



Orange

Au plus proche du client
grâce au social listening



talkwalker

« Outre les critères de performance de l'outil, l'interface hyper intuitive et modulaire ainsi que l'accompagnement au changement ont été des facteurs déterminants dans notre prise de décision en faveur de Talkwalker. »

Bruce Hoang, Directeur Digital Communication & Data chez Orange France

Orange : au plus proche du client grâce au social listening

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications mondial, avec un chiffre d'affaires de 41 milliards d'euros en 2018 et 149 000 employés au 31 mars 2019 dans 27 pays, dont 90 000 en France. Le groupe compte aujourd'hui 264 millions de clients, dont 204 millions de clients mobiles et 20 millions de clients du haut débit fixe. Des centaines d'employés Orange utilisent désormais Talkwalker à travers le monde et exploitent la puissance de l'outil pour générer des insights consommateurs pertinents.



Le défi :

Orange a débuté sa recherche d'un nouvel outil de veille début 2019, dans l'objectif de poursuivre sa transformation digitale en entreprise véritablement centrée autour des données. La société souhaitait disposer d'un outil utilisable à tous les niveaux de l'organisation pour permettre aux employés de prendre des décisions stratégiques basées sur ces données collectées. Orange aspirait à un outil à la fois intuitif, facile à utiliser, et suffisamment puissant pour fournir des aperçus complets de leurs consommateurs dans toutes les régions d'activité du groupe à travers le monde.

Chez Orange, l'usage de notre outil de veille du web et des réseaux sociaux n'est pas uniquement réservé aux départements en charge du marketing et de la communication, mais est également destiné à être utilisée par tous les départements du groupe.

« Notre objectif est de faire en sorte que davantage d'employés Orange utilisent les données du web et des réseaux sociaux pour optimiser leurs prises de décisions au quotidien. Pour ce faire, nous avons besoin d'un outil facile à utiliser et très intuitif. Talkwalker a répondu à tous nos critères, et a été adopté en masse par nos employés », a déclaré Nathalie Charbonniaud, Directrice des études de données sociales chez Orange.

Des sources de données externes :

« Nous utilisons Talkwalker pour suivre les mentions de notre marque dans la presse écrite. Dans un futur proche, nous prévoyons d'ajouter des données d'enquêtes et de commentaires des clients pour mieux les comprendre et identifier leurs attentes. Cette possibilité d'utiliser un seul outil pour visualiser ces données est inestimable pour notre entreprise », poursuit Nathalie.

La polyvalence de Talkwalker a permis au groupe de réduire le nombre d'outils utilisés, et de centraliser leurs insights consommateurs dans une même plateforme.

Il est également possible de superposer différents indicateurs au sein de la plateforme. « Nous utilisons cette fonctionnalité de différentes façons. J'aime par exemple comparer notre Sentiment Net avec les données sociales Talkwalker, afin de mieux comprendre l'impact de nos campagnes social media sur la perception de notre marque par les internautes », ajoute Nathalie.

Orange utilise également Talkwalker pour surveiller et analyser les avis des consommateurs sur les différentes boutiques d'applications, telles que Google Play Store et Apple App Store. Ils peuvent facilement comprendre ce que les utilisateurs disent de leurs applications, analyser leurs commentaires et avoir un aperçu instantané des perceptions de leurs clients grâce à l'analyse de sentiment de Talkwalker. Ils peuvent également recevoir des alertes instantanées pour identifier des avis négatifs, et ainsi informer le responsable concerné du problème afin de protéger sa marque.

Des insights générés par l'IA :

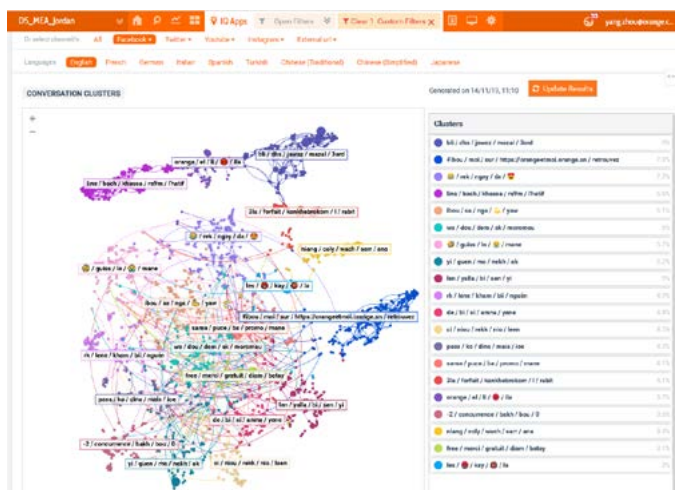
« La technologie d'intelligence artificielle de Talkwalker s'avère être extrêmement puissante. Elle nous permet d'analyser automatiquement différentes langues, tout en prenant en compte la complexité des émotions humaines générés. »

Grâce à l'AI-Engine de Talkwalker, Orange est en mesure d'apprendre à la plateforme à analyser de manière précise le sentiment dans différentes langues. Il est très facile d'« entraîner » l'algorithme de la plateforme pour améliorer les analyses de sentiment dans des langues comme l'arabe et le roumain, qui sont deux marchés importants pour le groupe.



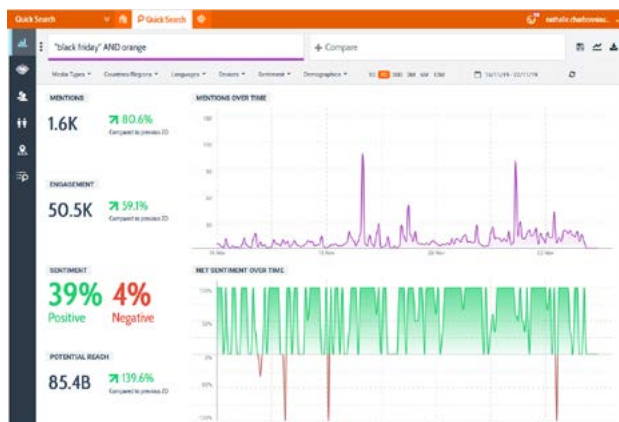
L'utilisation de l'outil :

La plateforme proposée par Talkwalker répond à de nombreux enjeux de marketing et communication, notamment via trois outils :



Quick Search

Quick Search est un moteur de recherche pour le web et les réseaux sociaux. Sa simplicité le rend accessible à tous les niveaux de compétence répondant aux enjeux de démocratisation d'Orange. Cet outil permet à ses utilisateurs de trouver de nouvelles idées de contenus, de détecter des influenceurs, d'analyser son audience et d'identifier des tendances émergentes...



Talkwalker Analytics

Talkwalker Analytics permet d'écouter et d'analyser en profondeur les discussions autour d'une marque ou de n'importe quel sujet sur plus de 150 millions de sites web et une dizaine de réseaux sociaux. Ces analyses permettent aux utilisateurs d'évaluer leur e-réputation, de mesurer la performance de leurs campagnes, et de mieux promouvoir leur marque.

Customer Data+

Customer Data+ permet de croiser les différentes données générées à travers le groupe (CRM, transactionnel, navigation Web, commentaires des clients, etc.), avec celles générées par la plateforme, afin d'obtenir des insights plus détaillés. Cet outil polyvalent donne un aperçu instantané et complet des données de vos clients et d'aller plus loin dans vos recherches d'insights.

Grâce à cet outil, les équipe Orange ont été capables :

- D'effectuer un suivi de leur marque, ainsi que de réaliser des études sur les offres, les options, les services, les produits, l'expérience client d'Orange et la concurrence ;
- De générer des analyses approfondies en différentes langues comme l'arabe ou le roumain, afin de vérifier leurs intuitions.
- D'identifier des tendances de consommation grâce aux différentes données marketing : données sociales, CRM, etc.

Un travail de fond avec Talkwalker :

« Talkwalker est une organisation très agile et réactive. Ils ont su s'adapter et prendre en compte les besoins croissants et spécifiques de notre entreprise. Le suivi des Customer Success Managers nous ont permis de nous familiariser rapidement à la plateforme et de répondre à nos besoins en temps réel. »

Talkwalker s'occupe également de former les utilisateurs de la plateforme. Depuis le début du contrat, plus de 800 employés Orange sont passés par ces programmes de formation.

« Nous avons proposé à Orange une solution agile et personnalisée répondant parfaitement aux exigences liées aux attentes des différentes directions. Ceci passe entre autres, par la mise à disposition de Talkwalker Analytics, Quick Search et l'accès à l'API. Nous sommes très heureux de démarrer cette collaboration avec Orange » a déclaré Charlotte Clemens, Head of Sales France et Managing Director du bureau parisien de Talkwalker.

Résultats :

- La plateforme de social listening de Talkwalker équipe désormais 8 départements d'Orange dans 28 pays.
- Depuis avril 2019, 800 collaborateurs d'Orange ont été formés à l'outil.
- Ce sont près de 800 employés qui utilisent d'ores et déjà régulièrement l'outil dont plus de 560 avec un accès personnel à l'outil Quick Search.
- 68 projets sont gérés depuis la plateforme Talkwalker (pour un total de près de 150 tableaux de bord comprenant rapports automatisés et système d'alerte en temps réel).



Impact starts here.

EMEA

+352 20 33 35 343

Deutschland - Frankfurt

+49 69 254 745-500

APAC

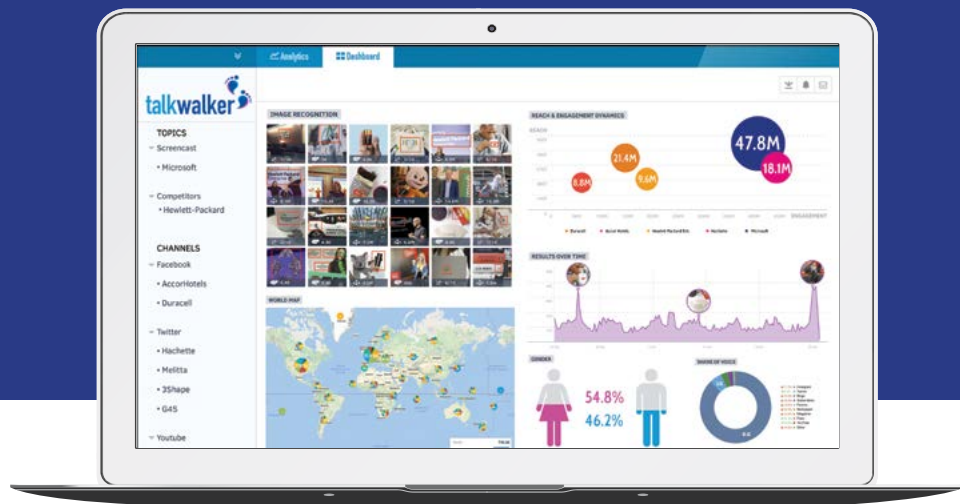
+65 3 165 0692

US - New York

+1 646 712 9441

US - San Francisco

+1 415 805 7240



talkwalker



contact@talkwalker.com



[@talkwalkerFR](https://twitter.com/talkwalkerFR)

www.talkwalker.com