



LIVRE BLANC

Le pouvoir des Employés Ambassadeurs

18 stats qui montrent en quoi les employés sont la nouvelle tendance majeure sur les médias sociaux

HootsuiteTM

Le pouvoir des Employés Ambassadeurs

18 stats qui montrent en quoi les employés sont la nouvelle tendance majeure sur les médias sociaux



Les employés ont souvent plus de pouvoir et meilleure visibilité que les marques sur les réseaux sociaux. Dans ce livre blanc, vous découvrirez des statistiques convaincantes qui prouvent l'influence et le reach social collaboratif des employés ambassadeurs.

3 éléments importants

1. Les employés ambassadeurs permettent à votre entreprise d'atteindre de nouvelles audiences en ligne.
2. Les employés partagent volontiers le contenu de leur organisation. Si vous ne soutenez et n'encouragez pas ces ambassadeurs actifs sur les médias sociaux, vous manquez une grosse opportunité.
3. Avoir des employés ambassadeurs permet de retenir et d'engager vos employés, particulièrement ceux issus de la génération Y, qui s'attendent à une connexion digitale avec leurs responsables, leur communauté et leurs pairs.

Qu'est-ce qu'un employé ambassadeur?

Dans le cadre d'un programme d'employés ambassadeurs, votre personnel est invité à participer aux efforts de votre organisation en matière de communication.

Que vous ayez besoin de l'aide de vos effectifs pour amplifier le lancement d'un produit sur leurs profils LinkedIn personnels, ou que vous cherchiez à mieux impliquer votre personnel dans vos initiatives en matière de responsabilité d'entreprise, les programmes d'employés ambassadeurs augmenteront la visibilité digitale de votre entreprise et boosteront la participation de vos employés.

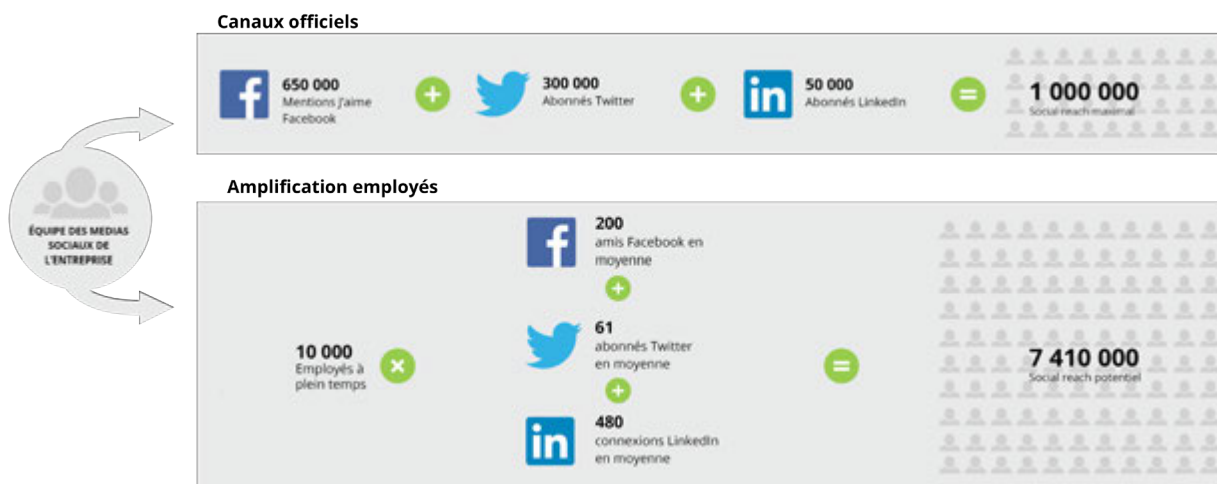
Les employés ambassadeurs permettent aux marques d'augmenter leur visibilité digitale.

Les réseaux sociaux, tels que Facebook, privilégient les messages envoyés par des profils personnels plutôt que des envois publicitaires. Une étude menée par Social@Oglivy a révélé que les pages comportant plus de 500 000 mentions J'aime voyaient leur taux de reach organique atteindre un niveau record de seulement 2 %.¹

Mais les employés offrent une visibilité digitale significative, particulièrement dans les grandes organisations avec des effectifs dans le monde entier.

- **Huit fois plus d'engagement.** Un programme d'employés ambassadeurs chez Whole Foods a révélé que les contenus partagés par le personnel obtenaient huit fois plus d'engagement que lorsqu'ils étaient partagés via les canaux de la marque elle-même.²
- **Vos employés inspirent plus confiance que votre PDG.** 72 % du grand public fait confiance aux contenus digitaux partagés par les amis et la famille, selon une étude mondiale menée par Edelman. Les employés gagnent plus facilement la confiance des utilisateurs que les chefs d'entreprise, les personnalités du web, les représentants élus et les célébrités.³

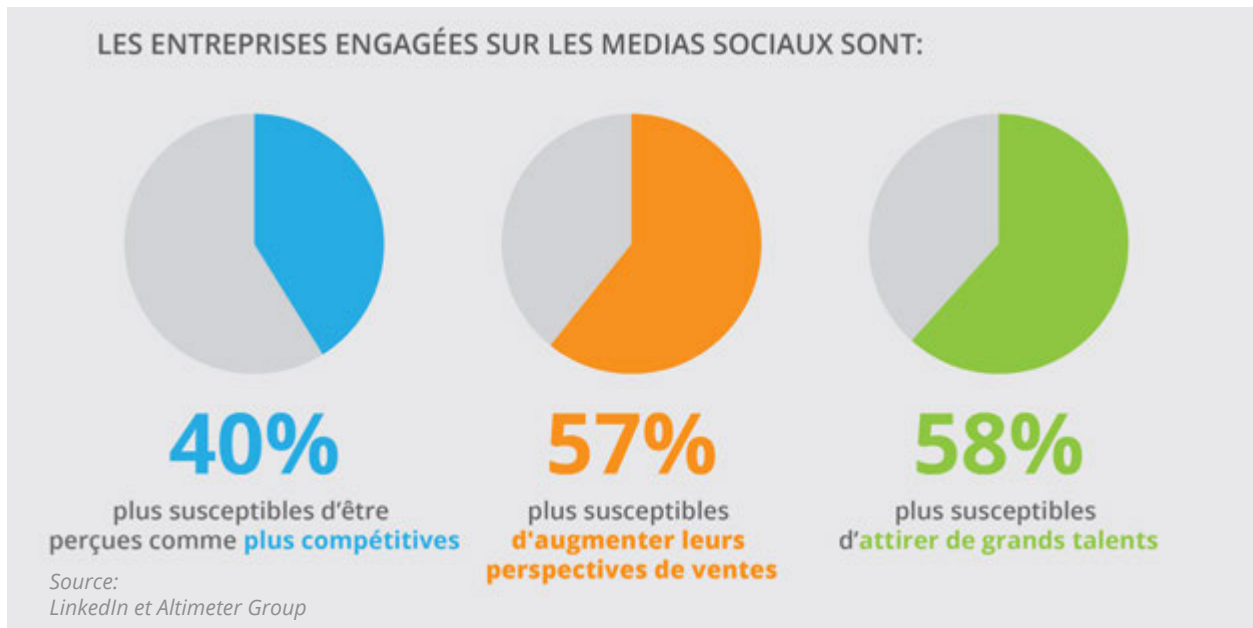
l'organisation verrait sa visibilité augmenter de 741 % par rapport à la seule utilisation de ses canaux officiels.



Les organisations qui investissent sur les employés ambassadeurs augmentent leurs perspectives, la fidélisation et attirent des talents.

LinkedIn et Altimeter Group ont analysé les 100 entreprises les plus actives sur LinkedIn. Leur étude mondiale a observé les entreprises de plus de 1 000 employés et a découvert que l'engagement digital du personnel menait à des résultats commerciaux réels.

- 40 % des organisations engagées sur les médias sociaux ont plus de chances d'être perçues comme compétitives.⁴
- 57 % ont plus de chances d'obtenir davantage de leads.⁵
- 58 % ont plus de chances d'attirer des talents de haut niveau.⁶



Les organisations qui n'investissent pas dans les employés ambassadeurs manquent des opportunités de connecter leur personnel à la mission de leur entreprise.

Selon l'étude The State of the Global Workplace menée par Gallup dans 142 pays, seuls 13 % des employés à travers le monde sont engagés sur les médias sociaux au travail.⁷

Weber Shandwick, une firme mondiale de relations publiques en partenariat avec KRC Research, a mené une étude sur 2 300 employés. Les participants étaient des salariés de 18 à 65 ans, travaillant à plein temps dans des groupes internationaux de plus de 500 employés.

« Selon notre analyse, environ un employé sur cinq (21 %) pense sincèrement faire plus d'efforts qu'on ne lui en demande dans son travail, **mais n'a pas le sentiment d'être valorisé par son employeur.**

Ce fossé perçu entre donner et recevoir au travail peut mener à un certain ressentiment qui nuit à l'engagement. »⁸

Weber Shandwick et KRC Research

Leur étude a démontré qu'une collaboration accrue donne aux employés la capacité de se connecter et de collaborer entre eux, de même qu'avec leurs dirigeants. Cela permet « un meilleur ajustement avec les initiatives stratégiques de l'entreprise ».

- Seulement 51 % des employés comprennent et soutiennent clairement l'objectif et la mission de l'organisation dont ils dépendent.⁹
- Moins de 30 % des employés rapportent se sentir dans une relation d'échange, d'écoute et de contact.¹⁰
- Moins de 17 % des employés sont satisfaits de la fréquence de communication des cadres.¹¹

- Seulement 45 % des employés comprennent clairement ce qu'ils peuvent faire ou pas sur les réseaux sociaux concernant les sujets liés à l'entreprise.¹²
- Seulement 43 % des employés croient bénéficier d'une culture organisationnelle de confiance et de responsabilisation qui encourage l'engagement du personnel.¹³
- Seulement 40 % des employés savent décrire précisément aux autres ce que fait leur employeur ou quels sont ses objectifs.¹⁴

Sans stratégie précise, les organisations risquent de passer à côté de leurs plus fervents défenseurs sur les médias sociaux.

- 33 % des salariés publient des messages, des photos ou des vidéos concernant leur employeur sur les médias sociaux sans aucun encouragement de la part de celui-ci.¹⁵
- 56 % des employés ont plaidé pour leur employeur auprès de leur famille et leurs amis, ou sur une tribune plus ouverte telle qu'un site Internet, un blog ou dans un journal.¹⁶
- 39 % ont publié des éloges et des commentaires positifs en ligne concernant leur employeur.¹⁷

Dans l'avenir, les employés constituent un élément clé de l'évolution digitale de votre organisation.

La transformation digitale nécessite bien plus que la simple utilisation des médias sociaux pour écouter les clients et se connecter avec eux. Cela implique également des changements plus importants dans la façon dont l'entreprise interagit avec ses employés et les inclut dans ses initiatives digitales.

Comme le déclare Altimeter Group dans son rapport « The State of Digital Transformation » : « La culture doit, elle aussi, s'adapter pour symboliser la résilience et communiquer la nouvelle vision de l'entreprise aux employés et au marché en général ».¹⁸

Actions recommandées



Fournissez à vos employés un moyen simple de partager votre contenu. Utilisez une solution orientée sur le mobile telle que [Hootsuite Amplify](#) permettant à des milliers d'employés de partager les messages importants de leur entreprise sur leurs réseaux.



Fournissez des conseils clairs sur l'utilisation des médias sociaux au travail. Quelle est votre politique officielle ? Par exemple, si un employé découvre une conversation négative au sujet de votre produit sur LinkedIn, doit-il défendre l'entreprise ou alerter l'équipe en charge des médias sociaux ? Rédigez clairement votre charte et responsabilisez vos employés pour que leur voix représente votre marque.



Récompensez-les et alignez leur mobilisation au développement professionnel. Proposez des formations et des enseignements sur l'utilisation professionnelle des médias sociaux. Cela montre aux employés que vous appréciez leurs contributions et que vous investissez dans leur carrière. Par exemple, [Hootsuite helped the global publisher Wiley](#) de former plus de 200 employés, leur offrant ainsi les compétences et la confiance nécessaires pour interagir avec ses clients sur les médias sociaux.



Les dirigeants doivent montrer l'exemple.

Ils peuvent mener la conversation, offrir des exemples de contenus à diffuser largement (tels qu'un rapport du secteur ou une mention de votre entreprise dans les médias) et récompenser les employés passionnés par des conseils et une possibilité d'évolution.



Réservez votre démo dès maintenant pour voir Hootsuite Amplify en action.

En quoi Hootsuite Amplify peut vous aider

Grâce à Hootsuite Amplify, des milliers d'employés peuvent facilement partager les contenus de votre organisation, rester connectés à votre mission et augmenter la portée digitale de votre marque.

- **Augmentez votre portée digitale**—une solution orientée sur le mobile permet aux employés de voir et de partager facilement les contenus de votre organisation.
- **Connectez les employés à votre mission**—les employés bénéficient d'une solution centrale qui les connecte aux contenus qui résonnent au sein de votre entreprise.
- **Découvrez ce que les employés aiment partager**—vous pouvez consulter les contenus les plus partagés, identifier vos employés les plus engagés et suivre quels types de contenu apportent de la valeur à la fois à l'entreprise et au personnel.

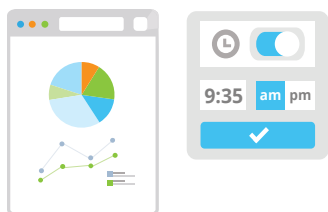
Notes de fin

1. Social@Ogilvy. "Facebook Zero: Considering Life After the Demise of Organic Reach." 2014. <http://social.ogilvy.com/facebook-zero-considering-life-after-the-demise-of-organic-reach/>
2. Social Media Today. "From Employee to Advocate: Mobilize Your Team to Share Your Brand Content." 2014. <http://www.socialmediatoday.com/content/employee-advocate-mobilize-your-team-share-your-brand-content>
3. Edelman. "2015 Edelman Trust Barometer." 2015. <http://www.edelman.com/2015-edelman-trust-barometer-2/trust-and-innovation-edelman-trust-barometer/global-results/>
4. LinkedIn et Altimeter. "What We Can Learn From the Top 25 Most Socially Engaged Companies on LinkedIn." 2014. <http://blog.linkedin.com/2014/07/10/relationships-matter-what-we-can-learn-from-the-top-25-most-socially-engaged-companies/>
5. LinkedIn et Altimeter. "What We Can Learn From the Top 25 Most Socially Engaged Companies on LinkedIn." 2014. <http://blog.linkedin.com/2014/07/10/relationships-matter-what-we-can-learn-from-the-top-25-most-socially-engaged-companies/>
6. LinkedIn et Altimeter. "What We Can Learn From the Top 25 Most Socially Engaged Companies on LinkedIn." 2014. <http://blog.linkedin.com/2014/07/10/relationships-matter-what-we-can-learn-from-the-top-25-most-socially-engaged-companies/>
7. Gallup. "State of Global Workforce." 2013. <http://www.gallup.com/services/178517/state-global-workplace.aspx>
8. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
9. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
10. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
11. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
12. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
13. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
14. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
15. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
16. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
17. Weber Shandwick et KRC Research. "Employees Rising: Seizing the Opportunity in Employee Activism." 2014. <http://www.webershandwick.com/uploads/news/files/employees-rising-seizing-the-opportunity-in-employee-activism.pdf>
18. Altimeter Group. "The 2014 State of Digital Transformation." <http://www.altimetergroup.com/2014/07/the-2014-state-of-digital-transformation>

À propos de Hootsuite Enterprise

Accélérez votre transformation sociale avec Hootsuite

Marketing Digital



Social Selling



Service Client



Employés Ambassadeurs



Social HR



Sécurisée et évolutive, la solution Hootsuite Enterprise permet aux organisations, privées ou publiques :

- de mettre en œuvre et piloter efficacement leur stratégie sur les médias sociaux
- de la déployer à tous les niveaux de l'organisation (équipes, marques, régions ou pays)
- tout en contrôlant la sécurité des comptes, la cohérence des messages et les retours générés.

Indépendante, Hootsuite Enterprise s'intègre avec un écosystème ouvert de réseaux et de technologies tierces—compatibles avec vos outils métiers et vos processus existants.

Développer les relations clients et influenceurs, générer des opportunités commerciales, renforcer votre Marque Employeur, recueillir et analyser les données en temps réel... Hootsuite Enterprise vous permet de tirer pleinement parti des médias sociaux.

Depuis sa création, Hootsuite n'a eu de cesse d'innover pour aider les entreprises à accélérer leur transformation digitale. Elle est aujourd'hui la plateforme de Social Media la plus utilisée dans le monde.

Demandez une démo personnalisée:
enterprise.hootsuite.com

Plus de 800 entreprises du Fortune 1000 et la majorité des sociétés du CAC 40 font aujourd'hui confiance à Hootsuite

