



AccorHotels

Étude de Cas :

Comment le groupe AccorHotels a multiplié sa portée par deux à l'aide du programme « Social Desk » ?

Le secteur hôtelier connaît de rapides mutations. [Une personne sur cinq trouve des idées de voyage sur Facebook ou Instagram](#) et [77 % des consommateurs recherchent leur prochaine destination de voyage sur les médias sociaux](#).

Le premier opérateur hôtelier français [AccorHotels](#) a vite compris le rôle central des médias sociaux pour impliquer les clients à chaque étape du processus d'achat.

Mais avec plus de 4 000 hôtels et 240 000 salariés répartis sur les cinq continents, il s'avérait impossible de gérer les différents comptes sociaux depuis le siège social du groupe. AccorHotels avait donc besoin d'une solution qui permettrait à ses hôtels d'impliquer les clients à l'échelle locale, tout en conservant la cohérence de la marque à l'échelle mondiale.

C'est ainsi qu'en partenariat avec Hootsuite, AccorHotels a créé Accor Social Desk, une plateforme mondiale qui fournit des outils de médias sociaux, des formations et des contenus à tous les hôtels du groupe.



Multiplication par 2
de la portée du groupe



Hausse de 20%
du nombre d'abonnés



Multiplication par 3
de l'engagement des clients



Multiplication par 2
de l'adoption par les salariés



Devenir un hôtelier numérique de premier plan avec le programme Social Desk d'AccorHotels

Le programme Social Desk d'AccorHotels donne aux hôtels du groupe tous les outils pour exploiter les médias sociaux et s'engager activement envers la communauté afin d'accroître la rétention et la satisfaction de la clientèle.

Par quels moyens ?

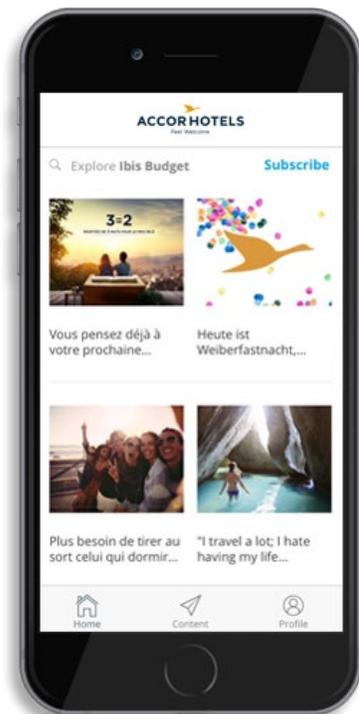
Former les salariés : la formation constitue un élément essentiel pour augmenter l'adoption des médias sociaux au sein des équipes et du personnel des hôtels. La plateforme de formation de Social Desk inclut des contenus personnalisés par Hootsuite afin d'apprendre aux salariés comment impliquer leur public, booster les interactions avec les abonnés et évaluer la réussite. Une formation des équipes régionales a également été conduite en partenariat avec Hootsuite.

Confier la gestion à une source centrale : afin d'évaluer la réussite de l'adoption des médias sociaux par les différentes équipes locales, le groupe Accor s'est notamment intéressé à la progression de l'engagement des clients. Avec Hootsuite, les équipes peuvent rapidement identifier les contenus générés par les utilisateurs, localiser des messages et partager des contenus pré-approuvés par le siège social du groupe.

Accéder à un blog inspirant : le programme Social Desk inclut un blog qui présente aux équipes et aux hôtels locaux des contenus inspirants. Ce blog fournit la liste des meilleures publications d'AccorHotels, avec des conseils sur la façon de créer des contenus spécifiques aux clients, en fonction de chaque canal de vente.

« L'équipe centrale m'envoie des contenus que je peux adapter et publier. Mon travail est simplifié car les contenus pré-approuvés sont immédiatement accessibles. »

Alexander Rudnik, gérant d'hôtel, Hôtel Mercure de Francfort, AccorHotels





Engager quotidiennement les clients : le haut niveau de satisfaction des clients reste l'une des priorités d'AccorHotels. En utilisant Hootsuite, les hôtels du groupe Accor peuvent identifier des clients potentiels, surveiller les interactions entre les clients et réagir en temps réel à l'expérience des clients qui séjournent à l'hôtel.

Localiser les contenus : afin de raccourcir et de simplifier le processus d'obtention de l'approbation des contenus par le siège social de l'entreprise, les gérants d'hôtel avaient besoin d'accéder à des contenus en provenance d'une source centrale. Avec Hootsuite Amplify, les gérants d'hôtel peuvent désormais adapter facilement des contenus de marque et les distribuer à leurs canaux locaux.

Les résultats

En créant une plateforme de médias sociaux (qui repose sur la technologie de Hootsuite Enterprise) destinée à des centaines d'hôtels, AccorHotels a réalisé un retour sur investissement sans précédent.

Le groupe Accor a doublé son taux d'adoption des médias sociaux dans ses hôtels, à travers la formation de ses salariés et la création de contenus inspirants. L'augmentation de l'adoption et de l'engagement a permis au groupe d'accroître son nombre d'abonnés, passant de 4,8 millions de personnes à 27 millions. En surveillant les requêtes des clients et en tchattant avec eux de façon quotidienne à travers les médias sociaux, le groupe a pu atteindre des taux records de satisfaction de la clientèle. Chaque jour, des clients heureux retournent séjourner dans les hôtels Accor.

« Social Desk permet aux gérants d'hôtel d'accroître les recettes, l'engagement et la satisfaction de leurs clients. J'encourage tous les autres établissements à rejoindre le programme. »

Alexander Rudnik, gérant d'hôtel, Hôtel Mercure de Francfort, AccorHotels

Prêt à devenir une entreprise présente sur les médias sociaux ?
Demandez une démo.

