

CAS CLIENT

# Monte-Carlo

## Société des Bains de Mer

Unification de la stratégie Digitale et Social Media à l'échelle du groupe

## LE CONTEXTE

Monte-Carlo Société des Bains de Mer est un fleuron du tourisme de luxe qui allie hôtellerie, bien-être, gastronomie, casinos et gère 45 établissements physiques et emploie plus de 3000 personnes. Présente sur les réseaux sociaux dès 2010, la société a rapidement compris l'intérêt d'accélérer sa transformation numérique. Le Resort Monte-Carlo Société des Bains de Mer représente aujourd'hui 58 établissements en ligne (dont le Casino de Monte-Carlo et l'Hôtel Hermitage Monte-Carlo...), près de 90 comptes sociaux et plus de 400.000 fans.

**MONTE-CARLO**  
SOCIÉTÉ DES BAINS DE MER

## LA PROBLÉMATIQUE

Face à la multiplicité des comptes sociaux, au développement de la communauté et à la volumétrie de ses communications, la Société des Bains de Mer décide en 2013 de décentraliser son organisation Social Media au profit de Community Managers intégrés au sein des établissements. L'objectif étant de permettre à ses employés d'être au plus près du terrain pour mieux répondre aux attentes de ses clients. Mais le nombre important d'établissements composant le groupe crée une forme de fragmentation de l'univers Social Media de la marque. En 2016, La Société des Bains de Mer lance un appel d'offres dont le but est de permettre aux équipes une plus grande efficacité collaborative et un meilleur partage des pratiques Social Media via un outil commun.

## LA SOLUTION

Le choix s'est donc porté sur Sprinklr pour ses fonctionnalités de gestion de contenu, d'analyse et de reporting, de monitoring, et de social Listening. La Société des Bains de Mer a aujourd'hui une vision complète de sa stratégie sociale et la capacité de la maîtriser et de la coordonner. La dimension collaborative de la plateforme permet aux équipes de travailler ensemble sur un seul et même outil, de partager des informations et de capitaliser sur les bonnes pratiques.

« Le nombre important d'établissements composant le groupe crée une forme de fragmentation de notre univers Social Media de marque » **Anthony Chiarel, Head of Digital & E-commerce, Société des Bains de Mer** « Grâce à Sprinklr, nous disposons à présent d'une plateforme unifiée et globale qui centralise l'ensemble et agrège les différents comptes nous permettant de relever un défi majeur : capitaliser sur les performances de chacun de nos établissements et les mettre au service de tous », poursuit **Marion Serra, Web Content & Social Media Manager**.

### « Ecouter » les clients pour mieux les connaître

L'analyse des conversations via le Social Listening de Sprinklr permet d'écouter ce que les internautes disent de la Société des Bains de Mer et de ses établissements sur leurs espaces personnels (réseaux sociaux, blogs...). Le groupe sait ainsi ce qui se dit sur chaque établissement, identifie concrètement les sujets qui intéressent ses clients et peut, le cas échéant, travailler de façon pertinente et efficace l'engagement avec ses publics cibles (prospects, clients, influenceurs,...).

Le Listening permet d'identifier et de mieux connaître les influenceurs, leur part de voix, et d'être particulièrement attentifs à eux. La marque a identifié 5 catégories d'influenceurs :

- les prospects, qui participent à la notoriété du groupe,
- les clients engagés, qui vont partager leur expérience sur le web,
- les leaders d'opinion tels que les blogueurs,
- les célébrités qui séjournent dans les établissements
- et évidemment, les ambassadeurs internes, tel que Marcel Ravin. En effet, le Chef du Blue Bay, le restaurant étoilé du Monte-Carlo Bay Hotel & Resort, est un des influenceurs internes très actif ! Pour un groupe composé de 3000 employés, le potentiel d'influenceurs est énorme.

## LES BÉNÉFICES

« En interne, on constate un investissement important des équipes Social Media pour créer une relation unique avec nos clients », confie **Anthony Chiarel**. « Grâce à la puissance de Sprinklr, nous souhaitons parvenir à une vision Customer journey la plus complète possible, de façon à enchanter nos clients sur les réseaux sociaux avant, pendant et après leur séjour. Car c'est aussi ça l'expérience unique du luxe ! ».

« Grâce à la puissance de Sprinklr, nous souhaitons parvenir à une vision Customer journey la plus complète possible, de façon à enchanter nos clients sur les réseaux sociaux avant, pendant et après leur séjour. Car c'est aussi ça l'expérience unique du luxe ! »

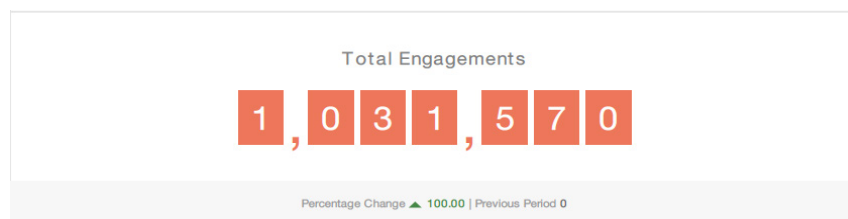
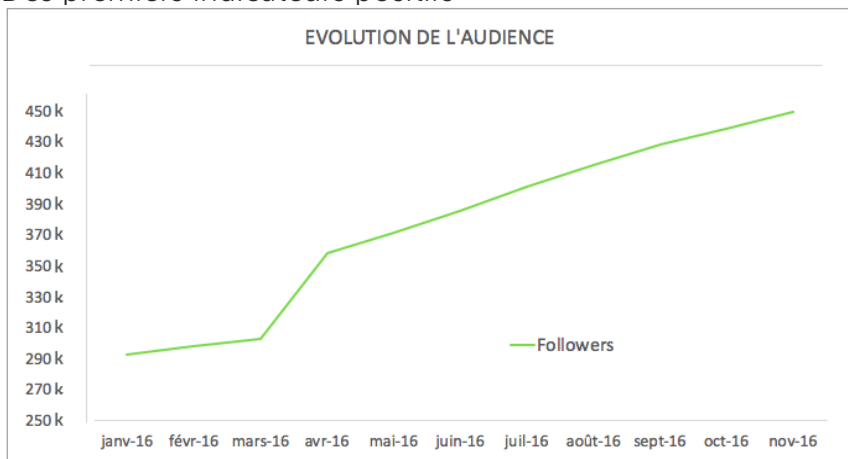
**Anthony Chiarel,**  
Head of Digital &  
e-commerce

## Faire le lien avec tous les services grâce au Social Media

Après quelques mois d'implémentation, la totalité des réseaux sociaux du Groupe est reliée à la plateforme Sprinklr et aujourd'hui, une vingtaine de personnes l'utilisent quotidiennement pour la gestion Social Media. Au vu des résultats, du gain de temps évident et des synergies possibles entre équipes, ce sont, à terme, tous les départements, du marketing au service client, qui devraient utiliser la plateforme.

« Monte-Carlo Société des Bains de Mer est clairement engagée dans une démarche digitale, nous sommes d'ailleurs en train de refondre tout notre écosystème digital pour 2017. Sur l'aspect innovation et digitalisation, c'est le Social Media qui fait le lien au sein du Groupe et crée une communication transverse entre les services et les établissements. C'est donc aussi pour sa capacité à briser les silos que nous nous appuyons sur Sprinklr », conclut **Anthony Chiarel**.

## Des premiers indicateurs positifs



« Monte-Carlo Société des Bains de Mer est clairement engagée dans une démarche digitale, nous sommes d'ailleurs en train de refondre tout notre écosystème digital pour 2017. Sur l'aspect innovation et digitalisation, c'est le Social Media qui fait le lien au sein du Groupe et crée une communication transverse entre les services et les établissements. C'est donc aussi pour sa capacité à briser les silos que nous nous appuyons sur Sprinklr. »

**Anthony Chiarel**,  
Head of Digital & e-commerce  
Société des Bains de Mer



## Contactez-nous

tél. : +33 (0) 1 43 41 97 66

email : [info\\_france@sprinklr.com](mailto:info_france@sprinklr.com)

web : [www.sprinklr.com/fr](http://www.sprinklr.com/fr)

twitter : @SprinklrFrance

## Nos bureaux

New York City (HQ)

Austin

San Francisco

Londres

Paris

Bangalore

Delhi

Hambourg

Tokyo