

Allianz France amplifie sa communication grâce à l'employee advocacy :

visibilité, engagement et économies





Allianz, acteur mondial et leader européen de l'assurance, est présent dans plus de **70 pays** avec près de **157 000 salariés dans le monde**. En France, Allianz s'appuie sur la richesse de son expertise et le dynamisme de ses plus de **7 500 collaborateurs** et **10 000 intermédiaires commerciaux**.

Allianz France utilise Sociabble pour transformer son programme d'employee advocacy en un moteur de visibilité et d'engagement. Grâce à ses 500 collaborateurs ambassadeurs, Allianz atteint des millions de vues et génère des milliers de clics sur les réseaux sociaux. Ce programme, qui combine formation, gamification et accès à des contenus diversifiés, permet aux collaborateurs de se former et d'affirmer leur expertise en ligne. Allianz renforce ainsi son image de marque, notamment son engagement en responsabilité sociale. Dans ce document, vous allez découvrir les éléments clés qui font du programme d'employee advocacy d'Allianz France un véritable succès.

“Notre programme d'employee advocacy se base sur le volontariat de nos collaborateurs et collaboratrices, gage de leur engagement et de leur motivation sur le long terme.”

Julie Dremière

Responsable social media, influence et e-réputation chez Allianz France

L'employee advocacy chez Allianz France : un pilier de la stratégie de communication

Dans le cadre de ses activités, Allianz France met un accent particulier sur des thèmes tels que la prévention, la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) et la marque employeur. Pour **amplifier la visibilité de ses engagements et de ses valeurs**, Allianz a décidé de déployer un programme d'[employee advocacy](#) en s'appuyant sur Sociabble.

Lancé en 2021, le programme d'employee advocacy d'Allianz France transforme les collaborateurs qui le souhaitent

en ambassadeurs de la marque sur les réseaux sociaux. Julie Dremière, Responsable social media, influence et e-réputation chez Allianz France, explique : *«Notre programme d'employee advocacy se base sur le volontariat de nos collaborateurs et collaboratrices, gage de leur engagement et de leur motivation sur le long terme.»*

Actuellement, Allianz France compte plus de 800 ambassadeurs, dont 300 dans sa branche expertise et conseil.

Le programme repose sur plusieurs piliers :

Formation et montée en compétences

Le programme d'employee advocacy va bien au-delà de l'amplification de la voix de la marque. Il propose aussi aux collaborateurs des opportunités de formation et de développement de compétences digitales. Des ateliers LinkedIn, ainsi que des conférences sur les tendances technologiques telles que le Metaverse, les NFT et l'intelligence artificielle, sont organisés régulièrement. Julie souligne : *«Nous avons mis en place des conférences sur les tendances technologiques. Des sujets qui parlent à tout le monde, mais que les personnes ne maîtrisent pas forcément en détail.»*

Visibilité accrue et influence

Le programme permet aux ambassadeurs de devenir des figures visibles sur les réseaux sociaux. Julie Dremière explique : *«Nos ambassadeurs se sentent réellement investis d'une mission pour contribuer à la visibilité des actualités d'Allianz France, mais pas seulement. Ils sont aussi conscients que notre programme leur apporte de la matière pour étendre leur réseau, leur expertise et leur leadership, notamment sur LinkedIn.»*

Contenus diversifiés

Pour maintenir l'engagement des ambassadeurs sur le long terme, Allianz propose [une variété de contenus](#) via la plateforme Sociabble. Au-delà des publications de marque, les collaborateurs ont accès à des informations de veille sectorielle et à des articles sur des sujets comme les ressources humaines et le développement durable. Cela permet aux ambassadeurs de publier des contenus pertinents sur les réseaux sociaux, tout en enrichissant leur expertise.

Engagement et sentiment d'appartenance

Le **programme renforce également le sentiment d'appartenance et de fierté parmi les collaborateurs**. Des événements internes tels que des conférences et des shootings photos sont organisés spécifiquement pour les ambassadeurs, ce qui renforce leur engagement et leur motivation. Julie précise : « *Afin de faire connaître le programme et d'acculturer nos collaborateurs, nous organisons des événements internes. Ces rencontres offrent aux ambassadeurs l'occasion de développer leur réseau interne, d'échanger avec d'autres ambassadeurs, et surtout d'acquérir de nouvelles compétences.* »

Gamification et engagement ludique

Allianz France dynamise l'engagement de ses collaborateurs avec des *challenges* adaptés aux campagnes de communication et aux moments clés de l'année. En plus des **défis de partage de contenu pour accroître la visibilité interne et externe**, des **quiz et pronostics sportifs** (comme l'Euro ou le rugby) animent la communauté.

Pendant les périodes creuses, des *challenges* assortis de récompenses permettent de maintenir la motivation. Ce type de gamification ajoute une touche ludique et renforce l'esprit de compétition amicale, rendant l'expérience d'engagement encore plus efficace et attrayante pour les collaborateurs.

Contribution aux initiatives sportives et RSE

Les initiatives sportives et de RSE sont des axes majeurs de la stratégie de communication d'Allianz France. Le programme d'employee advocacy soutient ces initiatives en **valorisant les engagements de l'entreprise à travers des canaux dédiés sur la plateforme Sociabble et en gamifiant la prise de parole des ambassadeurs**. Par exemple, les ambassadeurs les plus actifs reçoivent des arbres à planter dans la forêt Allianz, via la fonctionnalité **Sociabble Trees** ; une initiative parfaitement cohérente avec l'engagement durable de l'entreprise.

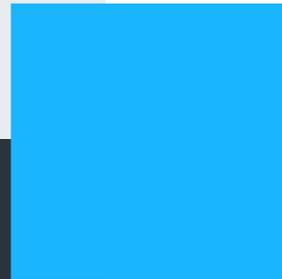


Partenariat avec les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024

En tant que **sponsor des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024**, Allianz France a mobilisé son programme d'employee advocacy pour maximiser l'impact de ce partenariat. Les collaborateurs se sont activement investis dans la communication autour des jeux, en partageant leurs expériences et émotions liées à cet événement.

Les résultats du programme d'employee advocacy

Les **résultats récents** du programme d'employee advocacy chez Allianz France sur les six derniers mois montrent **un impact significatif sur la visibilité et la réputation de la marque.***



“Les mentions d'Allianz France ont augmenté. Le programme d'employee advocacy participe à **promouvoir des informations positives** sur la marque, ce qui **renforce son e-réputation.**”

Julie Dremière

Responsable social media, influence et e-réputation chez Allianz France

+500

Ambassadeurs actifs, avec un taux d'utilisation de 92%

3,8M

de reach total sur les réseaux sociaux

756

contenus partagés par les collaborateurs

7236

clics externes générés par les publications des ambassadeurs

Ces chiffres illustrent l'efficacité du programme pour amplifier la voix d'Allianz France et renforcer son image de marque de manière durable sur les réseaux sociaux.

À noter également : Allianz France a obtenu une économie d'environ 200 000 euros en EPM (Equivalent Paid Media) sur toute l'année 2023, grâce aux actions des collaborateurs ambassadeurs.

L'impact de Sociabble sur le programme d'employee advocacy d'Allianz France

Sociabble apporte une valeur significative au programme d'employee advocacy d'Allianz France grâce à ses **fonctionnalités intuitives et engageantes**.

- La **possibilité d'interagir directement** sur les publications crée une dynamique engageante et encourage les ambassadeurs à consulter les contenus les plus appréciés.
- Le **partage et l'engagement rapide sur les réseaux sociaux** permet de diffuser les messages efficacement, tout en optimisant le temps de publication.
- La fonctionnalité Sociabble Trees, qui **récompense les ambassadeurs les plus actifs par des arbres à planter**, ajoute une dimension durable et motivante au programme.
- **La toute nouvelle fonctionnalité Ask AI** permet aux collaborateurs de générer des posts optimisés en un temps record.

Enfin, un accompagnement personnalisé par un Customer Success Manager (CSM) dédié garantit une **réponse adaptée aux besoins spécifiques d'Allianz France**, maximisant l'efficacité et l'impact du programme.

Conclusion

Grâce à la solution Sociabble, Allianz France a réussi à **transformer ses collaborateurs en véritables ambassadeurs de la marque**, renforçant ainsi sa présence et sa réputation en ligne. Le programme d'employee advocacy a non seulement accru la visibilité des engagements de l'entreprise, mais a également favorisé la montée en compétences et le sentiment d'appartenance des collaborateurs, créant ainsi **une dynamique positive pour l'avenir**.





Vous cherchez à dynamiser votre communication, à valoriser votre marque, ou à renforcer l'engagement de vos collaborateurs ?

Sociabble est bien plus qu'une plateforme : c'est un partenaire stratégique qui transforme la manière dont les entreprises interagissent avec leurs collaborateurs et la façon dont ceux-ci prennent la parole sur les réseaux sociaux. **Contactez-nous !**

Explorez d'autres réussites de nos clients ici

www.sociabble.com/fr/etudes-de-cas