



**Bolero** surveille le web  
24 h/24 pour ses clients  
p.6

## Bolero surveille le web 24h/24 pour ses clients

Depuis janvier, Bolero a adopté une organisation qui lui permet d'être constamment en veille sur internet. Le jour, deux équipes se succèdent en 2x8 pour couvrir la plage horaire 6h-21h. La nuit et le week-end, un système d'astreinte avec deux personnes est mis en place en cas de crise. Pour suivre la cadence, le cabinet d'études et de conseils a recruté 10 personnes à Lyon, essentiellement des chargés d'études, des statisticiens et des data-scientists.



**Une organisation en 2x8.** Deux équipes se succèdent pour couvrir la plage horaire 6h-21h.

**5 000 tweets.** Ainsi, Bolero peut traiter jusqu'à 5 000 tweets dans une journée pour son client la SNCF. Il utilise des outils de collecte (Radian 6, Salesforce), mais aussi des outils d'aide à l'analyse. Bolero a mis en place un système de diffusion d'alerte sur smartphone ou sur ordinateur qui indique au client : les sujets développés sur les réseaux sociaux, la tonalité dominante, le pouvoir d'influence des émetteurs, le niveau de risque et les actions recommandées.

«Commencer dès 6h permet de décoder ce qui s'est passé pendant la nuit, mesurer l'impact des médias du matin, et envoyer un rapport de veille à notre client quand il commence sa journée», résume François Pinochet, un des trois associés. Bolero a aussi

gagné en productivité. Pour réaliser une étude sur la réputation d'une marque, une mission qui prend facilement deux mois, Bolero a divisé le temps de rendu par deux.

Pour marquer ce changement, le cabinet se présente aujourd'hui comme «The Data-driven strategy partner». Il a segmenté ses services en Bolero Explore (audit social), Bolero Live (détecter les signes avant-coureurs de crise en temps réel), Bolero Drive (suivi des datas, pilotage de la stratégie digitale).

**Cap sur la Chine.** Sinon, Bolero veut se développer à l'international. Depuis 2008, le cabinet s'est adjoint les services de dix free-lance, chacun basé dans un pays européen.

Les dirigeants souhaitent aussi s'implanter en Chine. «Là-bas, la puissance des réseaux sociaux est bien supérieure», pointe le DG. Le cabinet a déjà recruté à Lyon une Chinoise, Glenny Wang. Une étude de marché a aussi été commandée à ERAI (Entreprises Rhône-Alpes International). ➔ **MM**

**Bolero.** Création : 2004 | Siège : Lyon. Bureau à Paris | CA 2014 : 2,6 M€ | RN 2014 : 260 K€ | 33 salariés | 30 clients à l'année.