.

C'est un réel défi, mais ne vous inquiétez pas, nous allons vous aider à le relever.

Un petit groupe de personnes atteint de grands résultats

Chaque employé a environ

# 10 fois

plus de connexions qu'une entreprise ne compte d'abonnés\*.

Si seulement

# 2 %

des employés partagent de l'information relative à votre entreprise, ils sont responsables de près de

# 20 %

de votre engagement social total\*.

# Nous vous facilitons la tâche.

Obtenir l'engagement de vos employés n'est pas une mince affaire. Mais lorsqu'ils s'engagent, le bénéfice est mutuel. Lorsque vos employés partagent leurs connaissances à travers les médias sociaux, non seulement ils se posent en tant qu'influenceurs, mais ils contribuent aussi à vous aider à attirer, recruter et embaucher des talents. C'est une route à double sens.

Voilà pourquoi nous avons créé ce guide. Considérez-le comme votre feuille de route pour renforcer votre marque employeur en habilitant vos employés à partager du contenu, ainsi que leur propre expertise professionnelle, sur la sphère sociale. Ce guide est découpé en quatre parties, chacune contenant des conseils à mettre en œuvre. À la fin de ce guide, vous saurez comment rallier les troupes, organiser du contenu, le partager avec des employés et mesurer son impact.

C'est parti...



Bâtir



Former



Habiller



Mesurer



## Bâtir

Avant de commencer à demander aux employés de créer et de partager du contenu, prenez du recul et identifiez les bonnes personnes qui travailleront avec vous.



Voici deux approches à utiliser :

## Voyez large

Ratissez large en utilisant une approche descendante avec une équipe spéciale interne et interdépartementale. Rassemblez 6 à 10 collègues en dehors du département Talent Acquisition pour aider à évangéliser le partage de contenu. Nous vous recommandons de choisir des gens des départements Social Media, Corporate Communications, Marketing, ainsi que des responsables d'équipe.

## Commencez petit

Une approche ascendante vous permet de commencer petit et d'augmenter graduellement. Concentrez-vous sur votre plus grande priorité d'embauche, dénicher vos stars sociales existantes dans ce groupe, et demandez-leur de participer. [Lars Schmidt](#), consultant, suggère que les pairs exercent une légère pression à l'occasion de discussions en tête-à-tête autour de la machine à café.



*« Les employés peuvent être sceptiques si les RH ou la direction les pousse à agir.*

*S'ils voient leurs pairs participer, ils se sentiront plus obligés de les imiter et vos initiatives peuvent alors croître organiquement et authentiquement. »*



[Lars Schmidt](#),

Amplify Talent



# Former

Il est temps de convaincre les gens de partager du contenu à travers les médias sociaux.  
Formez vos employés en utilisant l'une des 5 méthodes suivantes.



## Expliquez les avantages

Les employés peuvent ne pas comprendre tout de suite pourquoi ils devraient se positionner en tant que professionnels sociaux. Voici ce que vous devez leur dire :

« **Soyez connu en tant qu'expert** » Les employés qui partagent et créent des contenus liés à la carrière augmenteront les vues de leur profil LinkedIn, le nombre d'InMails et les demandes de connexion, élevant ainsi leur marque professionnelle.

« **Ayez un impact sur nos activités** » Les employés qui partagent les contenus de l'entreprise contribuent à développer la marque employeur de leur entreprise, à attirer davantage d'abonnés sur la page LinkedIn de l'entreprise, de consultations d'offres d'emploi et de candidats.

Lorsque Dell a encouragé ses secteurs d'activités à partager du contenu, ils ont répondu à la question «*Que puis-je en tirer personnellement ?* ». Voici quelques exemples :

- Renforcez votre crédibilité en partageant votre expertise sur LinkedIn et Twitter.
- Positionnez-vous en tant que leader et trouvez des personnes de talent comme vous pour rejoindre votre équipe.
- Construisez votre réseau en vous connectant à de nouvelles personnes.
- Apprenez de nouvelles choses en rejoignant des groupes LinkedIn.

Lorsqu'un membre de LinkedIn partage 6 articles de son entreprise sur son réseau social, il reçoit...

- 6 visites sur son profil
- 2 nouvelles connexions
- 6 vues sur les annonces d'emploi
- 3 vues sur la page de l'entreprise
- 1 nouvel abonné de la page d'entreprise



## Donnez des directives en matière de médias sociaux

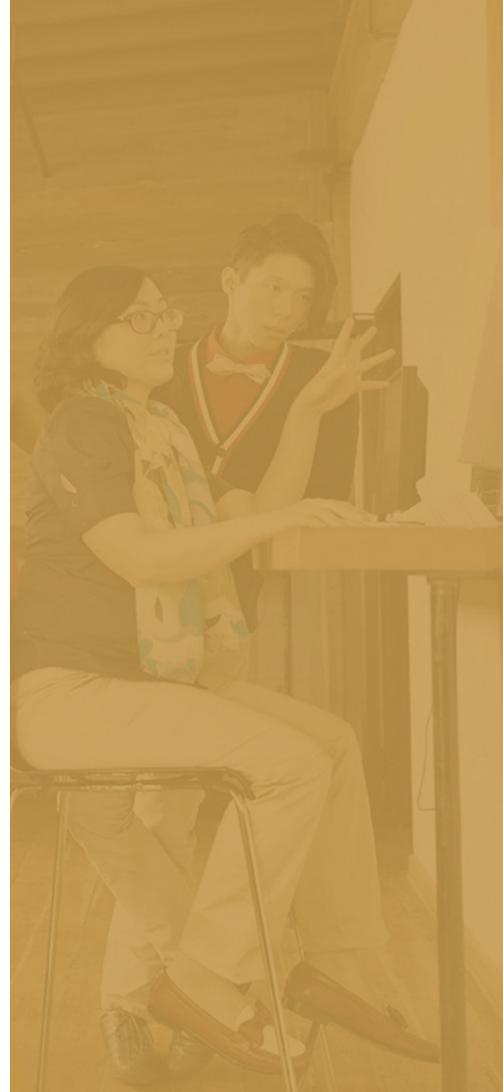
Les employés veulent savoir quel contenu peut ou ne peut pas être partagé. Si le temps vous fait défaut, créez une liste des choses à faire et à ne pas faire à partir de zéro, exploitez les directives en matière de médias sociaux de vos équipes de communication d'entreprise et de réseaux sociaux.

N'oubliez pas de demander à vos employés de suivre votre entreprise et les réseaux sociaux axés sur les talents. Encouragez-les à aimer, commenter et partager !

## Sessions de formation

Pour apprendre aux employés à utiliser les médias sociaux personnellement et professionnellement, [Adobe](#) et [Dell](#) ont créé des programmes de certification comprenant des modules de formation interactifs, des déjeuners-conférences mensuels et des webinars « Power Hour ». Ces sessions offrent diverses façons d'apprendre en partant de zéro.

*Vous cherchez quelque chose de plus à la demande ? Des SlideShares, des présentations PowerPoint et de courtes vidéos sont autant de manières de former les employés en économisant du temps.*





## Pensez comme un spécialiste du marketing

[Adobe](#) a jugé indispensable de travailler avec ses partenaires de communication internes. Ils ont mis en place un plan marketing incluant des concours entre employés, des vidéos spectaculaires, des posters dans les salles de repos et des cadeaux. Résultat, ils ont réussi à fortement sensibiliser les employés qui ont adopté le concept rapidement.

## Taillez la route

Malgré le nombre d'e-mails que vous envoyez, certaines personnes peuvent ne pas être au courant de ce qu'il se passe. Faites suivre vos communications numériques d'une mini-présentation. Faites une présentation lors des réunions d'équipe ou des réunions rassemblant l'ensemble du personnel, ou proposez des sessions de formation pratique mensuelles. Une bonne vieille communication « face à face » permet d'instaurer une certaine confiance et d'accroître l'engagement.

En 2014, Dell a recruté 43 employés par l'intermédiaire de billets régulièrement publiés sur LinkedIn et SlideShare.  
[Découvrez comment](#)



*« Si vous ne créez pas un plan marketing à grande échelle, il sera beaucoup plus difficile pour vous de réussir. »*



[Cory Edwards](#),

Adobe



## Habiliter

Maintenant que vos employés se sont engagés à partager du contenu, comment leur insuffler l'inspiration pour commencer et continuer ? Poursuivez votre lecture.



## Organisez du contenu prêt à être partagé

Tirez le meilleur parti du temps limité dont dispose vos employés en collectant et en leur suggérant du contenu approprié qu'ils peuvent partager simplement et rapidement.

Par exemple, envoyez-leur un e-mail pour leur suggérer 2 ou 3 publications de blogs, ou des mises à jour de statut LinkedIn et des tweets qu'ils peuvent copier, coller et publier en un rien de temps. Pour rendre leurs partages plus personnels et authentiques, conseillez-leur de modifier ces mises à jour prêtes à partager de manière à se les approprier.

Nous savons ce que vous pensez

*« Si j'encourage mes employés à partager plus de contenu sur les réseaux sociaux, ils seront davantage visibles et pourront se faire débaucher plus facilement. »*

Peut-être. Mais ils sont aussi davantage connectés à des talents potentiels et représentent une source plus crédible pour votre entreprise. Partager du contenu régulièrement peut multiplier le nombre de vues du profil d'un employé par 6\*. Considérez que leurs vues de profils sont des vues de votre marque employeur.



*Vous souhaitez organiser du contenu et le partager plus rapidement ?  
[LinkedIn Elevate](#) vous fournit une manière simple et puissante d'habiliter vos employés à partager des contenus très intéressants via LinkedIn et Twitter.*



## Sessions « Rock Your Profile » (Soignez votre profil)

Vos employés sont une extension de votre marque employeur, ils doivent donc la représenter précisément par une présence sociale parfaitement mise à jour. Avec votre équipe spéciale ou les ambassadeurs de votre marque employeur, procédez à des relookings de profils LinkedIn chaque trimestre. Incluez des consultations de 15 minutes et une séance photo (visage).

## Attirez-les tôt

Les sessions d'accueil des nouveaux collaborateurs fournissent une occasion idéale de dénicher de fervents ambassadeurs de la marque employeur. Demandez une intervention de 30 minutes lors des sessions d'orientation des nouvelles embauches pour expliquer comment les nouveaux employés peuvent partager leur expérience professionnelle, et où trouver plus d'informations. C'est également le moment idéal pour vos sessions « Rock Your Profile » (Soignez votre profil).

*Manque de temps ? Obtenez des trucs et astuces à partir de notre fiche-conseil [Rock Your Profile Tipsheet](#) et du [Recruiter Brand Guide](#).*



*« Si vous aidez vos employés à renforcer leur image, ils contribueront à renforcer l'image de votre entreprise. »*



[Jennifer Jones Newbill](#),

Dell



## Rencontres

Favorisez la camaraderie et le partage de connaissances en organisant des rencontres mensuelles ou trimestrielles. Mettez en avant les employés les plus performants, souhaitez la bienvenue aux nouveaux arrivants et partagez les meilleures pratiques. Que ce soit en personne ou via des vidéo-conférences, rendez les rencontres informelles et interactives en sollicitant les feedback et en favorisant les réseaux.

## Braquez les projecteurs

Les employés veulent être reconnus pour leurs contributions, alors remerciez-les par e-mail ou à l'occasion des réunions d'équipe. Complimentez ceux qui excellent dans l'art de créer et de partager du contenu. Hootsuite est allé encore plus loin, en organisant le contenu de la marque employeur de leurs employés sur une [page Tumblr](#) publique.





## Encouragez

Les encouragements peuvent représenter un sujet délicat, mais s'ils sont faits judicieusement, ils motiveront vos employés à continuer de partager du contenu professionnel et des expériences de marque employeur.

Voici quelques exemples de récompenses matérielles et immatérielles à considérer :

### Récompenses

Soyez compétitif et utilisez un classement mensuel pour récompenser les meilleurs employés. Octroyez des récompenses telles que le Meilleur ambassadeur de la marque employeur, la Publication la plus intéressante, ou encore l'Étoile montante.

### Exclusivités

Lorsque les champions de Dell atteignent certains objectifs, ils sont reconnus par leurs pairs et le leadership exécutif. Ils ont également la possibilité de participer à des missions spéciales pour d'amusants objets promotionnels Dell.

### Cadeaux

Célébrez et remerciez les ambassadeurs pour leurs contributions par le biais de cadeaux physiques (cartes cadeaux et objets promotionnels) ou de belles surprises (cupcakes et happy hours).



# Mesurer

Félicitations ! Vos employés partagent activement du contenu à travers les médias sociaux !  
Assurez-vous que votre marque employeur et que vos employés obtiennent de bons résultats  
avec ces astuces et conseils de mesure.



## Utilisez des hashtags

Les hashtags définissent et commercialisent votre marque employeur à travers les médias sociaux, et bien plus encore. Vous pouvez également suivre le nombre de publications, de tweets et de photos marqués d'un hashtag. Jetez un coup d'œil à ces principaux hashtags de marque employeur :

[#lifeatHP](#)   [#dreamjob](#)   [#AdobeLife](#)  
[#nprlife](#)   [#insidezappos](#)   [#LinkedInLife](#)   [#hootsuitelife](#)  
[#iwork4dell](#)   [#targetvolunteers](#)   [#gotripadvisor](#)  
[#tobeapartner](#)   [#joblove](#)



## Statistiques clés à suivre

Mesurez le succès au niveau de l'entreprise et de l'employé en suivant ces KPI.

### Participants

Lorsque Dell et Adobe ont commencé leurs programmes d'ambassadeurs de marque employeur, ils ont mis l'accent sur l'adoption. Mesurez le nombre de nouveaux participants et de participants au total sur une base hebdomadaire ou mensuelle.

### Publications

Faites-vous une idée du volume en mesurant le hashtag de votre marque employeur. Utilisez les plateformes de médias sociaux natives ou des outils de médias sociaux courants tels que Tweetreach, Iconosquare et Tagboard.

### Portée

Estimez le nombre de personnes ayant visionné les publications et les tweets de vos employés. Utilisez des outils de médias sociaux gratuits ou calculez manuellement le nombre d'abonnés de chaque employé.



*Les contenus intéressants de l'application [Elevate de LinkedIn](#) vous permettent de voir facilement comment les employés sont engagés, génèrent de l'engagement et au final des résultats commerciaux (comme le nombre de nouveaux abonnés de la page d'entreprise, le nombre de vue de leurs offres d'emploi et d'embauches). Les employés peuvent également voir leur impact en évaluant leurs statistiques personnelles.*

# Vers la marque employeur et au-delà

Vous êtes désormais prêt à renforcer votre marque employeur et vos employés partagent du contenu intelligent et professionnel à travers les médias sociaux. N'oubliez pas que les conseils de ce guide sont des suggestions pour vous aider à démarrer. À l'instar du lancement d'autres programmes, le temps et de nombreuses expériences seront nécessaires pour voir ce qui fonctionne le mieux pour votre organisation.

Nous sommes impatients de voir ce que vous faites.

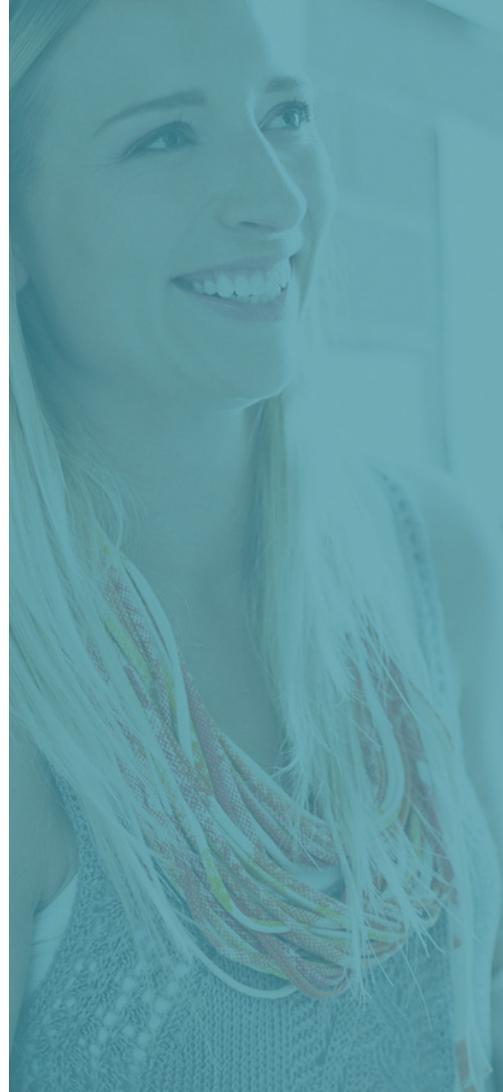
Poursuivez la discussion avec nous



[talent.linkedin.com/blog](https://talent.linkedin.com/blog)



En savoir plus sur [\*LinkedIn\*](#)  
[\*Elevate\*](#)



# Auteurs

Éditeur :

[Stephanie \(Howell\) Bevegni](#), Responsable Contenus marketing chez LinkedIn

Contributeurs :

[Cory Edwards](#), Responsable du Centre d'excellence des médias sociaux d'Adobe

[Jennifer Jones Newbill](#), DG responsable Gestion des talents chez Dell

[Lars Schmidt](#), Fondateur de AmplifyTalent

[Ryan Batty](#), Directeur Marketing, chez Global Content & Channels LinkedIn

# À propos de LinkedIn

Fondé en 2003, LinkedIn met en relation les professionnels du monde entier pour les rendre plus productifs et contribuer à leur réussite. Avec plus de 300 millions de membres à travers le monde, y compris les dirigeants de toutes les entreprises du Fortune 500, LinkedIn est le plus grand réseau professionnel mondial. LinkedIn Talent Solutions offre une gamme complète de solutions pour aider les entreprises de toutes tailles qui embauchent à recruter des talents extraordinaires, à bâtir leurs marques et à prospérer.

[Recommanderiez-vous cet ebook à un ami ou un collègue ? Faites-le nous savoir.](#)