



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 6 octobre 2015

# EFFICACITE, REACTIVITE ET PROXIMITE : LA LOVETEAM « OPEN VOYAGES-SNCF.COM », UNE NOUVELLE INNOVATION DE LA RELATION AVEC ET POUR LE CLIENT

La relation client de Voyages-sncf.com, le leader du e-tourisme, a été distinguée hier par l'Association Française de la Relation Client, qui a décerné à Valérie Darmaillacq, directrice de la Relation Client, la Palme de la Direction de la Relation Client 2015. Si pour 51% des acheteurs de voyages en ligne, il est important de pouvoir contacter un conseiller en cas de besoin<sup>1</sup>, pour l'équipe de Valérie Darmaillacq et l'ensemble du groupe Voyages-sncf.com, c'est une priorité. L'entreprise noue en permanence des liens avec les internautes : 1,3 million d'échanges client par an et près de 7 millions de visiteurs uniques par mois<sup>2</sup>.

Grâce à sa stratégie multicanale et d'écoute, Voyages-sncf.com allie proximité avec ses clients, efficacité et disponibilité dans les réponses apportées. Il s'agit aussi de les associer au développement des nouveaux services pour leur offrir un site adapté à leur façon de naviguer sur le web et de leur ouvrir des espaces de dialogue et d'échanges entre eux. Cette stratégie s'illustre dans les trois dernières évolutions de la relation client : la garantie de réponse en moins de deux heures sur les réseaux sociaux<sup>3</sup> et moins de vingt-quatre heures par mail, le tchat communautaire d'entraide et dorénavant la *LoveTeam* « Open Voyages-sncf.com ». Pour la première fois, des clients sont intégrés au cœur même de l'entreprise.

### DE LA *LOVETEAM* A LA *LOVETEAM* « OPEN VOYAGES-SNCF.COM » : QUAND LE CLIENT INTEGRE UNE DES EQUIPES CLES DE L'ENTREPRISE

Equipe transverse constituée de dix personnes, la *LoveTeam* analyse chaque mois 100 000 verbatims afin d'améliorer sans cesse les services de Voyages-sncf.com. Dans un souci d'ouverture et d'efficacité, Voyages-sncf.com a décidé d'ouvrir sa cellule ad-hoc à cinq de ses clients particulièrement actifs sur son tchat communautaire d'entraide. Une fois par mois, ils apportent leur expertise et expérience utilisateur afin d'améliorer les fonctionnalités du site et des applications. Voyages-sncf.com a ainsi l'opportunité de confronter leurs avis avec les analyses réalisées par la *LoveTeam*. Et les clients ont de leur côté l'opportunité de découvrir les maquettes de nouveaux services à venir et de soumettre leurs avis et suggestions.

### UNE GARANTIE DE REPONSE EN 2 HEURES MINIMUM : UN DISPOSITIF QUI FAIT SES PREUVES

Avec 1 000 interactions par mois sur le fil Twitter de la relation client et une communauté Facebook de 320 000 membres, nombreux sont les internautes qui échangent avec Voyages-sncf.com via les réseaux sociaux. C'est pourquoi, en février dernier, Voyages-sncf.com s'est engagé à répondre à ses clients en moins de deux heures sur ces canaux et en moins de vingt-quatre par email. En quelques mois, le dispositif a fait ses preuves.

<sup>1</sup> Etude Institut CSA pour Voyages-sncf.com menée du 23 et 27 janvier 2015 auprès de 1008 participants âgés de 18 ans et plus, représentatifs de la population française.

<sup>2</sup> Audience de Voyages-sncf.com : 6,981 millions de visiteurs uniques – source FEVAD / Médiamétrie – 2<sup>ème</sup> trimestre 2015

<sup>3</sup> Garantie de réponse aux questions posées sur le compte Facebook et sur le fil Twitter de la relation client. Ce service est assuré 7 jours sur 7, de 8h00 à 22h00.

## Aujourd'hui :

- le délai moyen de réponse sur les réseaux sociaux est de 45 minutes<sup>4</sup> ;
- et un mail sur deux obtient une réponse en moins de quatre heures.

Par ailleurs, avec **40% des clients** qui choisissent le **téléphone**, ce moyen de communication représente le canal privilégié par les clients : **Voyages-sncf.com répond à huit appels téléphoniques sur dix en moins d'une minute d'attente.**

## L'OUVERTURE A L'EXPRESSION COLLABORATIVE : LE TCHAT COMMUNAUTAIRE D'ENTRAIDE

Complémentaire à la relation client, Voyages-sncf.com a lancé le 10 juin dernier en version bêta un tchat communautaire d'entraide pour ses clients. L'objectif : permettre à ses clients d'échanger entre eux sans filtre, de poser des questions, d'obtenir des réponses de la communauté. Un défi pour un e-commerçant qui accueille près de sept millions de visiteurs par mois<sup>5</sup>.

### Après quatre mois d'expérience :

- **8 000 conversations générées ;**
- **et un taux de satisfaction de 4,7 sur 5.**

Accessible dans un premier temps sur les pages « Destinations », l'espace « Petits Prix » et la rubrique « Aide », le Compte Client et les pages Transporteurs, le dispositif continue à s'étendre progressivement à d'autres parties du site.

Pour Franck Gervais, directeur général de Voyages-sncf.com « *Ce prix est la reconnaissance de l'écoute, de l'attention et de la disponibilité que nous portons à nos clients. C'est un atout compétitif décisif pour continuer de consolider la préférence pour Voyages-sncf.Com dans un secteur e-tourisme ultra-compétitif. Nous invitons aussi nos clients à tester nos nouvelles fonctionnalités en ligne et à donner leurs avis pour les faire évoluer. Aujourd'hui, nous sommes très heureux de pouvoir les accueillir au cœur même de l'entreprise pour échanger sur nos services et recueillir leurs souhaits.* »

### Les chiffres clés de la relation client de Voyages-sncf.com

- 200 personnes travaillent pour la relation client
- Plus d'1,3 million de contacts par téléphone, mail et chat
- 14,8 millions de pages vue sur l'aide en ligne
- 60 000 conversations engagées par Léa, l'agent conversationnel
- 4,8 millions d'actes d'après-vente (échange, annulation de billets)
- 1 000 interactions par mois en moyenne sur Twitter

## A PROPOS DE VOYAGES-SNCF.COM

Voyages-sncf.com est un acteur majeur du tourisme en Europe, expert de la distribution du train et de la destination France, avec 1 000 personnes dont deux tiers dédiés au marché français et européen. Afin de répondre aux nouveaux modes de consommations et de voyages des clients, Voyages-sncf.com est aujourd'hui présent dans 30 pays via 15 sites internet et mobiles, 5 boutiques, un service intégré de call-centers. Le site recense plusieurs transporteurs tels que SNCF, Eurostar, Thalys, TGV Lyria ; 400 compagnies aériennes ; 510 000 hôtels référencés ; 1 300 campings ; plus de 25 000 offres de séjours ; 30 loueurs de voitures, etc.

**Pour plus d'informations :** <http://corporate.voyages-sncf.com/>

### Contacts presse Voyages-sncf.com

#### ALCHIMIA COMMUNICATION

INGRID BREGEON-FALL – 01 44 70 12 31

[IBF@ALCHIMIA-COMMUNICATION.FR](mailto:IBF@ALCHIMIA-COMMUNICATION.FR)

AURELIE FAURE – 01 44 70 12 32

[AF@ALCHIMIA-COMMUNICATION.FR](mailto:AF@ALCHIMIA-COMMUNICATION.FR)

#### VOYAGES-SNCF.COM

SACHA CONKIC – 01 74 54 16 66

[SCONKIC@VOYAGES-SNCF.COM](mailto:SCONKIC@VOYAGES-SNCF.COM)

AURELIA LE BAUDOUR – 01 74 54 12 60

[ALEBAUDOUR@VOYAGES-SNCF.COM](mailto:ALEBAUDOUR@VOYAGES-SNCF.COM)

<sup>4</sup> Délai observé sur les trois derniers mois

<sup>5</sup> Audience de Voyages-sncf.com : 6,981 millions de visiteurs uniques – source FEVAD / Médiamétrie – 2<sup>ème</sup> trimestre 2015