



CAREER
CENTER

LE KIT CAREER CENTER

Ouvrir et développer un Career Center

G02

Mobiliser les jeunes



USAID
من الشعب الأمريكي

الجمهورية العربية السورية
وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني
والإعانة الخارجية والحوار المجتمعي



المملكة العربية
وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني
والإعانة الخارجية والحوار المجتمعي

Sommaire

Introduction	04
1. Mobiliser les jeunes à travers le programme jeunes Ambassadeurs	08
2. Mobiliser les jeunes à travers l'institution hôte	09
3. Mobiliser les jeunes à travers les organisations de la société civile	11
4. Mobiliser les jeunes à travers la communication en ligne	12
5. Mobiliser les jeunes sur le terrain	14
6. Mobiliser les jeunes à travers les médias	18
Annexes	20
A. Mobiliser les jeunes selon le type d'activités	20
B. Activités sur le terrain pour faire connaître le Career Center	24
Outils et ressources complémentaires dans le Kit Career Center pour mobiliser les jeunes	26

Introduction

Le Career Center est un espace conçu et ouvert pour les jeunes. Il n'a de sens que si les jeunes y sont présents, impliqués et qu'ils utilisent ses services, et ce aussi bien dans les espaces physiques, qu'en ligne, à travers le Career Center virtuel (www.careercenter.ma).

De plus, il est indispensable que les jeunes soient acteurs de leur orientation et qu'ils s'approprient la construction de leurs projets professionnels. Les études montrent que la clé de la réussite des services de carrière proposés par un Career Center relève de la volonté personnelle et de la propension des jeunes à être partie prenante de leur processus d'orientation et des décisions qui engagent leur avenir. Le but du Career Center étant d'autonomiser les jeunes en leur fournissant les informations et outils qui leur permettront de construire des projets d'avenir éclairés, il ne peut remplir sa mission qu'à travers des jeunes pleinement engagés et rassemblés autour du Career Center.

En ce sens, la mobilisation des jeunes est non seulement une condition *sine qua non* pour la réussite d'un Career Center mais également sa raison d'être.

Les principes suivants constituent les lignes directrices d'une mobilisation réussie :

1. Un Career Center vivant et dynamique

Le succès d'un Career Center dépend de sa capacité à mobiliser et à impliquer les jeunes dans la vie du centre. Cela ne peut se faire que si le Career Center est un lieu vivant, animé et attrayant pour la jeunesse. En ce sens, une mobilisation réussie requiert l'organisation d'événements et **d'activités innovantes et créatives pour aborder les sujets relatifs à la recherche d'emploi et aux soft skills.**

Le Career Center doit se positionner comme un lieu incontournable de l'institution hôte et proposer aux jeunes un programme d'activités et une offre de services riches et variés, leur permettant de renforcer leur capacité à penser et agir par eux-mêmes, d'exercer leur autonomie et de développer leur compétences en recherche d'emploi et en *soft skills*.

Ainsi, le Career Center mobilise les jeunes à travers des activités et des événements tels que :

- > Des ateliers en *soft skills* et de préparation à l'emploi,
- > Des ateliers débats,
- > Des conférences,
- > Des activités avec les clubs universitaires, associations d'étudiants et bureau des étudiants,
- > Des interventions de *Guest speakers*,
- > Des journées de recrutement et des opérations de *Sourcing*,
- > Des salons de l'emploi,
- > Des *Summer Camp* lors de la période estivale,
- > Des visites d'entreprises.

L'annexe A du présent guide synthétise les différents modes et techniques de mobilisation à mettre à œuvre selon l'événement ou l'activité planifié par le Career Center.

Ressources complémentaires



GUIDE GÉNÉRAL



Affiches

- A02. Un Career Center, c'est...
- A03. Les ateliers du Career Center



Base de données

- BD07. Les formations « Najahi - Prêt pour l'emploi »



Dépliant

- D06. Catalogue des formations « Najahi - Prêt pour l'emploi »

2. Des services de carrière dans un format motivant au sein d'un espace accueillant

Mobiliser les jeunes, c'est générer du trafic dans le Career Center. Et cela n'est possible que si les jeunes sont convaincus de la qualité et de la valeur ajoutée apportées par les services proposés par le Career Center. Qu'il s'agisse de services d'orientation ou de préparation d'un projet professionnel, d'une mise en relation avec des professionnels ou des employeurs potentiels, ou encore d'ateliers de formations en *soft skills* et de préparation à l'emploi, la nature des activités doit répondre aux besoins et aux préoccupations des jeunes tandis que le format doit être adapté aux caractéristiques de ce public.

Un jeune satisfait par son passage au Career Center sera non seulement susceptible de devenir un usager régulier des services du centre mais il sera également enclin à le promouvoir auprès de ses pairs et sur les réseaux sociaux. Il est donc essentiel que les activités proposées par le Career Center adoptent une approche ludique, pratique, concrète et adaptée au public cible.

Lieu d'échanges, de rencontres, mais surtout de convivialité, le Career Center doit être un espace attrayant, ouvert à tous les jeunes sans exception et au sein duquel ils se sentent écoutés et en confiance.

C'est pourquoi, les jeunes doivent être accueillis au Career Center dans des conditions optimales et par un personnel formé et sensibilisé aux questions de la jeunesse et de leur orientation professionnelle. Dès leur première entrée dans le Career Center, les jeunes doivent se retrouver dans un espace chaleureux et une atmosphère accueillante.

Ainsi, il conviendra dès la phase de préparation du Career Center de porter une attention particulière à l'emplacement du centre pour qu'il se situe dans une zone centrale et facilement accessible, y compris aux personnes en situation de handicap, mais également de soigner l'espace intérieur pour rendre le Career Center convivial et engageant pour les jeunes.

Pour plus de détails sur l'aménagement du Career Center, voir → guide **G01. Aménager un Career Center** et → **GUIDE GÉNÉRAL**, page 18.



L'accueil au Career Center constitue le premier contact physique entre un jeune et le centre. En dépit des apparences, c'est un moment stratégique pour engager les jeunes dans la vie du Career Center. Un premier contact réussi fidélisera le jeune et lui donnera envie de revenir. Inversement, si cette première expérience est négative ou frustrante pour le jeune parce qu'il n'a pas reçu l'attention ou les réponses qu'il attendait, il y a peu de chance qu'il revienne au Career Center ou en fasse la promotion auprès de ses pairs.

Le jeune qui entre dans le Career Center, surtout si c'est la première fois, doit donc se sentir bien reçu par l'équipe du centre. C'est pourquoi le poste d'accueil du Career Center doit être visible dès l'entrée et tenu par une personne dédiée. Il peut s'agir d'un conseiller à qui le *Manager* aura attribué la fonction d'accueil (le *Manager* peut mettre en place une rotation des conseillers chaque mois), ou bien d'un stagiaire ou d'un Ambassadeur bien formé à l'accueil.

Dès son arrivée au Career Center, il convient de :

- > Marquer l'arrivée du jeune par un mot de bienvenue (une salutation, une poignée de main, un sourire). Même si la personne chargée d'accueil est occupée, il ne faut jamais ignorer le jeune et le faire patienter trop longtemps sans explication. La personne chargée de l'accueil doit assurer le jeune de la prise en compte de son attente et l'occuper si nécessaire. Elle peut par exemple l'orienter vers l'espace convivial, l'inviter à découvrir et à s'inscrire sur le Career Center virtuel sur les postes informatiques ou l'orienter vers les documents en libre-service le temps de pouvoir le prendre en charge.
- > Écouter attentivement le besoin du jeune. S'il vient pour une raison précise, il faut l'orienter vers le service adéquat, sinon le renseigner sur la vocation du Career Center et les services qu'il propose.
- > Lui proposer de s'inscrire sur le Career Center virtuel et de s'abonner aux pages Facebook et LinkedIn. Ainsi, le jeune sera ajouté à la base de données du Career Center et pourra recevoir le programme des activités du centre.

Pour des informations supplémentaires sur l'accueil des jeunes au Career Center, voir ➔ **GUIDE GÉNÉRAL**, page 67.

3. Une programmation flexible, stratégique et des horaires adaptés aux jeunes

La programmation des activités du Career Center doit se faire en cohérence avec les contraintes d'emplois du temps scolaires des jeunes. Il faut donc veiller à proposer des horaires variés permettant aux jeunes de se rendre au Career Center en dehors de leurs heures de cours. Par exemple, privilégier l'organisation d'ateliers dans les créneaux 12h-14h (pendant la pause déjeuner) ou encore préférer le samedi matin pour les activités nécessitant une plus grande disponibilité telles que les visites d'entreprise.

Les ateliers de formation, débats, conférences, interventions de *Guest Speakers* doivent préférer un format court et interactif, n'excédant pas une heure et demie à deux heures au maximum pour ne pas perdre l'attention des jeunes et garantir l'efficacité des activités.

Il est également pertinent d'organiser certaines thématiques d'atelier à des périodes précises de l'année scolaire. Par exemple, un atelier "Gestion du Stress" drainera davantage de jeunes en période d'examen ; le mois de mars, du fait de la journée internationale des droits des femmes célébrée chaque année le 8, est idéal pour organiser des cycles d'activités spécifiques ayant trait à l'égalité hommes-femmes dans le monde du travail.

IMPORTANT

Le Career Center offre des services inclusifs et doit pouvoir accueillir tous les jeunes quels que soient leur situation, leur origine, leur sexe, leur religion ou leur catégorie sociale. Une attention particulière doit être portée aux groupes défavorisés et aux jeunes en situation de handicap. Le Career Center est un lieu où les jeunes se sentent en confiance et dans un environnement épanouissant. Il doivent se sentir écoutés et doivent pouvoir partager leurs opinions et leurs idées à l'écart des préjugés et des jugements.

Pour plus de détails sur l'approche inclusive, consulter la ➔ ressource documentaire **R03. Guide pour un Career Center inclusif**.

IMPORTANT

L'implication des jeunes dans les activités du Career Center en période d'examen, de Ramadan et pendant les mois d'été, requiert davantage d'efforts et de planification. Pendant ces périodes, les jeunes sont habituellement peu enclins à participer à des activités extra-scolaires. Il est donc important de demeurer réaliste quant aux attentes en termes de mobilisation et de planifier les activités de manière stratégique. Ainsi, l'organisation d'un *Summer Camp* (littéralement, « camp d'été ») pendant le mois de juillet est un bon moyen de continuer à faire vivre le Career Center et à attirer les jeunes pendant cette période généralement creuse dans les établissements de formation. Le *Summer Camp* est un programme à destination des jeunes durant les vacances d'été. Il est composé d'ateliers, d'activités de mise en relation avec le secteur privé et de petits événements dans un format ludique.

Ressources complémentaires *Summer Camp*



GUIDE GÉNÉRAL, page 97



Affiches

A02. Un Career Center, c'est...
A03. Les ateliers du Career Center



Base de données

BD04. Les fichiers sources des supports de communication



Guide

G05. Utiliser les supports de communication



Modèle

M34. Planning *Summer Camp*

4. Une institution hôte mobilisée et engagée autour de la mission du Career Center

L'engagement et la collaboration des acteurs de l'institution hôte est un levier essentiel de mobilisation des jeunes pour le Career Center.

Le leadership, le personnel administratif, les professeurs/formateurs de l'institution hôte jouent, du fait de leur influence directe ou indirecte sur les jeunes, un rôle déterminant dans la mobilisation.

5. Un mode de communication qui parle aux jeunes

Il est essentiel que le Career Center adopte un langage et des canaux de communication utilisés par les jeunes, notamment les réseaux sociaux tels que Facebook et LinkedIn. Le registre de langue adopté doit être direct, simple et calqué sur la manière dont les jeunes d'aujourd'hui communiquent et interagissent.

La communication sur les réseaux sociaux est vitale pour toucher et mobiliser les jeunes. Aussi, trois guides entièrement dédiés à LinkedIn, Facebook et Instagram sont-ils disponibles dans le Kit Career Center en ligne :

- ➔ Ressource documentaire **R04. Guide LinkedIn**
- ➔ **R05. Guide Facebook**
- ➔ **R06. Guide Instagram**

1. Mobiliser les jeunes à travers le programme jeunes Ambassadeurs

Les Ambassadeurs sont un groupe d'étudiants recrutés par l'équipe du Career Center au sein de l'institution hôte et des établissements rattachés, dans le but de faire connaître et de promouvoir l'activité du centre et de favoriser une mobilisation active des jeunes ciblés par le centre. Ces volontaires, sélectionnés à partir de critères clairs et idéalement pour une durée minimale d'une année, ont pour missions de :

- > Promouvoir les services du Career Center auprès de leurs camarades et enseignants/formateurs.
- > Diffuser des informations relatives aux activités du Career Center.
- > Porter des messages-clés sur l'employabilité des jeunes au Maroc aujourd'hui.
- > Contribuer à animer la communauté en ligne du Career Center.
- > Assister les équipes du Career Center dans l'organisation d'évènements.

Véritables porte-paroles du Career Center, les Ambassadeurs jouent un rôle essentiel dans la mobilisation des jeunes. C'est la raison pour laquelle le Career Center doit déployer, dès la phase de préparation, un programme qui leur est spécialement dédié. Cette initiative s'inspire de l'approche de l'éducation par les pairs, qui suggère que des individus sont plus à même de modifier leurs comportements si l'information qu'ils reçoivent leur est communiquée par des personnes qui leur ressemblent ou qui appartiennent à leur communauté. Cette théorie suggère que les jeunes seront davantage incités à utiliser le Career Center, si l'idée leur est suggérée par d'autres jeunes.

De tels programmes ont déjà fait leurs preuves dans les Career Centers pilotes du Maroc et à l'international.

Les Ambassadeurs sont une communauté d'étudiants motivés, actifs pour leur carrière et impliqués dans les activités du Career Center. Ils sont le relais du Career Center et contribuent ainsi à accroître l'impact de ses activités. En communiquant sur les activités du Career Center, en aidant à accroître sa visibilité auprès des jeunes, les Ambassadeurs contribuent à développer et animer une communauté d'étudiants.

Si les Ambassadeurs sont les porte-paroles du Career Center auprès des jeunes, ils sont également les porte-paroles des jeunes auprès du Career Center pour aider les équipes du centre à mieux comprendre la perception et les impressions des jeunes vis-à-vis du marché du travail, les défis et les contraintes auxquels ils sont confrontés lors du moment décisif de la transition des études supérieures au monde professionnel.

Véritables baromètres de la satisfaction des jeunes et forces de propositions pertinentes, il est primordial de les consulter régulièrement pour une évaluation en profondeur des activités du Career Center et de les impliquer dans le processus de conception de nouvelles activités.

IMPORTANT

Les Ambassadeurs sont les premiers bénéficiaires des services du Career Center. Il est impératif qu'ils aient pris part au moins une fois à l'ensemble des ateliers de base à la fois pour être plus à même de les promouvoir auprès des autres jeunes, mais également afin de pouvoir communiquer leurs suggestions et remarques aux équipes du Career Center.

En plus des missions qui leur sont confiées, les Ambassadeurs sont systématiquement mis en avant face aux professionnels et aux visiteurs de marque. Lors d'une opération de *Sourcing* avec les entreprises, ils reçoivent les offres d'emploi et de stage de façon prioritaire.

Pour plus de détails, voir la [ressource documentaire R02. Guide du programme jeunes Ambassadeurs.](#)

2. Mobiliser les jeunes à travers l'institution hôte

1. Des chefs d'établissements engagés aux côtés du Career Center

L'implication et la collaboration de l'institution hôte dans la stratégie de mobilisation du Career Center est essentielle à sa réussite. Le ou les chef(s) d'établissement(s), en particulier, doivent contribuer aux efforts de promotion du Career Center, et cela dès la phase de préparation du centre. Un leadership sensibilisé et qui considère le Career Center comme une entité à part entière de l'institution qu'il dirige sera plus à même d'appuyer le centre dans ses efforts de mobilisation des jeunes à travers une communication "par le haut" aux différents services et personnels travaillant au contact des jeunes.

Ainsi, dès la phase de préparation du Career Center, il est vivement recommandé que le *Manager* sollicite une rencontre avec le ou les différent(s) chef(s) d'établissement(s) pour leur présenter le Career Center et explorer les opportunités de collaboration. Selon le contexte, cette présentation peut avoir lieu en séance restreinte avec le leadership de l'institution hôte ou dans le cadre d'une réunion réunissant l'ensemble des chefs d'établissement.

Au cours de cette présentation, le *Manager* peut effectuer une présentation du Career Center au moyen :

- > Du film "Chnou Houa Career Center" (<http://vcc.careercenter.ma/vcc/>, durée 3min30).
- > D'une présentation Powerpoint des services (disponible sur l'outil → base de données **BD04. Les fichiers sources des supports de communication**).
- > D'une séance de question réponse avec les parties prenantes.

Il est recommandé d'élargir ce premier contact avec les équipes de direction aux autres services de l'institution hôte (orientation, communication, scolarité, etc.), l'enjeu pour le *Manager* étant de sensibiliser et de faire connaître le Career Center à un maximum d'acteurs de l'institution hôte pour que ces derniers incitent les jeunes à utiliser les services du Career Center.

2. Des enseignants impliqués dans la vie du Career Center

FAIRE CONNAÎTRE LE CAREER CENTER AUX ENSEIGNANTS ET À LEURS ÉLÈVES

Les enseignants travaillent au plus près des jeunes et sont, par conséquent, les mieux placés pour les inciter à bénéficier des services du Career Center. Aussi, est-il fortement recommandé que le *Manager* et/ou les conseillers carrière organisent des rencontres avec les enseignants dès la rentrée pour faire connaître le Career Center le plus tôt possible dans l'année.

Il existe deux manières d'aborder les enseignants :

- 1) "Par le haut", en les conviant à une réunion d'information sur le Career Center, à travers une invitation officielle provenant de la direction de l'institution hôte. Pour les raisons développées précédemment, cette approche implique que le leadership de l'institution hôte soit partie prenante de la stratégie de mobilisation du Career Center.
- 2) Par une démarche individualisée et plus informelle, à travers laquelle le *Manager* du Career Center utilise son réseau de collègues au sein de l'institution hôte pour promouvoir le Career Center et inciter les enseignants à relayer les services et les activités du centre auprès de leurs étudiants.

Si le contexte le permet, une stratégie efficace de promotion du Career Center consiste à demander l'autorisation aux enseignants d'intervenir directement dans les amphithéâtres et/ou les salles de cours pour présenter le Career Center aux étudiants. Cette intervention ne doit pas durer plus de quinze minutes afin de ne pas empiéter sur les horaires dédiés aux enseignements académiques.

3. Le chargé de communication, relais du Career Center

COORGANISER DES ACTIVITÉS AVEC LES ENSEIGNANTS

Au-delà du rôle de relais d'information auprès des jeunes, il est également possible, et fortement recommandé, d'organiser ou de coorganiser des activités avec les enseignants de l'institution hôte. Cette forme de collaboration est gagnant-gagnant puisqu'elle permet, d'un côté, aux enseignants de s'appuyer sur l'expertise du Career Center pour dynamiser leur cours et connecter leur discipline au monde du travail, et de l'autre côté, au Career Center de toucher un nombre important de jeunes, à travers les enseignants.

Voici quelques exemples d'activités qu'il est possible d'organiser ou de coorganiser avec les enseignants :

- > Des activités « n'annulez pas les cours » peuvent être mises en place avec le corps enseignant : lorsqu'un enseignant est absent, alors sa classe profite d'un atelier du Career Center dont la thématique est choisie par le Career Center ou préalablement définie par l'enseignant sur un sujet en lien avec sa discipline.
- > Des conférences peuvent être coorganisées avec le corps enseignant autour d'une thématique commune au Career Center.
- > Des interventions de *Guest Speakers* peuvent être identifiées à travers le réseau du corps enseignant. Tout comme les ateliers débat, ces interventions peuvent être mises en cohérence avec le programme d'un ou plusieurs enseignants.

La plupart des institutions hôte dispose d'un(e) chargé(e) de communication. Cette personne est notamment responsable de l'animation du site internet et des réseaux sociaux de l'institution hôte ainsi que de l'organisation d'événements, tels que des salons de l'emploi, forums de l'étudiant, journées portes ouvertes, etc.

Le chargé de communication fait circuler, de manière fluide, l'information et l'actualité de l'institution hôte par des moyens de diffusion adaptés (site internet, *newsletter*, affichage, etc.). Il a accès à l'ensemble des acteurs de l'institution hôte : le leadership, les directeurs d'établissement, les responsables des différents services, les enseignants, les étudiants, etc, mais peut également disposer d'un carnet d'adresse de journalistes. En ce sens, le chargé de communication constitue une personne-ressource clé pour faire connaître le Career Center.

Si l'institution hôte dispose d'un chargé de communication, il est essentiel pour le Career Center de l'identifier et de prendre attache avec lui pour lui présenter le Career Center et coordonner les actions de communication autour des activités du centre (par exemple, le chargé de communication pourra relayer les événements du Career Center sur le site de l'institution hôte, intégrer l'actualité du Career Center dans la *newsletter* de l'institution hôte, faciliter une mise en relation entre le Career Center et la presse, etc.)

Ressources complémentaires



Guide

G03. Mobiliser l'institution hôte

Ressources complémentaires



GUIDE GÉNÉRAL, page 85



Dépliant

D04. Mobilisation de l'institution hôte



Guide

G03. Mobiliser l'institution hôte



Procédures

P13. Se coordonner avec l'institution hôte

P14. Organiser des activités avec le corps enseignant

P16. Organiser des activités avec la vie associative étudiante

3. Mobiliser les jeunes à travers les organisations de la société civile

Par société civile, on entend les associations qui s'adressent à un public majoritairement composé de jeunes et qui contribuent à leur développement socio-économique, éducatif ou culturel à travers différentes actions. Grâce à leur réseau de bénéficiaires, ces organisations peuvent constituer un autre vivier de bénéficiaires potentiels pour le Career Center.

Une fois le Career Center ouvert et rodé sur les activités de base, le *Business Developer* et/ou le *Manager* peuvent identifier les associations de jeunesse de la région et prendre attache avec leur responsable pour explorer les synergies et axes de collaboration possibles avec le Career Center. Voir → base de données **BD06. L'annuaire des associations de soutien aux jeunes.**

Le *Business Developer* et/ou le *Manager* peuvent par exemple inviter les jeunes bénéficiaires de l'association au Career Center pour prendre part à un atelier en *soft skills* ou en préparation à l'emploi, participer à un atelier *Guest Speaker* ou une conférence. Réciproquement, il est possible de mobiliser des jeunes de l'institution hôte pour une visite de l'association, un échange avec les travailleurs / bénévoles de l'organisation afin de les sensibiliser à une cause ou encore faire découvrir le monde associatif aux jeunes intéressés par des carrières dans le secteur humanitaire et social.

IMPORTANT

Les organisations de la société civile constituent pour les jeunes un secteur offrant de nombreuses opportunités d'expérience de bénévolat et/ou de stage. Le *Business Developer* et/ou le *Manager* pourront explorer, avec les responsables des organisations identifiées, les opportunités à proposer aux jeunes.

Par la même occasion, ces organisations peuvent bénéficier du Career Center comme d'une tribune pour faire connaître leurs activités et leur mission, et « sourcer » de nouveaux bénévoles.

En retour, les associations constituent pour le Career Center une bonne opportunité pour sensibiliser les jeunes à des thématiques importantes telles que l'approche genre, l'inclusion, le handicap, les droits humains et leur transmettre des valeurs telles que la tolérance, la diversité, la solidarité, la citoyenneté.



4. Mobiliser les jeunes à travers la communication en ligne

1. Les réseaux sociaux

Une présence sur les réseaux sociaux tels que Facebook, LinkedIn et Instagram est vitale pour engager les jeunes, gagner en visibilité et faire connaître les activités et les services du Career Center.

En 2018, le Maroc compte 16 millions de comptes Facebook dont 49% appartiennent à des jeunes de 13 à 24 ans. Il y a donc de fortes chances pour que les jeunes ciblés par le Career Center y soient, d'où l'intérêt de soigner sa présence sur Facebook, mais également sur LinkedIn, en forte expansion au Maroc depuis quelques années et si possible sur Instagram.

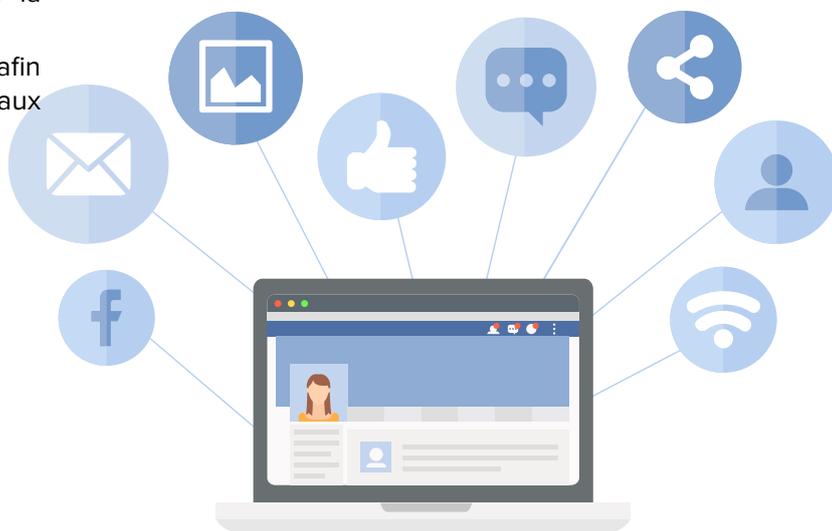
Dans tous les cas, une stratégie de communication en ligne bien définie permettra au Career Center d'augmenter sa notoriété et d'engager une communauté de jeunes autour de la vision et de la mission du Career Center. Il y a plusieurs étapes à respecter pour élaborer une stratégie de communication en ligne :

- > Affecter une ressource dédiée à l'implémentation et au suivi de la stratégie définie, il s'agit le plus souvent du conseiller carrière chargé de la communication.
- > Élaborer un plan d'évaluation trimestriel afin d'adapter le plan d'action et la stratégie aux besoins des jeunes ciblés

Être présents sur les réseaux permettra au Career Center de :

- > Développer la visibilité du centre : une stratégie réseaux sociaux efficace permettra de gagner en notoriété et de faire connaître la marque « Career Center ».
- > Attirer de nouveaux jeunes : en générant du trafic vers le Career Center virtuel par le biais de la communication sur les réseaux sociaux.
- > Dialoguer avec les jeunes : pour connaître les attentes et personnaliser les rapports avec le public cible en répondant aux questions sur les produits et les services du Career Center

Pour créer, animer et promouvoir la page Facebook du Career Center, consulter la ➔ ressource documentaire **R05. Guide Facebook** ; pour LinkedIn, consulter la ➔ ressource documentaire **R04. Guide LinkedIn** ; pour Instagram, consulter la ➔ ressource documentaire **R06. Guide Instagram**.



2. Les influenceurs

Un influenceur est une personne qui utilise les réseaux sociaux et/ou tout autre support de communication en ligne (forums, *blog*, etc.) pour diffuser ses opinions auprès des internautes. Grâce à sa popularité, il est capable d'influencer et de modifier les modes de consommation de ces derniers. Il est suivi sur les réseaux sociaux par une communauté d'abonnés que l'on appelle des *followers*.

Le marketing d'influence représente aujourd'hui un levier phare de la communication. Ce concept consiste à faire appel à un influenceur dont la communauté est en adéquation avec le cœur de cible du Career Center dans le but de le promouvoir auprès de ses *followers*.

L'avantage d'une collaboration avec un influenceur est de toucher une audience déjà acquise et fidèle. Toujours à la pointe des tendances, l'influenceur est vu comme un véritable spécialiste par sa communauté. Il pourra donc accroître la visibilité du Career Center ou tout simplement toucher une cible plus large et ainsi convaincre cette même cible de l'importance et de l'impact des Career Centers.

COMMENT COLLABORER AVEC UN INFLUENCEUR ?

Identifier les influenceurs en phase avec les valeurs du Career Center

Tout d'abord, il s'agit d'effectuer une recherche des influenceurs du moment et de définir une liste des profils qui partagent des valeurs et des intérêts communs avec le Career Center, ou encore dont les thématiques traitées sont adaptables aux activités et services du Career Center.

Il est recommandé, à cette étape, d'impliquer les jeunes Ambassadeurs dans le processus de recherche. Ils seront, en effet, de bon conseil pour aider les équipes du Career Center à identifier les influenceurs populaires auprès des jeunes. Il est également possible de réaliser, à travers les Ambassadeurs une enquête auprès des jeunes du campus. Enfin, une autre option consiste à tirer parti de la communauté du Career Center sur les réseaux sociaux en postant une question ouverte sur la page Facebook du Career Center du type « qui sont vos influenceurs préférés ? » et de collecter les réponses des jeunes.

Évaluer la popularité de l'influenceur et définir la nature de la collaboration

Cependant, trouver l'influenceur ne suffit pas. Il faut visiter sa page sur les réseaux sociaux (Facebook ou Instagram par exemple) afin d'évaluer sa popularité, l'engagement qu'il génère (nombres de *likes*, commentaires) et le volume de sa communauté (nombre d'abonnés/*followers*). De plus, il est nécessaire d'évaluer le *feedback* des abonnés et de s'assurer que plus de 50% des échanges sur le profil de l'influenceur sont positifs. Ensuite, il faut définir la nature des activités à mener dans le cadre de la collaboration avec l'influenceur. Il existe plusieurs types de collaboration possible, par exemple :

- > L'inviter en tant que *Guest Speaker* lors d'une conférence.
- > Lui demander de produire et de promouvoir une série de vidéos autour des services des Career Centers.
- > Le solliciter pour l'animation d'un atelier débat autour d'un sujet d'expertise de l'influenceur.
- > Lui demander de mentionner le Career Center sur un *post*, vidéo, photo, etc.

Prendre contact avec l'influenceur et le convaincre de collaborer avec le Career Center

Enfin, vient la prise de contact et la présentation de la proposition. Les influenceurs sont bien souvent très sollicités, aussi il est important d'avoir une approche constructive et collaborative. Le facteur clé est l'intérêt de l'influenceur pour le Career Center et la mission qu'il poursuit. Il faut donc correctement et clairement présenter le Career Center et ses services, mais il faut surtout insister sur l'utilité et la nécessité du Career Center dans la construction du Maroc de demain à travers l'amélioration de l'employabilité de ses jeunes. Il faut donc être en mesure d'amener l'influenceur à comprendre qu'à travers cette collaboration, il contribue, lui aussi, à renforcer l'employabilité des jeunes et à l'avenir de son pays.

À la conclusion de l'accord, il faut savoir être flexible et trouver un terrain d'entente qui permet une collaboration bénéfique aux deux parties.

5. Mobiliser les jeunes sur le terrain

1. Les caravanes

L'une des meilleures façons de faire connaître le Career Center aux jeunes est d'aller à leur rencontre. En ce sens, l'organisation d'activité de mobilisation sur le terrain est un moyen efficace pour promouvoir le Career Center. La mobilisation sur le terrain consiste à aller là où se trouvent les jeunes pour leur présenter le Career Center et les inciter à utiliser ses services. Il existe plusieurs formes de mobilisation sur le terrain : les caravanes, les événements d'accroche et enfin la présence du Career Center aux événements organisés par l'institution hôte au profit des jeunes (un forum ou une journée portes ouvertes d'un établissement, par exemple).

Une caravane est une démarche qui consiste à aller à la rencontre des étudiants sur leur lieu d'enseignement pour faire connaître et promouvoir les services du Career Center. Ce sont les conseillers carrière et éventuellement des Ambassadeurs expérimentés, qui organisent et animent les caravanes.

COMMENT ORGANISER UNE CARAVANE ?

Identifier le lieu et la date de la caravane

Les lieux d'enseignement correspondent aux établissements rattachés à l'institution hôte.

Ces établissements sont parfois situés dans d'autres villes de la région du Career Center.

Au préalable, les *Managers* prennent contact avec la direction de l'établissement rattaché pour que celle-ci leur attribue un espace au sein de leurs locaux (de préférence un espace très fréquenté par les étudiants, type hall d'entrée principale, cafétéria, parvis...), ainsi que des tables et chaises, et qu'ils conviennent d'une date appropriée au calendrier des étudiants et idéalement d'une salle à proximité du stand pour l'animation d'une séance de présentation durant la journée.

Les caravanes figurent au plan d'action annuel et sont planifiées à l'occasion des réunions de gestion mensuelles puis des réunions de coordination hebdomadaires (voir → **GUIDE GÉNÉRAL**, page 95).

Préparer la caravane

Le jour de l'évènement, les conseillers installent le stand parapluie du Career Center dans le lieu attribué, de façon bien visible.

Ils sont munis de tout le matériel promotionnel du Career Center : flyers, brochures avions, affiches et d'ordinateurs portables pour une démonstration du Career Center virtuel.



2. Les événements d'accroche

Animer la caravane

Sur un format d'une demi-journée, les conseillers distribuent les supports de communication, répondent aux questions des étudiants, leur suggèrent une visite du centre et les incitent à s'inscrire sur le Career Center virtuel. L'objectif de cette activité est également de recueillir les coordonnées des étudiants, en particulier leur adresse *e-mail* pour pouvoir les tenir informés des activités du centre. Si l'établissement a pu mettre à disposition une salle, les conseillers peuvent animer une séance de présentation des services du Career Center via la vidéo « chnou houa » et une présentation Powerpoint. Si la caravane est sur une journée entière il est possible d'animer une séance le matin et une l'après-midi.

Il s'agit de concevoir, organiser et animer avec le milieu associatif étudiant, des activités et événements qui rassemblent les jeunes, en vue de promouvoir les services du Career Center.

Il existe différents événements d'accroche que le Career Center peut organiser pour mobiliser les jeunes. Dans tous les cas, les Ambassadeurs ont un rôle de premier plan dans l'organisation de ces événements (voir → ressource documentaire **R02. Guide du programme jeunes Ambassadeurs**).

Voici quelques exemples d'événements d'accroche :

Évènements	Exemples
Compétitions sportives	Il est recommandé de choisir un sport populaire qui ne nécessite pas beaucoup d'équipements ou de locaux trop particuliers (marathon, tournoi de football...). Les compétitions sportives peuvent être organisées avec des associations handisport.
Compétitions artistiques	Photos, peinture, danse, musique...
Expositions culturelles	Présentation de la culture de son village, sa province sous forme de panneaux ou de vidéos...
Concours de reportage vidéo thématique	Sur l'écologie, le genre, le patrimoine, le handicap, la perception du monde du travail, la question de l'égalité homme femme...



COMMENT ORGANISER UN ÉVÈNEMENT D'ACCROCHE ?

Identifier les associations étudiantes

Les associations étudiantes sont un formidable levier de communication par relais.

Elles peuvent prendre la forme de clubs universitaires avec une thématique (technique, sportive, ludique...) et de bureaux des étudiants.

En vue d'organiser des événements d'accroche avec elles, le responsable du programme jeunes Ambassadeurs du Career Center doit au préalable les identifier. Pour ce faire, il peut s'appuyer sur :

- > L'administration des établissements rattachés à l'institution hôte.
- > Le réseau des Ambassadeurs du Career Center.
- > La → base de données **BD01. Les contacts du Career Center.**

Organiser une tournée des Ambassadeurs auprès des associations

Une fois les associations étudiantes identifiées, une tournée des Ambassadeurs peut être organisée dans leurs locaux pour créer un premier contact. Ces rencontres sont l'occasion pour les Ambassadeurs de connaître les activités des associations étudiantes qu'elles rencontrent et pour les associations de connaître les services proposés par le Career Center (voir → ressource documentaire **R02. Guide du programme jeunes Ambassadeurs**).

Les rencontres de la tournée des Ambassadeurs sont planifiées lors des réunions de gestion mensuelles puis des réunions de coordination hebdomadaires (voir → **GUIDE GÉNÉRAL**, pages 79 et 83), avec une concertation préalable avec les Ambassadeurs.

Assurer le suivi de la tournée

Il est recommandé que les Ambassadeurs rédigent un rapport synthétique en remplissant le → modèle **M20. Fiche retour d'activités de l'Ambassadeur** à l'issue de chacune de leurs visites.

Une tournée d'Ambassadeurs fait également toujours l'objet d'une collecte d'adresses *e-mail* (voir → modèle **M19. Fiche de collecte d'adresses e-mail pour les Ambassadeurs**), pour tenir informés les membres des associations des activités du centre par la suite.

Planifier les événements d'accroche

Les délais de planification varient en fonction de la nature et de l'envergure de l'évènement. La plupart du temps, il est recommandé de les planifier plusieurs mois ou semaines à l'avance pour communiquer et laisser le temps aux participants de s'y préparer.

Voir également la → procédure **P16. Organiser des activités avec la vie associative étudiante.**

Organiser des événements d'accroche

Ce sont les Ambassadeurs qui organisent ces événements supervisés par le conseiller responsable du programme jeunes Ambassadeurs du Career Center selon les mêmes modes de gestion que les autres activités du centre.

Les Ambassadeurs s'appuient également sur les associations étudiantes pour l'organisation des événements d'accroche.

Communiquer sur les événements d'accroche

Il s'agit tout d'abord de créer des supports de communication grâce au logiciel Inkscape en s'inspirant des fichiers sources de la → base de données **BD04. Les fichiers sources des supports de communication**. Ces supports doivent indiquer le sujet de l'évènement et les dates clés.

Ils doivent être diffusés sur les réseaux sociaux et relayés sur les pages Facebook des Ambassadeurs du Career Center et celles des associations étudiantes (voir → ressource documentaire **R05. Guide Facebook**).

Si le budget le permet, l'évènement peut faire l'objet d'une campagne d'affichage (voir → guide **G05. Utiliser les supports de communication**).

Comme pour tout évènement du Career Center, le responsable communication du centre s'assurera de la communication avant et après l'évènement.

Pour ce type d'activité, il est recommandé de commencer à communiquer un mois à l'avance avant la tenue de l'évènement pour garantir un maximum de participants (voir également → procédure **P30. Communiquer sur les événements**).

Prévoir des récompenses

Les événements d'accroche relèvent de compétitions / concours qu'il convient de récompenser. Les récompenses suivantes peuvent être envisagées :

- > Un prix, trophée, attestation de participation ou équivalent.
- > Une mise en valeur du gagnant sur les pages LinkedIn et Facebook du Career Center.
- > Un kit de *goodies* du Career Center (écharpe, casquette, t-shirt, clé USB...).
- > Un / des cadeaux du ou des sponsors.

Sponsoriser les événements d'accroche

Le sponsoring peut s'avérer utile, notamment pour la ou les récompenses des gagnants des concours et compétitions.

Le secteur privé est assez facile à convaincre lorsqu'il s'agit de donner une récompense en nature relative à leur activité (par exemple un repas gratuit pour deux par un restaurant, deux places pour un film par un cinéma, des lunettes de soleil par un opticien...).

Il est plus simple d'approcher des PME que les grandes entreprises car le processus interne de validation de leur participation est plus rapide que dans les multinationales et les grandes entreprises.

Le sponsoring relève du *Business Developer* (s'il existe dans l'équipe), sinon, du *Manager* du Career Center.

En amont de la rencontre avec les potentiels sponsors, le *Business Developer* prépare une fiche technique détaillant l'évènement à organiser en vue de le présenter. Puis il contacte les sponsors pour « vendre » le projet. Cette action nécessite des qualités commerciales et notamment des techniques de négociation.

Le *Business Developer* ou *Manager* peut argumenter sur :

- > La visibilité que l'évènement va donner à l'entreprise à travers les supports de communication physiques (affiches, flyers, banderole...) et à travers les réseaux sociaux (*posts* informatifs sur Facebook et LinkedIn pour informer la communauté de leur participation à l'évènement, etc.).

- > Le développement de la notoriété de l'entreprise à travers son appui à des événements encourageant la jeunesse : cela peut servir à la fois à renforcer son capital social (l'entreprise affiche son soutien à un enjeu de société majeur) et son développement économique (elle s'adresse à des futurs consommateurs/clients/employés).

- > La proposition d'un atelier en *soft skills* au profit de l'équipe (ou d'une partie) de l'entreprise.

Une fois l'évènement réalisé, le *Business Developer* adresse une lettre de remerciement à l'entreprise sponsor et publie un message dans le même sens sur les réseaux sociaux. (Il est possible de reprendre le ➔ modèle **M38. Lettre de remerciement. Intervention secteur privé** en l'adaptant à l'activité).



6. Mobiliser les jeunes à travers les médias

Être cité dans le vaste monde de la presse (écrite ou en ligne) revêt une importance capitale pour le Career Center. En effet, la presse a un réel pouvoir de persuasion auprès d'un large public tous âges confondus.

Aujourd'hui, avec la dématérialisation accrue des activités, la majorité des supports papiers disposent d'une plateforme web permettant de relayer l'information auprès d'une audience beaucoup plus large, et notamment auprès de la cible du Career Center, à savoir les jeunes de plus en plus connectés.

Il existe d'innombrables supports presse, il faut par conséquent définir une liste de médias correspondant au cœur de cible des Career Centers avec lesquels collaborer. Il est nécessaire de choisir des médias qui relayent de l'information qui a un intérêt pour les jeunes et des médias qui sont lus par les jeunes. Afin d'établir cette liste de médias, il faut dans un premier temps procéder à un *benchmark*, soit une étude comparative des médias existants et de leur contenu, puis, éventuellement, organiser des focus groupes pour avoir l'opinion des jeunes et connaître leurs préférences pour mieux les cibler. Les résultats de l'étude comparative et des focus groupes permettront de cibler les médias les plus appropriés pour mieux communiquer sur les activités et les accomplissements du Career Center.

Il existe deux méthodes pour intégrer les médias à la stratégie de communication du Career Center :

- > En publiant un article, une interview TV ou radio au sujet de la mission, des services ou des accomplissements du Career Center ou encore de leur actualité.
- > En offrant l'opportunité aux médias de participer à l'amélioration de l'employabilité des jeunes à travers un partage d'information (par exemple, diffuser de l'information sur certains secteurs d'activité porteur d'emplois, un nouveau métier en expansion, de nouvelles méthodes de management, etc...).

Il existe trois types d'interactions avec les médias :

1. Le communiqué ou conférence de presse.
2. La réponse à une demande d'interview formelle d'un journaliste (entretien prévu à l'avance).
3. La rencontre impromptue avec un journaliste sur le terrain.

1. Le communiqué de presse

Il faut comprendre ce qui fait d'une information un sujet d'actualité intéressant pour les médias. Cela peut être une nouveauté, un scoop, un résultat particulièrement notable, un sujet d'intérêt humain et social, un sujet créatif avec une approche différente, ou simplement un sujet de compétition, l'organisation d'un salon de l'emploi, ou encore la participation d'un ou plusieurs intervenants de marque lors d'une conférence.

Il est également nécessaire de rédiger soigneusement le communiqué de presse (en français et/ou en arabe) et le faire valider en interne avec la direction du Career Center et de l'institution hôte.

Afin de donner vie au communiqué de presse, il est possible d'ajouter quelques informations supplémentaires telles que :

- > La citation d'un jeune bénéficiaire, partenaire du Career Center ou d'un représentant de l'institution hôte.
- > Des photos ou le lien d'une vidéo sur le Career Center.
- > Une infographie résumant les accomplissements du Career Center en chiffres.
- > Le lien du Career Center virtuel (www.careercenter.ma).

Il faut donc séduire et convaincre les journalistes en travaillant le contenu de manière à le rendre innovant, riche et qualitatif.

2. Demande formelle d'un journaliste

Lorsque le Career Center reçoit une demande ponctuelle d'un journaliste (interview ou demande d'infos), il est vivement recommandé de :

- > Faire une recherche sur les journalistes qui interviewent et se familiariser avec le format de leurs presses respectives.
- > Bien préparer sa présentation et collecter des informations susceptibles d'enrichir les réponses (anecdotes, chiffres, etc.).
- > Avant l'échange : demander les coordonnées du journaliste, le nom du média, la date de parution afin de pouvoir faire le suivi par la suite. Poser aussi d'autres questions !

Il faut également veiller à informer la direction de l'institution hôte et prendre connaissance de la procédure établie pour les relations avec la presse.

3. Rencontre impromptue avec un journaliste sur le terrain

Il peut arriver qu'un *Manager* ou conseiller soit sollicité spontanément par un journaliste lors d'un événement sur le terrain (par exemple, lors d'un forum de l'étudiant ou lors d'un salon de l'emploi).

Dans ce cas :

- > Éviter de refuser de répondre, cela donnerait une très mauvaise image du Career Center.
- > Avoir toujours les points essentiels en tête sur le projet/événement.
- > Avant de répondre aux questions : demander les coordonnées du journaliste, le nom de son média, la date de parution afin de pouvoir faire le suivi par la suite et constituer une base de données pour les événements à venir.
- > Après avoir répondu aux questions : informer son superviseur et l'institution hôte.
- > Rester concentré sur le sujet.
- > Si le *Manager* ou le conseiller interviewé ne dispose pas sur le moment de l'information demandée par le journaliste, informer ce dernier qu'il recevra l'information demandée ultérieurement et veiller au suivi de sa demande.

L'image du Career Center se façonne au fil des publications, c'est pourquoi il faut nouer des liens sur le long terme avec des journalistes privilégiés qui deviendront avec le temps de réels partenaires du Career Center.



ANNEXES

A. Mobiliser les jeunes selon le type d'activités

Activité / Évènement	Acteurs		Médias	
	Ambassadeurs	Institution hôte	Presse	Radio
<p>Inauguration</p> <p>Nombre de participants : 200 pers. sur invitation + les étudiants</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Préparent le discours de présentation des services du Career Center (2 Ambassadeurs). > Participent activement à l'organisation de l'évènement. > Présentent le Career Center virtuel lors de la visite des officiel au sein du Career Center. > Participent à l'animation des stands. > Participent aux interviews presse (la préparation aux diverses interventions doit être faite en amont par le staff du Career Center - une à deux semaine avant avec plusieurs répétitions). 	<ul style="list-style-type: none"> > Les plus hauts représentants invitent l'ensemble des partenaires, collaborateurs, en particulier le personnel de l'institution hôte. > Le responsable communication annonce l'évènement sur le site web de l'institution hôte. 	<ul style="list-style-type: none"> > Préparation du communiqué de presse (Français et Arabe). > Diffusion du communiqué de presse. > Préparation et distribution de dossier presse. > Suivi de confirmation du présentiel des médias. > Suivi des publications et articles (revue de presse). 	<ul style="list-style-type: none"> > Fait partie de la liste presse
<p>Atelier</p> <p>Nombre de participants : 15-20 max.</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Participent au moins une fois à chaque atelier. > Promeuvent l'atelier sur leurs pages Facebook/LinkedIn. > Promeuvent l'atelier sur le campus auprès de leurs pairs. 	<ul style="list-style-type: none"> > Les chefs d'établissements sensibilisent les enseignants et les incitent à envoyer leurs étudiants au Career Center. > Les enseignants communiquent sur le planning des ateliers dans leurs classes et encouragent les jeunes à s'y inscrire. > Le planning mensuel des ateliers est publié sur le site web de l'institution hôte. 	N/A	N/A
<p>Atelier débat</p> <p>Nombre de participants : limité à la capacité d'accueil du Career Center</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Impliqués dans le choix de la thématique. > Sont présents à l'évènement. > Relayent l'évènement sur leurs pages Facebook/LinkedIn. > Promeuvent l'évènement sur le campus auprès de leurs pairs. 	<ul style="list-style-type: none"> > Les enseignants spécialistes du sujet et leurs étudiants sont invités à participer à l'atelier. > Les enseignants promeuvent l'atelier auprès de l'ensemble de leurs étudiants. > Le chargé de communication publie l'affiche de l'évènement sur le site web de l'institution hôte. 	N/A	N/A
<p>Guest Speaker</p> <p>Nombre de participants : limité à la capacité d'accueil du Career Center</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Impliqués dans le choix de l'intervenant. > Sont présents à l'évènement. > Relayent l'évènement sur leurs pages Facebook/LinkedIn. > Promeuvent l'évènement sur le campus auprès de leurs pairs. 	<ul style="list-style-type: none"> > Les représentants de l'institution hôte sont informés de la venue de l'intervenant et du sujet de l'intervention. > Les enseignants et les étudiants dont la discipline est en lien avec le secteur d'activité ou le métier de l'intervenant sont invités. > Les enseignants promeuvent l'intervention auprès de leurs étudiants. 	N/A	N/A

Communication en ligne		
Facebook/LinkedIn	Influenceur	Career Center virtuel
<ul style="list-style-type: none"> > Diffusion de vidéo <i>live</i> de l'évènement. > Partage de photos. > Partage de témoignages et des discours officiels. 	N/A	N/A
<ul style="list-style-type: none"> > Le planning hebdomadaire des ateliers est publié sur les pages Facebook et LinkedIn. 	N/A	<ul style="list-style-type: none"> > L'évènement est créé sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire sur le Career Center virtuel.
<ul style="list-style-type: none"> > Des informations sur la thématique du débat sont publiées sur les réseaux sociaux pour susciter la curiosité des abonnés. > Le conseiller carrière chargé de la communication publie l'affiche de l'évènement sur Facebook et LinkedIn avec le lien d'inscription sur le Career Center virtuel. 	<ul style="list-style-type: none"> > Si le Career Center a connaissance d'un influenceur concerné par la thématique, il initie un contact et demande que l'évènement fasse l'objet d'une promotion sur la page Facebook de l'influenceur. > L'influenceur peut également être invité à participer à l'évènement en personne. 	<ul style="list-style-type: none"> > L'évènement est créé sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire sur le Career Center virtuel.
<ul style="list-style-type: none"> > Des informations sur l'intervenant (biographie succincte) sont publiées sur les réseaux sociaux pour susciter la curiosité des abonnés. > Le conseiller carrière chargé de la communication publie l'affiche de l'évènement sur Facebook et LinkedIn avec le lien d'inscription sur le Career Center virtuel. 		<ul style="list-style-type: none"> > L'évènement est créé sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire sur le Career Center virtuel.

Activité / Évènement	Acteurs		Médias	
	Ambassadeurs	Institution hôte	Presse	Radio
<p>Conférence</p> <p>Nombre de participants : limité à la capacité d'accueil de la salle de conférence</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Les Ambassadeurs sont impliqués dans le choix des thématiques et des intervenants et sont présents le jour de l'évènement. > Ils relayent l'information sur leurs pages Facebook/ LinkedIn et sur le campus auprès de leurs pairs. 	<ul style="list-style-type: none"> > Adresser une demande formelle aux représentants de l'institution hôte pour avoir accès à la salle de conférence / amphithéâtre et prévenir de l'intervention. > Toujours inviter les représentants de l'institution hôte. > Le chargé de communication de l'institution hôte partage l'affiche de l'évènement et les informations sur le site web de l'institution hôte. 	<ul style="list-style-type: none"> > En fonction de la thématique et/ou de la notoriété du/des intervenants, contacter les médias par téléphone, e-mail, ou avec un communiqué de presse. 	
<p>Journée de recrutement</p> <p>Nombre de participants : en fonction du nombre de profils demandés par l'entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Relayent l'information relative aux séances préparatoires sur leurs pages Facebook/ LinkedIn et sur le campus auprès de leurs pairs. Si le profil correspond au besoin de l'entreprise, les Ambassadeurs sont mis en avant par les conseillers pour passer les entretiens avec le recruteur. > Les Ambassadeurs assistent les conseillers pour l'organisation logistique de la journée (gestion du flux de jeunes, assistance au recruteur). 	<ul style="list-style-type: none"> > Avertir les représentants de l'institution hôte de la venue du/des recruteurs. > Toujours inviter les représentants de l'institution hôte à venir rencontrer les représentants de l'entreprise (faciliter la mise en relation). > Le chargé de communication de l'institution hôte partage l'affiche de l'évènement et les informations sur le site web de l'institution hôte. 	<ul style="list-style-type: none"> > Préparation d'un communiqué post évènement afin de communiquer les chiffres des participants et les résultats de la journée (nombre de candidats retenus pour un second entretien, nombre de candidats retenus pour un poste en CDD ou CDI ou un stage). 	
<p>Salon de l'emploi</p> <p>Nombre de participants : limité à la capacité d'accueil du lieu où se tient l'évènement</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Font partie du comité de mobilisation des jeunes. > Promeuvent l'évènement sur leurs pages Facebook/ LinkedIn. > Promeuvent l'évènement sur le campus auprès de leurs pairs. > Animent les stands du Career Center. 	<ul style="list-style-type: none"> > Finance le premier salon de l'emploi du Career Center. > Annonce et promeut l'évènement sur le site internet de l'institution hôte. 	<ul style="list-style-type: none"> > Préparation du communiqué de presse (Français et Arabe). > Diffusion du communiqué de presse. > Préparation et distribution de dossier presse. > Suivi de confirmation du présentiel des médias. > Suivi des publications et articles (revue de presse). 	
<p>Summer Camp</p> <p>Nombre de participants : Limité selon les différents types d'activité (Atelier : 20 personnes - Guest speaker : capacité du Career Center - Visite d'entreprise : max. 12 personnes)</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Les Ambassadeurs sont impliqués dans le choix des différentes activités ludiques, les <i>Guest speakers</i> et les visites d'entreprises et sont présents le jour de l'évènement. > Ils relayent l'information sur leurs pages Facebook/ LinkedIn et sur le campus auprès de leurs pairs. 	<ul style="list-style-type: none"> > Communiquer le programme du <i>Summer camp</i> aux représentants de l'institution hôte. > Faire les demandes écrites nécessaires pour la mise à disposition de salle de conférence, terrain de sport si besoin. > Obtenir les autorisations de l'institution pour les activités ludique (tournoi sportif, activité musicale). 	<ul style="list-style-type: none"> > Préparation d'un communiqué de presse en amont avant le début du <i>Summer camp</i> en précisant les partenaires, les sponsors et les activités prévues. > Diffuser le communiqué de presse à la presse locale et/ou nationale. > Préparation d'un communiqué post <i>Summer camp</i> afin de communiquer les accomplissements, les chiffres des participants et les résultats divers. Ne pas oublier d'attacher des photos au communiqué de presse pour que les journalistes puissent illustrer leurs articles/ couvertures. 	

Communication en ligne		
Facebook/LinkedIn	Influenceur	Career Center virtuel
> Le conseiller chargé de la communication conçoit et publie une affiche de l'événement sur Facebook et LinkedIn.	> Si le Career Center a connaissance d'un influenceur concerné par la thématique, il initie un contact et demande que l'événement fasse l'objet d'une promotion sur la page Facebook de l'influenceur. > L'influenceur peut également être invité à participer à l'événement en personne.	> L'événement est créé sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire à travers le Career Center virtuel.
> Le conseiller chargé de la communication conçoit et publie une affiche de l'événement sur Facebook et LinkedIn et met l'accent sur les étapes de préparation que les jeunes doivent suivre en amont de la journée.	N/A	> Les ateliers préparatoires et l'événement sont créés sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire à travers le Career Center virtuel.
> Le conseiller chargé de la communication conçoit et publie une affiche de l'événement sur Facebook et LinkedIn.	N/A	> L'événement est créé sur le <i>Management Tool</i> et ne nécessite pas d'inscription préalable des jeunes.
> Le conseiller chargé de la communication conçoit et publie une affiche de l'événement sur Facebook et LinkedIn. Des affiches sont déclinées pour chaque activité du <i>Summer camp</i> .	> Prévoir une collaboration pour animer un atelier ou intervenir lors d'une conférence. > Collaborer à travers la publication de <i>posts</i> sur le <i>Summer Camp</i> et le Career Center en définissant des <i>hashtag</i> précis.	> Chaque activité / atelier fait l'objet d'un événement créé sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire à travers le Career Center virtuel.

B. Activités sur le terrain pour faire connaître le Career Center

Activité / Évènement	Acteurs		Médias	
	Ambassadeurs	Institution hôte	Presse	Radio
<p>Caravane</p> <p>Nombre de participants : illimité</p>	<p>> Accompagnent l'équipe du Career Center et promeuvent les services auprès de leurs camarades.</p>	<p>> Le représentant de l'institution hôte en charge du suivi des activités du Career Center facilite la mise en relation avec les chefs d'établissements.</p>	N/A	N/A
<p>Forum de l'étudiant organisé par les établissements</p> <p>Nombre de participants : illimité</p>	<p>> Accompagnent l'équipe du Career Center et promeuvent les services auprès de leurs camarades.</p>	<p>> Le <i>Manager</i> du Career Center doit obtenir de l'institution hôte les dates des différents forums. Le représentant de l'institution peut impliquer le Career Center dans la coorganisation de l'évènement.</p>	N/A	N/A
<p>Forum de l'étudiant organisé par d'autres acteurs (privés - société civile)</p> <p>Nombre de participants : illimité</p>	<p>> Accompagnent l'équipe du Career Center et promeuvent les services auprès de leurs camarades.</p>	<p>> Si l'institution hôte est sollicitée pour participer au forum, elle peut solliciter le Career Center pour la représenter et/ou y participer également (rôle de facilitateur).</p>	N/A	N/A
<p>Activités avec les clubs universitaires, associations étudiants et bureaux des étudiants</p> <p>Nombre de participants : Limité à la capacité d'accueil du centre et/ou au type d'activité</p>	<p>> Les Ambassadeurs amorcent, construisent et font le suivi de la relation avec les clubs, associations et BDE.</p> <p>> Ils collaborent avec leurs représentants pour déterminer les activités et choisir les thématiques.</p>	<p>> Le <i>Manager</i> du Career Center doit obtenir de l'institution hôte la liste et les coordonnées des représentants des clubs, associations et bureaux d'étudiants existants.</p>	N/A	N/A

Communication en ligne		
Facebook/LinkedIn	Influenceur	Career Center virtuel
> Le conseiller chargé de la communication conçoit et publie une affiche de l'événement sur Facebook et LinkedIn.	N/A	> L'événement est créé sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire à travers le Career Center virtuel.
> Le conseiller chargé de la communication partage l'affiche du forum et signale la participation du Career Center dans le descriptif de la publication.	N/A	> L'événement est créé sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire à travers le Career Center virtuel.
> Le conseiller chargé de la communication partage l'affiche du forum et signale la participation du Career Center dans le descriptif de la publication.	> Si le Career Center a connaissance d'un influenceur concerné par la thématique, il initie un contact et demande que l'événement fasse l'objet d'une promotion sur la page Facebook de l'influenceur. > L'influenceur peut également être invité à participer à l'événement en personne.	> L'événement est créé sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire à travers le Career Center virtuel.
> Le conseiller chargé de la communication conçoit et publie une affiche de l'événement sur Facebook et LinkedIn.	N/A	> L'événement est créé sur le <i>Management Tool</i> pour permettre aux jeunes de s'y inscrire à travers le Career Center virtuel.

Outils et ressources complémentaires dans le Kit Career Center pour mobiliser les jeunes



GUIDE GÉNÉRAL



Affiche

A03. Les ateliers du Career Center



Bases de données

BD02. Les bénéficiaires du Career Center

BD03. Les modules de formation initiale et continue des conseillers et des *Managers* du Career Center

BD04. Les fichiers sources des supports de communication

BD07. Les formations « Najahi - Prêt pour l'emploi »



Dépliant

D06. Catalogue des formations « Najahi - Prêt pour l'emploi »



Guides

G01. Aménager un Career Center

G02. Mobiliser les jeunes

G05. Utiliser les supports de communication



Outils du *Management Tool*

T01. Planning des activités du Career Center

T02. Formulaire de saisie d'un événement

T04. Questionnaires de satisfaction destinés aux jeunes

T05. Attestations de participation aux ateliers pour les jeunes



Procédures

P05. Mobiliser les jeunes

P06. Structurer l'accueil des jeunes

P07. Organiser les séances individuelles

P08. Organiser les ateliers

P09. Organiser des ateliers débats

P10. Organiser des événements d'accroche à destination des jeunes

P11. Participer à un salon de l'emploi

P12. Identifier des offres d'emploi/stage

P29. Élaborer le plan de communication

P30. Communiquer sur les événements



Ressources documentaires

R02. Guide du programme jeunes Ambassadeurs

R04. Guide LinkedIn

R05. Guide Facebook

R06. Guide Instagram



CAREER CENTER

**Ce document fait partie du Kit
« Ouvrir et développer un Career Center ».**

**Retrouvez le Kit en ligne sur :
www.kitcareercenter.ma**