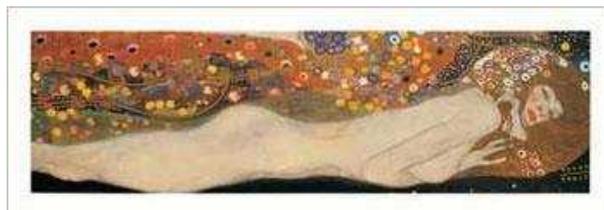


## LE MARKETING SOCIAL



### OBJECTIFS :

- ⊗ Appréhender le concept et l'approche du marketing social.
- ⊗ Savoir créer une identité « employeur interne ».
- ⊗ Utiliser la démarche comme levier d'intégration et de fidélisation du salarié dans l'entreprise.
- ⊗ Identifier les outils favorisant la mise en œuvre d'un positionnement « citoyen » de l'employeur en interne.

### PUBLICS CONCERNES :

- ⊗ Personnels de la fonction Ressources Humaines.
- ⊗ Managers opérationnels.

### PROGRAMME DE LA FORMATION :

- ⊗ Le Marketing social : acte de « SAV » recrutement et de GPEC.
- ⊗ Qu'est ce qu'un plan de marketing social « employeur » ?
- ⊗ Pourquoi l'employeur doit savoir se vendre auprès de ses salariés ?
- ⊗ La « marque employeur interne » : branding social.
- ⊗ L'importance des « chartes d'identité » internes.
- ⊗ Les actions opérationnelles de marketing social : jeux-concours, les incentives, les cooptations, le 1% patronal, les usages.
- ⊗ Concepts et stratégies sociales « en vogue ».
- ⊗ L'intégration de la « diversité » dans l'entreprise.

### METHODOLOGIE :

- ⊗ Apports théoriques, travaux individuels et collectifs, partage des vécus, exercices pratiques, mise en situation, jeux de rôle.

### DUREE ET TARIF :

- ⊗ 1 Jour – Devis sur demande.

### LIEU :

- ⊗ Selon votre demande : « in situ » dans votre entreprise dans des locaux préservant la confidentialité ou dans nos bureaux à Nice.