

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.