

THE ADECCO GROUP

Transformer les collaborateurs en e-ambassadeurs



THE ADECCO GROUP

*Prêt à décoller sur
les réseaux sociaux ?*



Programme e-ambassadeurs The Adecco Group

PROBLÉMATIQUE DE LA MARQUE

► Le contexte

The Adecco Group, leader mondial des solutions en ressources humaines, est présent sur les 5 continents et sur plus de 60 pays et territoires. Il s'engage pour développer l'emploi sous toutes ses formes : intérim, formation, alternance, freelance, portage, CDI, CDD, ou encore conseil et management de transition, et accompagne les entreprises et les candidats au travers de ses 17 marques en prenant le meilleur des changements de notre monde actuel.

The Adecco Group, c'est l'ambition de porter son expérience d'une seule voix, partout dans le monde, auprès des décideurs pour impulser et accompagner les changements nécessaires aux besoins du plus grand nombre. Parce que demain, au-delà des investissements technologiques, c'est bien le capital humain qui sera le premier avantage concurrentiel des entreprises. Son rôle d'intermédiaire et de transformation des talents n'en sera que plus stratégique pour assurer la qualité de la rencontre entre entreprises et candidats.

Avec des équipes éclatées géographiquement, près de 6 000 collaborateurs sur 1000 sites, 17 marques qui proposent chacune la solution dédiée aux enjeux de ses clients, et près de 50 pages sur les réseaux sociaux, les problématiques suivantes ont émergé : comment faciliter l'accès à la multitude d'informations sur nos marques en faisant de nos collaborateurs des ambassadeurs sur les réseaux sociaux ? Comment engager les collaborateurs sur les réseaux sociaux et ainsi démultiplier la portée des messages du Groupe et de chacune de ses marques ? Comment engager la transformation digitale du Groupe sans oublier nos collaborateurs, et positionner les marques comme leader de l'innovation numérique à travers eux ?

► La cible

Grâce à ses collaborateurs, The Adecco Group et l'ensemble de ses BUs souhaitent toucher à la fois son audience BtoB (clients, prospects), BtoC (candidats), mais également les institutionnels et leaders d'opinion.

► Les objectifs

- Amplifier la part de voix de The Adecco Group et de chacune de ses marques sur les réseaux sociaux ;
- Engager la conversation avec ses publics sur les réseaux sociaux ;
- Accompagner les équipes dans l'utilisation des réseaux sociaux comme outil de business ;
- Développer le personal branding des collaborateurs ;
- Participer au développement de la marque employeur et démontrer au travers des prises de paroles la modernité du groupe ;
- Proposer du contenu pertinent à diffuser.

SOLUTION STRATÉGIQUE

► L'employee advocacy, la solution pour booster l'engagement des collaborateurs

L'employee advocacy est au croisement de différents enjeux marketing/communication/RH : un meilleur accès à l'information de la part des collaborateurs, un engagement démultiplié sur les réseaux sociaux ou encore la gestion de leads via des actions digitales.

En s'appuyant sur la plateforme Sociabble, The Adecco Group a lancé son programme d'employee advocacy, qui s'inscrit dans le cadre de sa transformation digitale. Le Groupe a fait le choix de se reposer sur ses collaborateurs pour atteindre ces objectifs ambitieux, en leur mettant à disposition une plateforme qui centralise l'ensemble des contenus des réseaux sociaux du



900 collaborateurs engagés sur les réseaux sociaux



+ de 13 millions de reach mensuel



30 000 € d'équivalent paid média/mois

- **Objectif :** Image, Acquisition
- **Cibles :** Hommes, Femmes, Collaborateurs

- **Moyens :** Réseaux sociaux, UGC
- **Budget :** < à 50 000 €

Groupe et des marques, ainsi que des contenus de veille et de curation sur des thématiques sectorielles et métiers. En participant à ce programme, chaque collaborateur du Groupe peut accéder instantanément à toute l'actualité de l'entreprise et animer très facilement ses propres réseaux... et donner ainsi une résonance encore plus importante aux posts mis à disposition dans la plateforme. Il développe ainsi sa propre e-réputation au profit également de l'entreprise.

Avant de lancer ce projet, The Adecco Group est parti d'un constat simple : ses collaborateurs n'ont pas attendu qu'un outil soit mis à leur disposition pour parler du Groupe et de ses actualités sur les réseaux sociaux. Afin de mieux contrôler les messages diffusés et suivre au plus près la portée de leurs actions, il était nécessaire d'adopter une solution technologique simple, qui réponde à ces besoins, et qui soit un levier de l'acculturation digitale interne de l'entreprise.

► L'idée créative : tous super-héros !

Nous avons tous le pouvoir de transmettre une information à une personne. Seul, mais surtout ensemble. Et c'est ensemble que nous devenons encore plus forts et plus puissants. C'est en partant de ce leitmotiv que la créa sélectionnée pour lancer le programme s'est portée sur la symbolique des enfants super-héros. Le programme a été lancé avec une identité graphique, un ton et une signature "prêt à dépasser votre boss" qui joue sur l'esprit de compétition et l'émulation entre les collaborateurs.

L'idée créative des enfants super-héros vise à encourager les ambassadeurs à participer, en leur montrant que ce programme peut leur donner des ailes pour émerger sur les réseaux sociaux, en développant leur e-réputation et en amplifiant la part de voix de The Adecco Group.

MISE EN PLACE OPÉRATIONNELLE

► Un lancement soutenu au plus haut niveau de l'entreprise

The Adecco Group a choisi un moment fort de la vie de l'entreprise pour lancer son programme d'employee advocacy : le lancement de la nouvelle plateforme de marque Adecco. Mais l'entreprise n'est pas partie de zéro ! Un certain nombre de collaborateurs partageaient déjà activement le contenu de l'entreprise sur les réseaux sociaux. Ce sont d'abord ces salariés qui ont démarré sur la plateforme Sociabble, avec les équipes marketing et communication. Ces deux groupes allaient devenir les "super ambassadeurs" du programme. L'étape suivante consistait à intégrer le management, objectif qui a été atteint lorsque Sociabble a été présenté à la convention managériale de l'entreprise. Enfin Christophe Catoir, Président de The Adecco Group en France, a présenté le programme pendant sa web-conférence trimestrielle avec l'ensemble des collaborateurs.



► Mur Sociabble The Adecco Group.

“ Nos collaborateurs peuvent maintenant suivre tout ce qui se passe au sein du groupe et rester en veille sur les tendances et innovations de notre secteur très facilement. ”



» Challenge CEO For One Month.



» Lancement du programme Sociabble.



» 3 collaboratrices "meilleur e-ambassadeurs 2016"

» Des contenus corporate et de curation

La solution se compose de 15 chaînes qui agrègent du contenu issu des réseaux sociaux du Groupe : une chaîne pour chacune des marques, ainsi que d'autres organisées autour de thématiques spécifiques liées à son secteur d'activité et aux tendances digitales. Les utilisateurs peuvent souscrire aux chaînes de leur choix et partager des posts sur leurs propres réseaux sociaux en un simple clic. Les ambassadeurs sont également acteurs des contenus mis à disposition puisque chacun peut soumettre des articles de veille qui lui semblent pertinents. Cela enrichit la base de contenus disponible et permet aux collaborateurs les plus digitaux de devenir véritablement des acteurs du programme.

Aussi accessible sur smartphone, la plateforme met ainsi à disposition des collaborateurs en moyenne près de 70 contenus par jour à partager sur les réseaux sociaux. L'usage se concentre principalement autour de LinkedIn et Twitter, qui touchent davantage une audience professionnelle. La mise en place d'un principe de gamification* (chaque action réalisée permet de remporter un nombre de points) ajoute une part de fun et de compétition amicale entre les collaborateurs et les différentes Directions de l'entreprise.

» Une animation régulière et indispensable

Afin d'activer cette communauté, plusieurs rendez-vous récurrents ont été instaurés :

- La diffusion d'une newsletter hebdomadaire à l'ensemble de la communauté, qui synthétise les posts majeurs de la semaine qu'il ne fallait pas manquer ;
- L'animation de webinars mensuels auprès des nouveaux membres de la communauté, pour présenter le programme et faciliter l'adoption de la plateforme Sociabble ;
- L'organisation de challenges réguliers à l'occasion de temps forts nécessitant une forte amplification sociale. Ils se matérialisent par la création d'une compétition entre tous les ambassadeurs sur une sélection de posts : chacun est incité à liker/partager les posts pour générer le plus de clics possible et toucher l'audience la plus large possible. A l'issue de ce challenge, les premiers, mais également ceux ayant généré le plus grand nombre d'actions sur leurs posts, sont récompensés via des cadeaux matériels "geek" ou immatériels type petit-déjeuner ou invitation à des événements. Ils sont également reconnus au sein de la communauté comme des "top ambassadeurs".

En complément, le rôle des animateurs de ce programme consiste à conseiller les membres de cette communauté sur les bonnes pratiques pour optimiser leur présence sur les réseaux sociaux et à modérer les contenus proposés par les utilisateurs. Cette mission de conseil et d'accompagnement est clé dans la réussite d'un tel projet.

» Quels avantages pour le collaborateur ?

Diffuser des messages de son entreprise sur ses propres réseaux sociaux est une action volontaire de la part des collaborateurs. Chacun est donc libre de participer, ou non, au programme. Il est donc primordial pour engager le plus grand nombre de

collaborateurs possible dans ce type de programme de leur montrer le plus explicitement possible les avantages qu'ils peuvent en tirer :

- Rester informé de l'actualité du groupe en temps réel ;
- Disposer de contenu approuvé à diffuser sur ses réseaux sociaux ;
- Gagner en visibilité sur ses propres réseaux (+ de followers et de contacts) ;
- Challenger son boss et ses collègues dans le classement ;
- Remporter des cadeaux.

Le partage de contenu pertinent sur les réseaux sociaux a un impact positif sur le personalbranding et permet aux individus d'engager des prospects, des clients et des candidats.

RÉSULTATS

Le lancement du programme d'employee advocacy de The Adecco Group a remporté un franc succès : 1 an après, près de 20 % des collaborateurs du Groupe font partie de cette communauté. Ils déclarent y trouver deux intérêts principaux : découvrir et partager le contenu de l'entreprise et développer leur visibilité sur les réseaux sociaux. Ils sont également 92 % à recommander à leurs collègues de participer à ce programme.

Au-delà de l'engouement interne, les résultats sont également au rendez-vous :

- Le reach mensuel affiche une moyenne de 13 millions (vs une communauté de fans de 300 000) ;
- L'équivalent paid media dépasse 30 000 € tous les mois ;
- Les actions réalisées par les collaborateurs via ce programme génèrent des inscriptions ou des candidatures sur nos sites web ;
- D'une manière générale, l'engagement sur les posts des réseaux sociaux de l'entreprise a très largement augmenté, contribuant ainsi à l'augmentation de la part de voix du Groupe sur les canaux digitaux.

En parallèle, les collaborateurs se sentent plus armés pour prendre la parole sur les réseaux sociaux. Cette démarche volontariste de partage de contenus entreprise sur ses propres réseaux sociaux permet également de créer une forte émulation en interne. Qui sera en tête dans le classement à la fin du mois ? Vais-je dépasser mon boss dans le classement ? Le programme d'employee advocacy contribue à l'animation interne de la vie de l'entreprise, en y apportant une dimension fun, digitale... et ROIste, élément indispensable pour permettre au management de suivre au plus près les résultats de ce programme clé de la transformation digitale de l'entreprise.

* Retrouvez la définition dans le lexique en fin d'ouvrage.



► Maxime, gagnant d'un challenge Sociabble.

“ Avec ce programme, à tout moment, nous pouvons accroître notre visibilité sur les réseaux sociaux au travers de nos collaborateurs et multiplier notre reach par 4. ”

♦ **THE ADECCO GROUP**
www.adeccogroup.fr

Nicolas Sutter
Responsable contenus
nicolas.sutter@adecogroup.com

♦ **SOCIABBLE**
www.sociabble.com

Renaud Mercadet
Directeur France