

COMMENT OUI.SNCF A « RATTRAPÉ LE TEMPS PERDU » AVEC UNE CAMPAGNE DIGITALE EFFICACE MÊLANT INFLUENCE ET INTERACTION.

Le 30 avril dernier, OUI.sncf lançait une campagne digitale inédite pour inviter ses clients à rattraper le temps perdu en partant à la (re)découverte de la France et de ses régions.

A cette occasion, la marque a imaginé l'opération #billetderattrapage se déclinant en trois temps forts : la prise en main du compte Instagram de la marque par le duo d'influenceurs Studio Danielle, l'inauguration de la chaîne TikTok OUI.sncf ainsi que le lancement d'un nouveau rendez-vous hebdo spécial petits prix pour ses clients !

Le tout irrigué par un jeu-concours jamais vu permettant de rattraper un an de voyage en un week-end prolongé mémorable multipliant les expériences et les destinations pour 4 personnes / 4 jours / 4 destinations avec hôtels, repas et activité. Une échappée idéale pour rattraper le temps perdu et (re)découvrir la France et les pépites de ses régions.

Le dispositif complet pour rattraper le temps perdu :

Du 3 au 9 mai 2021, OUI.sncf avec l'agence Kindai a lancé le jeu concours « Billet de rattrapage » sur ses réseaux sociaux. Pour l'occasion, Le Studio Danielle a pris la main sur le compte Instagram OUI.sncf.



Dès le 3 mai, Danielle et son acolyte Arthur ont pris les commandes du compte OUI.sncf et, valises à la main, ils sont partis à la découverte de 3 villes choisies par la communauté OUI.sncf au fil de stories et de sondages qui ont permis à la communauté de choisir les faits & gestes du duo pendant leur escapade à Bordeaux, Bayonne et Saint-Jean-de-Luz. Un voyage mémorable qui a permis à la communauté de suivre les péripéties de Danielle ponctuées de fous rires, de gags et d'anecdotes comme on les aime tant !



Pour accompagner ce dispositif social, OUI.sncf a également créé un nouveau rendez-vous pour ses clients sur son propre site e-commerce, le « [Mercredi Oh OUI](#) », qui permet de proposer une sélection de trajets à petits prix chaque mercredi pour partir le week-end suivant : « **prix mini, surprise maxi, pour le week-end qui suit** ». Pour la seconde semaine de l'opération, trois nouvelles destinations sont mises en avant dès aujourd'hui : Lille, Dieppe et Marseille.

Des résultats à la hauteur de l'engagement de OUI.sncf :

Au total l'opération a permis à OUI.sncf de générer 150 000 participations au jeu-concours, 2 millions d'impressions, de gagner 40 000 nouveaux abonnés Instagram en quelques jours et de connaître des débuts prometteurs pour son arrivée sur Tiktok.

Accompagné par l'agence Sparkle, OUI.sncf a constitué une communauté de 42 000 abonnés sur Tiktok en moins d'une semaine via une campagne d'influence et 4 vidéos postées pendant la durée du concours qui ont comptabilisé plus de 2,M de vues.

À PROPOS DE OUI.SNCF :

OUI.sncf est un acteur majeur du tourisme en Europe, expert de la distribution du train et de la destination France. OUI.sncf propose plusieurs offres de transporteurs tels que TGV INOUI, OUIGO, INTERCITÉS, TER, Eurostar, Thalys, TGV Lyria ; deux compagnies de bus, 500 000 offres d'hôtels référencés. OUI.sncf fait partie des leviers stratégiques d'e.Voyageurs SNCF, filiale de SNCF Voyageurs, qui a réalisé plus de 5 milliards d'euros de volume d'affaires et a vendu 120 millions de billets en 2019. Créé en octobre 2018, l'ensemble e.Voyageurs SNCF rassemble les forces digitales client du groupe SNCF et s'appuie sur 4 atouts stratégiques : OUI.sncf, leader du e-commerce français ; un réseau international puissant avec Rail Europe, l'offre de services de l'application SNCF devenue l'Assistant SNCF en juin 2019 ; et son usine digitale de plus de 1 000 experts tech. Pour plus d'informations : <https://www.oui.sncf/> et <https://presse.ouitalk.oui.sncf/>

CONTACTS PRESSE OUI.SNCF :

Service de presse : contactpresse@oui.sncf

Publicis Sprint :

Virginie BUFFARD – virginie.buffard@publicissprint.com – 06 31 90 65 91

Chloé ODSTRCIL – chloe.odstrcil@publicissprint.com - 06 31 17 73 06