



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 16 février 2015

LA CONFIANCE ET L'HUMAIN, DEFIS 2015 DU E-COMMERCE

VOYAGES-SNCF.COM CONSULTE LES E-CLIENTS ET LANCE « LA GARANTIE MOINS DE DEUX HEURES »

A l'occasion de la sortie d'une étude sur « Les attentes des acheteurs en ligne en 2015 » menée avec l'Institut CSA¹, Voyages-sncf.com, leader du e-tourisme français, consolide ses services client en lançant « La garantie moins de 2 heures » sur les réseaux sociaux.

« GARANTIE MOINS DE DEUX HEURES » SUR LES RESEAUX SOCIAUX : VOYAGES-SNCF.COM MISE SUR LA DISPONIBILITE ET LA PROXIMITE

En 2014, 1,3 millions de clients ont profité de l'aide directe de conseillers Voyages-sncf.com par téléphone, mail, chat ou réseaux sociaux. Avec huit appels sur dix répondu en moins d'une minute d'attente, le téléphone est particulièrement apprécié par les clients de Voyages-sncf.com qui sont 40% à le privilégier. Fidèle à sa stratégie d'écoute des consommateurs, Voyages-sncf.com développe son offre de services client en lançant « La garantie moins de 2 heures » sur les réseaux sociaux. Les clients peuvent compter sur une réponse d'un conseiller en moins de 2 heures pour leurs questions posées sur notre compte Facebook et sur le fil Twitter de la relation client. Ce service est assuré 7 jours sur 7, de 8h00 à 22h00.

«Les clients nous demandent, à nous et à tous les e-commerçants, d'être désormais de vrais partenaires de leurs achats. Là où les prix sont les mêmes pour tous les distributeurs du train, le succès du mini site « Les petits Prix » de Voyages-sncf.com témoigne de cette attente forte, avec plus de 2,2 millions de visiteurs depuis sa mise en ligne en juillet 2014. Notre promesse, c'est de leur offrir des services toujours plus personnalisés, toujours plus humanisés et avec toujours plus de valeur ajoutée. C'est dans cet objectif que nous lançons « La garantie moins de 2 heures » sur les réseaux sociaux.» annonce **Franck Gervais, directeur général de Voyages-sncf.com.**

TOP 3 DES ATTENTES DES E-CLIENTS: LE PRIX, LA CONFIANCE ET LA RELATION CLIENT

Voyages-sncf.com et CSA se sont penchés sur le e-client en 2015, afin de mieux cerner sa vision du marché, sa conception du e-commerçant idéal et ce qui guide sa décision de choisir entre plusieurs e-commerçants. Derrière l'écran, l'e-client attend de l'humain.

¹ Etude Institut CSA menée du 23 et 27 janvier 2015 auprès de 1008 participants âgés de 18 ans et plus, représentatifs de la population française.

Aujourd'hui, les personnes interrogées associent au e-commerce des valeurs fonctionnelles : petits prix (62%), praticité (62%), choix (59%) et rapidité (51%).

En revanche, sont déterminants dans le choix des clients, les services liés à la confiance (3,5 points sur 4) et à une relation client de qualité (3,4 points sur 4).

En effet, quand l'e-client doit choisir entre des e-commerçants, l'étude révèle que ce sont, après la question du prix (68%), la sécurité des transactions pour 37% d'entre eux qui fait la différence. 22% des personnes interrogées accorde également de l'importance à la disponibilité et la réactivité en cas de problème.

LE E-VOYAGE, UN SECTEUR QUI CRISTALLISE LE NIVEAU D'EXIGENCE

Le e-voyage confirme cette hiérarchie des attentes, mais le niveau d'exigence des clients pour chacune d'elles est encore plus élevé que pour le e-commerce en général.

LE PRIX : 54% des acheteurs en ligne de voyages estiment très important de disposer de fonctionnalités permettant d'avoir accès aux meilleurs prix (contre 37% pour le e-commerce en général).

LA CONFIANCE : 78% des acheteurs en ligne de voyages (contre 74% pour le e-commerce) jugent le critère de la protection des données comme très important. Et pour la sécurité des paiements, on atteint 82% des e-clients qui estiment qu'il s'agit d'un critère très important.

LA RELATION CLIENT : 51% des acheteurs en ligne de voyages considèrent que la possibilité de contacter un conseiller en cas de besoin est très importante (contre 46% pour le e-commerce en général)...

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 650 personnes dont un tiers dédié à l'Europe. Voyages-sncf.com, c'est aujourd'hui une approche globale du client intégrant notamment 13 sites internet et mobiles, 6 boutiques et un service intégré de call-centers.

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

AURELIE FAURE – 01 44 70 12 32

AF@ALCHIMIA-COMMUNICATION.FR

VOYAGES-SNCF.COM

SACHA CONKIC – 01 74 54 16 66

SCONKIC@VOYAGES-SNCF.COM

AURELIA LE BAUDOUR – 01 74 54 12 60

ALEBAUDOUR@VOYAGES-SNCF.COM