RÉGION NORMANDIE

ADNORMANDIE
Agence de Développement

Reconnue d'utilité normande

www.adnormandie.fr

MASTER CLASS RH « Marque Employeur »

Session 7 - 16/10/2026

Mobiliser les collaborateurs comme ambassadeurs

RÉGION NORMANDIE

ADNORMANDIE
Agence de Développement

Reconnue d'utilité normande

Actualités

- **Boîte à pépites : Nous avons besoin de vous pour recruter la future promo !**

→ Nouveauté pour 2027 : 2 Masterclass Caen & Rouen

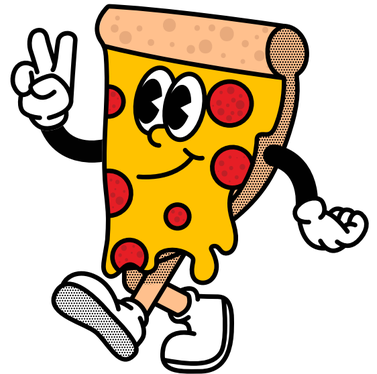
- **Nouveauté Neswletter** 2 fois par an

- **03/11 : matinée de co-développement inter promos** « Renforcer l'engagement managérial comme levier de performance collective » 9h-12h chez Hautôt & Fils

- **06/11 : webinaire « violences sexistes et sexuelles au travail 1ers reflexes »** 11h-12h30



- **20/11 : Séance photo** : soyez tous présents ! (haut clair et photos à 2/3 possibles + objet métier)
- **Pizza party** le midi offertes par l'ADN !



- **24/11 : Faciliter le logement pour faciliter l'emploi** - Action Logement - 11h-12h

- **08/12 : Faire de l'emploi des séniors un levier RH** - Apec - 11h-12h









⏳ 9h-9h30



ET RACONTEZ-NOUS POURQUOI ??

ATELIER COLLECTIF

Construire un programme ambassadeur

- 3 groupes



Consigne

⏳ 9h30-10h

A partir d'une entreprise fictive ou sur la base d'une entreprise du groupe (30min)

- **Définir les objectifs :** Chaque groupe choisit un enjeu prioritaire (ex. : attractivité, fidélisation, notoriété).
- **Clarifier les rôles :** Identifier les parties prenantes (RH, managers, ambassadeurs).
- **Définir les outils et créer des idées de contenu :** Brainstorm sur des formats adaptés (témoignages, vidéos, articles).
- **Former et engager:** quelle(s) formation(s), quelles actions d'engagement
- **Lancer et animer :** Ébaucher une timeline en intégrant les étapes clés.
- **Evaluer et reconnaitre :** indicateurs de succès, reconnaissance des ambassadeurs



votre outil à compléter

Construire mon programme collaborateur ambassadeur

avec Marque d'intérêt

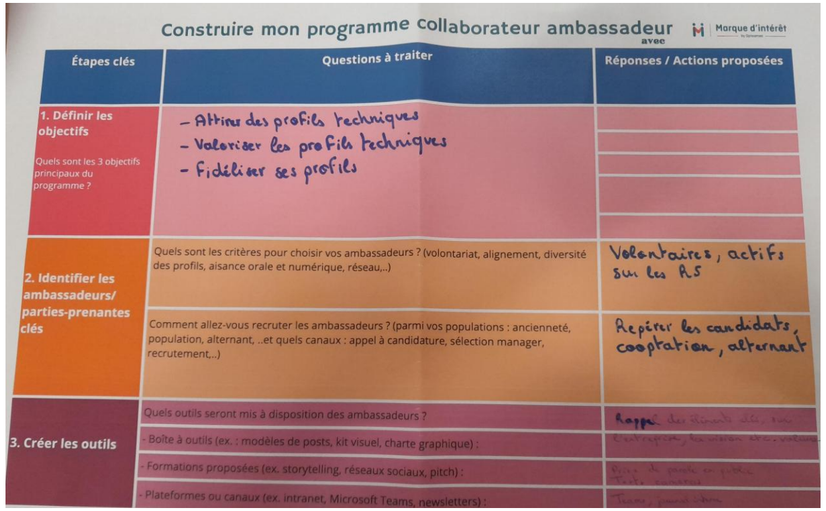
Étapes clés	Questions à traiter	Réponses / Actions proposées
1. Définir les objectifs Quels sont les 3 objectifs principaux du programme ?	Fidéliser les salariés (dépanneurs, frigoristes) Techniques. - Mettre vos limites - difficulté de recrutement - Ambassadeurs +++	Initiatives : - service RH - serv. comm - direction - chef service dom'
2. Identifier les ambassadeurs/ parties-prenantes clés	Quels sont les critères pour choisir vos ambassadeurs ? (volontariat, alignement, diversité des profils, aisance orale et numérique, réseau...) → Valorisant pour le salarié Repérage via indicateurs implication, ancienneté, présence Managériale tx absentéisme, ancienneté, présence ext Comment allez-vous recruter les ambassadeurs ? (parmi vos populations : ancienneté, population, alternant, ..et quels canaux : appel à candidature, sélection manager, recrutement,..)	LD Sélection (pré)
3. Créer les outils	Quels outils seront mis à disposition des ambassadeurs ? - Boîte à outils (ex. : modèles de posts, kit visuel, charte graphique) : - Formations proposées (ex. storytelling, réseaux sociaux, pitch) : - Plateformes ou canaux (ex. intranet, Microsoft Teams, newsletters) :	Réunion / Regroupements entre ambassadeurs + initiateurs + pleniers Création de supports petits à l'emploi (posts / vidéo) Charte ambassadeurs (cadre) Vidéo " Vis ma vie " Étendre l'ambassadorat à tous les Post de l'ambassadeur dans le journal interne

Construire mon programme collaborateur ambassadeur

avec Marque d'intérêt

Étapes clés	Questions à traiter	Réponses / Actions proposées
4. Former et engager	Quels thèmes de formation proposer ? (Communication orale, rédaction de contenu, utilisation des réseaux/médias, engagement éthique, outils numériques,...) 1) Format Rappel avantages présents dans 1€	
	Quelles actions d'engagement ? (Challenges, ateliers pratiques, team building entre ambassadeurs,...)	
5. Lancer et animer	Comment allez-vous lancer et animer le programme ? (ex. réunion, vidéo de lancement, live, newsletters, reconnaissance, campagnes,...)	
6. Évaluer et reconnaître	Quels indicateurs pour mesurer le succès ?(ex. taux de participation, engagement sur réseaux, satisfaction, ...) pour le programme Taux tenu avis / Moyenne ancienneté Taux absentéisme	
	Comment allez-vous reconnaître les ambassadeurs ? (récompenses, témoignages publics, primes, cadeaux,..) Récompense meilleur ambassadeur (apport) Repas annuel ambassadeurs + valorisat°/mise en avant lors réunions collectives	

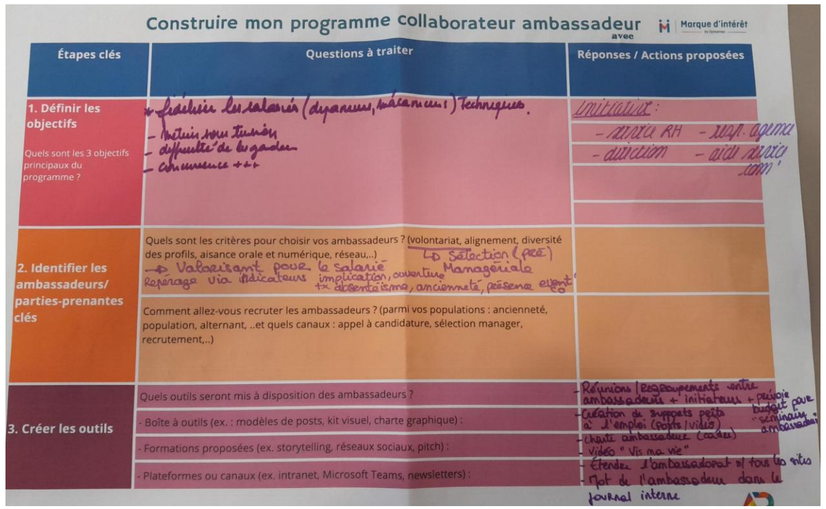




Construire mon programme collaborateur ambassadeur

avec Marque d'intérêt

Étapes clés	Questions à traiter	Réponses / Actions proposées
1. Définir les objectifs Quels sont les 3 objectifs principaux du programme ?	– Attirer des profils techniques – Valoriser les profils techniques – Fidéliser ses profils	
2. Identifier les ambassadeurs/ parties-prenantes clés	Quels sont les critères pour choisir vos ambassadeurs ? (volontariat, alignement, diversité des profils, aisance orale et numérique, réseau,..)	Volontaires, actifs sur les RS
	Comment allez-vous recruter les ambassadeurs ? (parmi vos populations : ancienneté, population, alternant, ..et quels canaux : appel à candidature, sélection manager, recrutement,..)	Repérer les candidats, cooptation, alternant
3. Créer les outils	Quels outils seront mis à disposition des ambassadeurs ?	Rappel des [illegible]
	- Boîte à outils (ex. : modèles de posts, kit visuel, charte graphique) :	[illegible]
	- Formations proposées (ex. storytelling, réseaux sociaux, pitch) :	[illegible]
	- Plateformes ou canaux (ex. intranet, Microsoft Teams, newsletters) :	[illegible]



Construire mon programme collaborateur ambassadeur

avec Marque d'intérêt

Étapes clés	Questions à traiter	Réponses / Actions proposées
1. Définir les objectifs Quels sont les 3 objectifs principaux du programme ?	- fidéliser les salariés (dynamiques, bienveillants) techniques. - Turnover trop important - difficulté de les garder - concurrence +++	Initiateurs : - Direction RH - Resp. agence - Directeur - Resp. service dédié
2. Identifier les ambassadeurs/ parties-prenantes clés	Quels sont les critères pour choisir vos ambassadeurs ? (volontariat, alignement, diversité des profils, aisance orale et numérique, réseau,..) → Valorisant pour le salarié Repérage via indicateurs implication, ouverture to, ancienneté, présence event	Co Sélection (RRH) Managériale
	Comment allez-vous recruter les ambassadeurs ? (parmi vos populations : ancienneté, population, alternant, ..et quels canaux : appel à candidature, sélection manager, recrutement,..)	
3. Créer les outils	Quels outils seront mis à disposition des ambassadeurs ?	- Réunions / regroupements entre ambassadeurs + initiateurs + présence
	- Boîte à outils (ex. : modèles de posts, kit visuel, charte graphique) :	- Création de supports petits à l'emploi (coûts limités) budget pour séminaire ambassadeurs
	- Formations proposées (ex. storytelling, réseaux sociaux, pitch) :	- Charte ambassadeur (cadre) - Vidéo "Vis ma vie"
	- Plateformes ou canaux (ex. intranet, Microsoft Teams, newsletters) :	- Étendre l'ambassadorat à tous les sites - Mot de l'ambassadeur dans le journal interne



Il est temps de prendre une pause !

⏳ 10h-10h15



Marque d'intérêt ©

RESTITUTIONS

Nouvelle règle : Interdit de répéter ce qui a déjà été dit !

⏳ 10h15-11h



PITCH TA BOITE



Vous êtes les premiers ambassadeurs de votre entreprise !

15 min de préparation
2 min de pitch

Vous devez répondre à la question :
Pourquoi venir chez nous ?

Pour vous aider, vous pouvez imaginer pitcher à la cible de votre choix : candidat, cadre, apprenti, stagiaire, personne en situation de handicap,..

⏳ 11h-12h

EN RÉSUMÉ : LES 12 ÉTAPES ESSENTIELLES

1. **Établir sa stratégie/ ses objectifs** (pourquoi, comment, à quelles fins).
2. **Définir sa stratégie réseaux sociaux**, de stratégie de contenu et ses KPIs.
3. **Définir le comité de pilotage** et ceux qui porteront le projet (DRH, DirCom, DirMark, DG, DFI…).
4. **Lancer une campagne de com' interne** pour recruter les ambassadeurs.
5. **Embarquer la ligne managériale** pour qu'elle porte le projet.
6. **Créer une plateforme de contenu** ou utiliser un site interne existant ; rédiger du contenu éditorial et le mettre à disposition des ambassadeurs ; créer un groupe dédié EA (Yammer, Teams, SharePoint…).
7. **Mettre en place des formations** (ex. l'écriture web, le pitch, une sensibilisation à la communication de crise, écrire sur les réseaux sociaux…)
8. **Faire un kick-off** avec les volontaires pour lancer officiellement la démarche et créer le réseau des Ambassadeurs.
9. **Mettre à disposition des collaborateurs la charte/guide de la démarche** « Employés ambassadeurs », les grands messages clés de l'entreprise, sa charte graphique…
10. **Suivre ses indicateurs** (KPIs) et les communications réalisées par les collaborateurs sur les RS (par exemple avec Socciable, We Advocacy, So buzz)
11. **Partager et valoriser en interne les résultats** obtenus par les ambassadeurs (REX).
12. **Poursuivre la campagne de communication interne pour embarquer d'autres collaborateurs et faire des premiers ambassadeurs les formateurs des suivants.**





c’est déjà fini pour ce matin..

mais avant de partir 👇

Marque d'intérêt ©

- Qu’allez-vous raconter de votre journée ce soir en rentrant à la maison ?

Marque d'intérêt ©